

ÚROVEŇ MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI slovenských seniorov

THE MEDIA LITERACY LEVEL OF SLOVAK SENIORS

Dana PETRANOVÁ

ABSTRACT:

The paper offers a summary of main findings of the quantitative research on the media literacy level of Slovak seniors. We have conducted our research within a broader set of research activities of IMEC – International Media Education Centre founded thanks to initiative by Faculty of Mass Media Communication, University of SS. Cyril and Methodius in Trnava. The research was focused on mapping the media competencies of Slovak senior population. The main goal was to find out the level of media literacy of our seniors. To what extent are they able to use computers and the Internet? Are the ways they use media active and balanced or not? Do they understand media content and its functions? What is their knowledge about media regulation? We also paid attention to the issue of seniors using media for public participation as well as to their skills related to creating media contents. Our findings suggest that Slovak seniors reach the basic level of media literacy in all three considered categories: user competencies, critical thinking and communication skills. Therefore, we are able to confirm that the seniors are aware of the basic media functions and they know how to use media for education purposes, relax or entertainment.

KEY WORDS:

media competencies, media literacy, media education, media, senior population

Úvod

V diskusiách o vplyve a účinkoch médií na človeka sa za rizikóvu skupinu považujú deti a mládež. Najmä preto, že nemajú ucelený hodnotový systém, učia sa napodobňovaním nielen zo skutočnej, ale aj z mediálnej reality a v ranom veku nedokážu rozlíšiť fikciu od reality. Ďalšou ohrozenou skupinou, o ktorej sa však už hovorí podstatne menej, sú seniori. Existujú národné aj medzinárodné normy či legislatívne predpisy, ktoré zdôrazňujú potrebu vzdelávania seniorov alebo apelujú na potrebu zvyšovania ich mediálnej gramotnosti. Konkrétne formy a metódy mediálnej výchovy pre seniorskú populáciu sú však na Slovensku minimálne, takmer úplne absentujú. Pri detailnejšom pohľade na odbornú literatúru sme zistili, že dlhodobo nebola dostatočne výskumne pokrytá mediálna gramotnosť slovenskej populácie ako celku ani jej jednotlivých segmentov. Dôvodom bol problém definície a komplexnej operacionalizácie mediálnych kompetencií individua, absencia výskumných metodík v tejto



doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
Slovenská republika
dana.petranova@gmail.com

Dana Petranová je jednou z prvých absolventiek Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave a v súčasnosti pôsobí ako dekanka FMK UCM v Trnave. Jej prioritami sú budovanie medzinárodného rozmeru vysokej školy, rozvíjanie tvorivého a analytického myslenia, podpora perspektívnych mladých pedagógov, prezentovanie študentských výstupov. Okrem svojho vzdelania v Trnave absolvovala odbor mediálne štúdiá a žurnalistiku na Fakulte sociálnych štúdií Masarykovej univerzity v Brne. Dizertačnú prácu obhájila v odbore marketingová komunikácia a reklama na Filozofickej fakulte Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre s témou „Mediálna výchova v procese edukácie na Slovensku so zameraním na rozvoj kompetencie kritického myslenia“. Je zakladateľkou Centra mediálnej gramotnosti IMEC (International Media Education Center) a do júna 2010 bola predsedníčkou Odbornej komisie pre predmet mediálna výchova pri Štátnom pedagogickom ústave. Pracovala taktiež ako koordinátorka pracovnej skupiny „Východiská tvorby koncepcie mediálnej výchovy k príprave Koncepcie mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania“ (Ministerstvo kultúry SR). Pravidelne sa zúčastňuje významných seminárov rôzneho zamerania súvisiacich s médiami. Je autorkou niekoľkých vedeckých štúdií, skript a učebníc. Okrem toho sa venuje vedecko-výskumnej činnosti a spoluorganizuje medzinárodné vedecké a odborné konferencie FMK UCM. Navrhla predmety týkajúce sa mediálnych účinkov a publika, ktoré konkrétnejšie rozoberajú problémy a efekty súvisiace s médiami. Témou jej habilitačnej práce na FMK UCM v Trnave bola „Mediálna gramotnosť seniorov“ a predmetom habilitačnej prednášky „Anticipácia úrovne mediálnej gramotnosti seniorov“. Je zástupkyňou šéfredaktora vedeckého časopisu Communication Today.

oblasti či náročnosť rozsiahlych výskumov. V posledných rokoch vznikli dva európske dokumenty, ktoré situáciu vo výskume zmenili a stali sa aj metodologickým podkladom nášho výskumu. Ide o materiály Európskej komisie – Štúdiá o kritériách na posudzovanie úrovne mediálnej gramotnosti (2009) a Testovanie a operacionalizácia kritérií na hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti v Európe (2011). Výskumy, ktoré sa doteraz na Slovensku realizovali, sa zameriavali najmä na celú dospelú populáciu, parciálne výskumy sa pokúšali identifikovať úroveň mediálnej gramotnosti detí a mládeže, viaceré výskumy opisovali správanie jednotlivcov v online prostredí, najmä na sociálnych sieťach. Doposiaľ sa nerealizovali rozsiahle výskumy úrovne mediálnej gramotnosti súčasných slovenských seniorov, neexistuje databáza poznatkov vo vzťahu k ich akceptácii a využívaniu nových komunikačných prostriedkov, nemáme jasný prehľad o úrovni zručností seniorskej populácie, v rámci tejto vekovej skupiny neexistujú ani kvalitatívne výskumy orientované na úroveň kritického myslenia či schopnosť samostatne tvoriť mediálne produkty.

Vo všeobecnosti sa mediálna výchova z hľadiska efektívnosti procesu vzdelávania definuje ako celoživotný, systematický a cieľavedomý proces získavania mediálnych kompetencií a zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti. Dnešná informačná spoločnosť je založená na poznatkoch a vedomostiach. Zaostávanie alebo nízka úroveň mediálnej gramotnosti (či už z dôvodu absencie vzdelávania alebo ekonomických a sociálnych bariér) môže byť príčinou sociálneho vylúčenia seniorov alebo ich silnej osobnej frustrácie. Pomocou mediálnej výchovy môžu starší ľudia formovať svoje praktické zručnosti, ale aj kritický prístup pri interpretácii mediálnych obsahov.

Metodológia výskumu úrovne mediálnej gramotnosti seniorov

Predmetom výskumu, ktorého výsledky prezentujeme v tejto štúdií, bolo kvantitatívne zisťovanie úrovne mediálnej gramotnosti seniorskej populácie na Slovensku. Výskum sa pokúša odpovedať na otázku, akými mediálnymi kompetenciami seniori disponujú. Výskumná stratégia, ktorú sme použili, sa zamerala na kombináciu kriticko-hermeneutického prístupu k mediálnej gramotnosti a zručnostného rozmeru v kontexte koncepcie learning by doing.

Hlavným cieľom výskumného projektu bolo definovanie úrovne a analýza mediálnej gramotnosti slovenských seniorov. Zámerom bolo identifikovať a analyzovať ich mediálne kompetencie vo vzťahu k počítačovým a internetovým zručnostiam, vyváženému a aktívnemu používaniu médií, k chápaniu mediálneho obsahu a jeho fungovania, k vedomostiam o médiách a ich regulácii, k správaniu mediálneho konzumenta, k sociálnym vzťahom, občianskej participácii a k vytváraniu mediálnych obsahov. Špecifickými cieľmi výskumu bolo analyzovať úroveň mediálnej gramotnosti vo vzťahu k (a) zručnostiam v používaní a ovládaní médií a bežne dostupných komunikačných prostriedkov; (b) vedomostiam o fungovaní, správaní, výhodách, rizikách a vzťahoch médií; (c) postojom k médiám. Našou úlohou bolo:

- Zistiť, aká je miera trávenia času seniorov s médiami.
- Zistiť, aký je postoj seniorov k médiám z hľadiska ich dôvery v spoľahlivosť/ nespoľahlivosť, overenosť/ neoverenosť, pravdivosť/ nepravdivosť informácií v komunikačných prostriedkoch.
- Zistiť, do akej miery seniori rozlišujú skutočnú realitu od mediálnej reality.
- Zistiť, aké sú vedomosti seniorov o spôsoboch regulácie (legislatíva) mediálnych obsahov.
- Zistiť, aké sú zručnosti seniorov vo vytváraní mediálnych obsahov/produktov.
- Zistiť, či seniori vytvárajú mediálne obsahy na občiansku alebo spoločenskú participáciu.
- Zistiť, aké sú internetové a počítačové (aj pokročilé) zručnosti seniorov.
- Na základe získaných údajov uskutočniť analýzu a určiť úroveň mediálnej gramotnosti seniorskej populácie.

Cieľom Štúdie o kritériách posudzovania úrovne mediálnej gramotnosti (2009), o ktorú sme sa vo výskume opierali, bolo vytvorenie prehľadu kritérií a indikátorov merania úrovne mediálnej gramotnosti v členských štátoch Európskej únie. Z prehľadu faktorov, ktoré majú potenciálny vplyv na formovanie mediálnej gramotnosti, vyplýva, že ide o súbor kritérií na (a) hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti vo všeobecnosti; (b) hodnotenie

(súčasnnej) úrovne mediálnej gramotnosti v členských štátoch; (c) posúdenie sociálnych a ekonomických vplyvov rôznych iniciatív v oblasti mediálnej gramotnosti v jednotlivých členských štátoch, ale aj na európskej úrovni, ktorého cieľom je návrh osobitných opatrení na zvýšenie mediálnej gramotnosti. Ďalšími cieľmi je riešenie problémov, ako sú: (a) zvyšovanie všeobecného povedomia občanov, (b) podpora slobody prejavu, (c) právo na informácie, (d) udržateľnosť demokratickej participácie za účelom dosahovania aktívneho občianstva, (e) multikultúrny dialóg, (f) schopnosti a informovanie užívateľov ako spotrebiteľov. Štúdiá rozlišuje dve základné úrovne mediálnej gramotnosti: *individuálne kompetencie a environmentálne faktory*. Medzi environmentálne faktory patria: (a) *kontext mediálnej gramotnosti* (patria do nej mediálna výchova, politika mediálnej gramotnosti a mediálny priemysel); (b) *dostupnosť médií* (mobilný telefón, internet, televízia, rádio, noviny, kino). Úroveň individuálnych kompetencií mediálnej gramotnosti tvoria: *využívanie zručností* (technických), medzi ktoré radíme (a) zručnosti pracovať s počítačom a internetom, (b) vyvážené a aktívne používanie médií, (c) pokročilé používanie internetu; *kompetencie kritického myslenia*, ktorými sú: (a) porozumenie mediálnym obsahom a ich fungovaniu, (b) vedomosti o médiách a mediálnej regulácii, (c) používateľské správanie; *komunikačné schopnosti*, ktoré tvoria: (a) sociálne vzťahy, (b) občianska participácia, (c) tvorba obsahu.

Vo výskume sme sa zamerali na individuálne kompetencie ako jednu z úrovní mediálnej gramotnosti. Mediálnu gramotnosť sme definovali ako spôsobilosť chápať a dešifrovať mediálne obsahy, ktoré k nám prichádzajú cez komunikačné prostriedky. Mediálnou gramotnosťou rozumieme schopnosť pristupovať k informáciám, analyzovať a vyhodnocovať ich v najrozličnejších formátoch: v obrazoch, zvukoch a správach, s ktorými sme každodenne konfrontovaní a sú dôležitou súčasťou súčasnej kultúry. Mediálne kompetencie predstavujú súbor poznatkov a zručností kreovania mediálnych obsahov a posolstiev profesionálmi na strane jednej a recipientmi na strane druhej. Ide o schopnosť narábať s médiami, spôsobilosť prijímať a interpretovať mediálne obsahy a aktívne sa zúčastňovať procesu mediálnej komunikácie. Pod pojmom mediálna kompetentnosť sme na účely tohto výskumu rozumeli vyšší stupeň mediálnej gramotnosti – funkčnú mediálnu gramotnosť. Jej obsahom je vnútorné prepojený celok zručností, vedomostí a postojov vo vzťahu k médiám.

V rámci finálneho určenia úrovne mediálnej gramotnosti seniorov sme vychádzali z typológie troch úrovní mediálnej gramotnosti podľa medzinárodnej Štúdie o kritériách posudzovania úrovne mediálnej gramotnosti (2009):

- *Základná úroveň mediálnej gramotnosti* – jedinec má súbor schopností, ktoré umožňujú základné použitie médií. Užívateľ pozná ich funkciu, dešifruje základné kódy a vie ich použiť na špecifické účely. Schopnosť analýzy a kritického myslenia vo vzťahu k získaným informáciám je však obmedzená. Komunikačné kompetencie prostredníctvom médií sú tiež obmedzené.
- *Stredná úroveň mediálnej gramotnosti* – jedinec disponuje súborom kompetencií, pomocou ktorých vie na strednej úrovni používať médiá. Pozná do hĺbky ich funkciu a je schopný prostredníctvom médií vykonávať zložité operácie. Užívateľ vie, ako získať a vyhodnotiť požadované informácie, vie vyhodnocovať spôsoby a stratégie vyhľadávania informácií. Užívateľ je aktívny mediálny producent a podieľa sa na spoločenskej a občianskej participácii.
- *Pokročilá úroveň mediálnej gramotnosti* – jedinec je odborníkom v používaní médií, uvedomuje si právne podmienky, ktoré majú vplyv na používanie médií. Užívateľ má hlboké znalosti techník, metód a spôsobov komunikácie, vie analyzovať a konvertovať podmienky, ktoré ovplyvňujú komunikačné vzťahy, vznik a ovplyvňovanie správ. Vo verejnej sfére jedinec figuruje ako používateľ médií, ktorý je schopný aktivovať spoluprácu skupín, ktoré mu pomáhajú riešiť spoločenské alebo občianske problémy.

Kontextuálny rámec výskumu

Dotazníkový výskum a jeho analýzu sme spracovali pre IMEC – Medzinárodné centrum mediálnej gramotnosti pri Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave. V dotazníku išlo o výskumné zisťovanie, ktoré sa sústredilo na analýzu populácie občanov Slovenskej republiky vo veku nad 55 rokov s dôrazom na geograficky multiregionálne pokrytie výskumu. Zamerali sme sa na pilotné zmapovanie úrovne mediálnej gramotnosti seniorskej populácie v Slovenskej republike. Sledovali sme (a) vzorce a zvyklosti používania

médií, (b) kritické myslenie vo vzťahu k médiám, (c) komunikačné zručnosti seniorov. Na Slovensku išlo o pilotný výskum tohto druhu. Cieľom bolo definovať a ustanoviť úroveň mediálnej gramotnosti seniorskej populácie, ktorú by bolo možné s časovým odstupom opakovať, porovnať a získať tak predstavu o trendoch v jej vývoji.

Výskum vychádzal zo všeobecnej definície mediálnej gramotnosti podľa dokumentov nadnárodných európskych inštitúcií. V európskom priestore bolo vo vzťahu k mediálnej gramotnosti kľúčové Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov s názvom Európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí KOM (2007) 833 z 20. decembra 2007. Mediálna gramotnosť sa v ňom definuje ako „schopnosť získavať prístup k médiám, chápať a kriticky vyhodnocovať rôzne aspekty médií a mediálnych obsahov a vytvárať obsahy v rôznych kontextoch.“ Vzdelanie sa chápe ako faktor, ktorý zásadným spôsobom ovplyvňuje kvalitu života. Vo vzťahu k seniorom to deklaruje aj Smernica Európskeho parlamentu 2010/13/ES (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách) v článkoch 46 a 47: (čl. 46) Právo osôb s postihnutím a starších osôb zapájať sa a začleňovať sa do spoločenského a kultúrneho života Únie je neoddeliteľne späté s poskytovaním prístupných audiovizuálnych mediálnych služieb. Prostriedky na dosiahnutie prístupu by mali zahŕňať posunkovú reč, titulkovanie, zvukové opisy a zrozumiteľné orientovanie sa v ponuke, ale nemali by sa neobmedzovať (čl. 47). Mediálna gramotnosť predstavuje zručnosti, znalosti a pochopenia, ktoré spotrebiteľom umožnia využívať médiá účinne a bezpečne. Mediálne gramotné osoby majú možnosť vyberať si na základe informácií, pochopiť povahu obsahu a služieb a využívať celú škálu príležitostí, ktoré ponúkajú nové komunikačné technológie. Sú schopné lepšie chrániť seba a svoje rodiny pred škodlivým alebo urážlivým materiálom. Preto by sa mal podporovať rozvoj mediálnej gramotnosti vo všetkých sférach spoločnosti a mal by sa pozorne sledovať jeho pokrok v tejto oblasti. Odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady z 20. decembra 2006 o ochrane neplnoletých osôb a ľudskej dôstojnosti a o práve na vyjadrenie vo vzťahu ku konkurencieschopnosti európskeho priemyslu audiovizuálnych a online informačných služieb už obsahuje súbor možných opatrení na podporu mediálnej gramotnosti, ako napríklad nepretržité vzdelávanie učiteľov a školiteľov, špecifickú odbornú prípravu v oblasti internetu zameranú na deti od útleho veku vrátane hodín prístupných pre rodičov alebo organizovanie vnútroštátnych kampaní zameraných na občanov a zahŕňajúcich všetky komunikačné médiá s cieľom poskytovať informácie o zodpovednom využívaní internetu.

V kontexte chápania mediálnej gramotnosti v medzinárodných dokumentoch sa náš výskum sústredil na sledovanie týchto oblastí: (a) počítačové a internetové zručnosti, (b) vyvážené a aktívne používanie médií, (c) pokročilé používanie internetu, (d) chápanie mediálneho obsahu a jeho fungovania, (e) vedomosti o médiách a regulácii, (f) správanie užívateľa, (g) sociálne vzťahy, (h) občianska participácia, (ch) vytváranie mediálnych obsahov.

Prístup k používaniu médií sme koncipovali ako dostupnosť médií. Toto kritérium tvorí v štúdiách európskych dokumentov súčasť environmentálnych faktorov. Prístup k používaniu médií znamená viac ako iba ich vlastníctvo, zahŕňa aj schopnosť aktívne používať jednotlivé nástroje médií na plánované účely (napr. prepínanie pri výbere kanálov, písanie textových správ, označenie zaujímavého blogu „like-om“). Úroveň a hĺbka poznania a ovládania médií, ich funkcií a konkrétnych nástrojov je ukazovateľom miery rozvinutosti mediálnych kompetencií. Pod pojmom kritické myslenie v kontexte výskumu máme na mysli kombináciu analytického a hodnotiaceho myslenia. Analýza v zmysle porozumenia, teda schopnosti dekodovať informácie. Hodnotenie v zmysle klasifikovať obsah a kontext. Kritické myslenie je charakteristickou kompetenciou rozoznávať, ako médiá filtrujú naše vnímanie a presvedčenie, ako formujú populárnu kultúru a ovplyvňujú naše správanie. Schopnosť komunikovať v našom výskume znamená širší význam definície slova komunikácia. Ide o komunikáciu v zmysle základného práva každého občana demokratickej krajiny na slobodu prejavu a práva na informácie, ktoré sú základnými piliermi budovania a udržiavania demokracie.

Výskum obsahovo využíval ako oporu dva dokumenty – Štúdiu o kritériách posudzovania úrovne mediálnej gramotnosti (2009) a Testovanie a operacionalizáciu kritérií na hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti v Európe (2011). Štúdiu o kritériách na posudzovanie úrovne mediálnej gramotnosti vypracovalo pre Európsku komisiu päť významných inštitúcií. Išlo o ojedinelý projekt, ktorého hlavným cieľom bolo vytvorenie prehľadu kritérií a indikátorov merania úrovne mediálnej gramotnosti v členských štátoch Európskej únie. Výsledná správa obsahuje najkomplexnejší prehľad faktorov, ktoré majú potenciálny vplyv na formovanie mediálnej gramotnosti. Druhým dokumentom bola správa Oddelenia mediálnej gramotnosti Generálneho riaditeľstva pre informačnú spoločnosť a médiá pri Európskej komisii. Obsahom správy bolo testovanie a operacionalizácia kritérií na hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti v Európe. Správu Európskej komisie sme zvolili najmä vzhľadom na stabilizo-

vanú metodiku. Okrem toho boli pre nás inšpiráciou aj výstupy z rozsiahleho výskumu EU Kids Online, v ktorom osobne participujeme ako členovia výskumného tímu zo Slovenskej republiky. Inšpirovali sme sa tiež výskumným projektom z Českej republiky s názvom Stav mediálnej gramotnosti v Českej republike. Cieľom výskumu bolo určiť úroveň mediálnej gramotnosti obyvateľstva nad 15 rokov. Centrum pre mediálne štúdiá výskum realizovalo pre Radu pre rozhlasové a televízne vysielanie. Výsledky štúdie zverejnili v máji 2011.

Mediálna gramotnosť sa na Slovensku inštitucionalizovala len nedávno: (a) v ideovej oblasti v podobe Koncepcie mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania, (b) vo vzdelávacej oblasti ako povinná prierezová téma na základných a stredných školách; nepovinný alebo voliteľný predmet na základných a stredných školách; všetky tri stupne (Bc., Mgr., PhD.) vysokoškolského štúdia študijného programu aplikované mediálne štúdiá (nepedagogická forma mediálnej výchovy); kvalifikačné štúdium predmetu mediálna výchova v rámci programu kontinuálneho vzdelávania pedagogických zamestnancov a odborných zamestnancov; univerzity tretieho veku, (c) vo výskumnej oblasti v podobe výskumov IMEC, ktoré mapovali stav mediálnej výchovy na stredných a základných školách, (d) v legislatívnej rovine v Zákone 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii v § 5 Pôsobnosť rady, ktorý určuje povinnosť Rade pre vysielanie a retransmisii podľa písmena j) „poskytovať Ministerstvu kultúry a Ministerstvu školstva, vedy a techniky Slovenskej republiky podklady k správe, ktorej obsahom je zhodnotenie stavu a úrovne mediálnej gramotnosti.“ Z Koncepcie mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania vyplýva, že hlavné ciele, ktoré sa týkajú vzdelávania seniorov sú: (a) zvyšovanie mediálnej gramotnosti všetkých vekových skupín populácie, (b) aktualizácia mediálnych kompetencií, zodpovedný a kritický prístup k médiám, efektívne využívanie médií a nových komunikačných technológií, (c) učiť jednotlivcov „učiť sa“ a využívať možnosti, ktoré im médiá a nové komunikačné prostriedky ponúkajú, vo svoj prospech, (d) ochrana špecifických skupín (seniorov) pred obsahmi a službami, ktoré by ich svojou povahou mohli ohroziť, a ktoré nedokážu vzhľadom na nedostatočnú úroveň mediálnej gramotnosti posúdiť, (e) zabrániť formám generačného komunikačného a informačného zaostávania, (f) zabrániť akýmkoľvek formám sociálneho vylúčenia z dôvodu nedostatočnej úrovne mediálnej gramotnosti.

Výskum sme nastavili tak, aby sa zhodoval s vymedzením mediálnej gramotnosti podľa európskych nadnárodných dokumentov, Koncepcie mediálnej výchovy v rámci celoživotného vzdelávania a vzdelávacími programami univerzít tretieho veku.

Okruhy otázok sme rozdelili na tri hlavné celky.

1. Celok I. Používateľské zručnosti (technické)

- počítačové a internetové zručnosti,
- vyvážené a aktívne používanie médií,
- pokročilé používanie internetu.

Sledovali sme tieto aktivity: čítanie kníh (printových alebo elektronických), čítanie novín (printových alebo online), hranie počítačových alebo videohier, návštevy kina, používanie internetu, posielanie e-mailov s prílohami, zdieľanie spoločných súborov.

2. Celok II. Kritické chápanie médií a mediálnych obsahov

- chápanie mediálneho obsahu a jeho fungovania,
- vedomosti o médiách a regulácii,
- správanie užívateľa.

Sledovali sme tieto aktivity: dôvera v informácie, ktoré prezentujú rôzne mediálne zdroje (noviny, televízia, rozhlas, internet), povedomie o informáciách, ktoré sa prezentujú v rôznych mediálnych zdrojoch (rôzne televízne kanály, rôzne spravodajské relácie, rôzne vyhľadávače), povedomie o vplyve reklamy, znalosť predpisov, ktoré majú vplyv na činnosť médií, schopnosť identifikovať možnosti na zhromažďovanie informácií, schopnosť kritického hodnotenia vierohodnosti informácií, porovnávanie informácií medzi jednotlivými zdrojmi, zručnosti v oblasti nastavenia ochrany vlastného súkromia pred nežiaducimi správami.

3. Celok III. Komunikačné zručnosti

- sociálne vzťahy,
- participácia občanov,
- vytvorenie obsahu.

Sledovali sme tieto aktivity: vytváranie obsahu naprieč rôznymi médiami vrátane písaných textov, video-textov, audiotextov a vizuálnych médií, prispievanie do verejnej diskusie (komentovanie alebo písanie blogov, písanie listov redaktorom novín), využívanie internetu na sociálne kontakty.

Predpokladáme, že okruhy otázok by sa mohli cyklicky uplatňovať ako základný prieskum merania trendov vývoja v prístupe k médiám, čo sa týka ich vyváženého používania, kritického porozumenia médiám, komunikácie a spoločenskej participácie. Otázky by mohli slúžiť na opakovaný výskum základných ukazovateľov kľúčových zložiek mediálnej gramotnosti (environmentálne faktory, regulačný rámec a mediálna výchova).

Zisťovanie sme realizovali formou kvantitatívneho výskumu. Na zbere dát sa podieľalo 46 inštruovaných dopytovateľov. Výskum sa realizoval najmä v združeních a spolkoch dôchodcov po celom území Slovenska. Za výskumnú metódu sme zvolili písomné dopytovanie v kombinácii s PAPI – osobným dopytovaním výskumníka a respondenta. Písomné dotazníky sme zvolili z toho dôvodu, že seniori (a) mali na zodpovedanie otázok dostatok času a pokoja, (b) sme vylúčili okolité vplyvy na odpovede, (c) súkromie pri vyplňaní dotazníka môže zvýšiť úprimnosť odpovedí, (d) dotazník obsahoval uzavreté otázky. Osobné dopytovanie sme použili ako sprievodnú výskumnú metódu preto, lebo (a) výberovú vzorku sme vyberali cieľene, (b) výskumníci vyvolali záujem odpovedať a vysvetlili náročnejšie otázky, (c) eliminovali sme problémy s návratnosťou dotazníka.

Vyhodnotenie výskumných dát, závery a zistenia výskumu

V rámci dotazníkového zisťovania sme oslovili celkovo 1022 respondentov. Z toho 379 mužov a 623 žien. Z hľadiska vekovej štruktúry bolo 5,7 % respondentov vo veku 55 – 59 rokov, 57,6 % respondentov vo veku 60 – 69 rokov, 30,0 % respondentov vo veku 70 – 79 rokov, 6,0 % respondentov vo veku 80 – 89 rokov, 0,7 % vo veku nad 90 rokov. Vzdelanostná štruktúra vzorky bola nasledujúca: 2 % respondentov nemalo žiadne vzdelanie, 24,1 % malo najvyšší stupeň dosiahnutého vzdelania základné vzdelanie, 62,8 % respondentov ukončilo učňovské, stredoškolské a 10,2 % respondentov ukončilo vysokoškolské vzdelanie s magisterským titulom. 0,9 % nevedelo odpovedať a 3,9 % na otázku neodpovedalo. Najviac, takmer 40 % respondentov pochádzalo z malého mesta alebo mestečka, 27,1 % z dediny. Necelá tretina respondentov býva vo veľkom meste alebo jeho periférii. 3,7 % respondentov uviedlo, že býva na farme alebo v dome na vidieku, 0,5 % uviedlo možnosť iné.

Špecifickým cieľom výskumu bolo analyzovať úroveň mediálnej gramotnosti vo vzťahu k (a) zručnostiam v používaní a ovládaní médií a bežne dostupných komunikačných prostriedkov, (b) vedomostiam o fungovaní, správaní, výhodách, rizikách a vzťahoch médií, (c) postojom k médiám.

Miera trávenia času seniorov s médiami

- Napriek novým komunikačným technológiám sú tradičné médiá silnou a stabilnou súčasťou života seniorov. Dominantným médium v živote slovenských seniorov je jednoznačne televízia, s ktorou trávia starší ľudia každý deň alebo takmer každý deň. Druhým najobľúbenejším a najvyhľadávanejším médium je rádio, na treťom mieste sú noviny alebo časopisy.
- Knihy dostávajú v živote seniorov menší priestor ako tradičné médiá. Zatiaľ čo s médiami trávia seniori veľké množstvo času každý deň alebo takmer každý deň, čítanie kníh je občasná alebo ojedinelá záležitosť.
- Tradičné médiá majú v živote seniorov veľkú zotrvačnosť. Napriek širokému rozšíreniu moderných technológií a stále výraznejšej dostupnosti internetu je vzťah seniorov k používaniu internetu veľmi opatrný a vlnitý. Viac ako dve tretiny seniorov nepoužívajú internet, časť ho využíva zriedkavo, malá časť aktívne a pravidelne.

- Z moderných technológií si našli v živote starších ľudí miesto mobilné telefóny, ktoré používajú tri štvrtiny seniorov. Používajú ich na tradičné komunikačné účely, internet prostredníctvom mobilného telefónu seniori používajú len minimálne.

Postoj seniorov k médiám z hľadiska ich dôvery v spoľahlivosť/nespoľahlivosť, overenosť/neoverenosť, pravdivosť/nepravdivosť informácií v komunikačných prostriedkoch

- Slovenskí seniori prevažne veria v spoľahlivosť informácií, ktoré sa dozvedia z médií. Najspoľahlivejšie informácie podľa nich poskytujú rádiá, za nimi v spoľahlivosti nasledujú noviny, televízie, na poslednom mieste je podľa starších ľudí internet. Väčšina seniorov sa vedela vyjadriť k spoľahlivosti informácií z tradičných médií, k internetovému prostrediu sa starší ľudia väčšinou nevedeli vyjadriť.
- Starší ľudia si všimajú rozdielnosť informácií k tej istej udalosti vo viacerých zdrojoch. Najväčšie rozdiely zaregistrovali na televíznych staniciach, nasledovali rozhlasové stanice a noviny. Prevažná väčšina seniorov nedokázala posúdiť rozdielnosť informácií v internetovom prostredí.

Miera rozlišovania skutočnosti od mediálnej reality

- O čosi viac ako polovica seniorov rozlišuje mediálnu realitu od skutočnej reality, čo sa týka zobrazovania násilných mediálnych obsahov a jeho dôsledkov. Necelá polovica sa nad rozdielom medzi mediálnou a skutočnou realitou nezamýšľa, ale k tejto oblasti sa nevie vyjadriť.
- Necelá polovica seniorov si všimá idoly a vzory, ktoré nám prinášajú médiá. Viac ako polovica si tieto javy nevšimá alebo sa k nim nevie vyjadriť.
- Viac ako polovica seniorov si nevšimla alebo nevie identifikovať skrytú reklamu a zámerné umiestňovanie produktov v mediálnych obsahoch so zámerom ich propagácie a zvýšenia predajnosti.
- Väčšina slovenských seniorov si neuvedomuje a v malej miere reflektuje manipulatívne a persuzívne mediálne techniky.

Vedomosti seniorov o spôsoboch regulácie (legislatívne) mediálnych obsahov

- Seniori majú priemerné vedomosti o spôsoboch regulácie mediálnych obsahov. Najlepšie vedomosti má viac ako polovica seniorov o predpisoch vo vzťahu k obsahu reklamy, nasledujú vedomosti o autorských právach, približne polovica vie identifikovať typ obsahu, ktorý môžu médiá zverejniť a menej ako polovica vie charakterizovať legálnosť miesta a času umiestnenia reklamy.

Zručnosti seniorov vo vytváraní mediálnych obsahov/produktov

- Produkčné a kreatívne praktické mediálne zručnosti slovenských seniorov sú veľmi obmedzené. Najčastejšie majú rozvinuté tie praktické zručnosti, ktoré súvisia s tradičnými, najmä printovými médiami. Jedna desatina a menej má skúsenosti (v poradí od najväčšej po najmenšiu zaznamenanú aktivitu) s vytvorením správy alebo novinového článku, listu novinám, písanej literatúry, videomateriálu alebo audiomateriálu rôzneho druhu.

Vytváranie mediálnych obsahov súvisiacich s občianskou alebo spoločenskou participáciou

- Len nízky počet seniorov vytvára mediálne obsahy určené na napĺňanie občianskych, spoločenských alebo politických cieľov. Podľa výsledkov teda seniori vykazujú slabú participáciu na tvorbe mediálnych útvarov a produktov.
- Zo všetkých sledovaných aktivít, ktoré seniori realizujú, aby sa vyjadrili k občianskemu alebo spoločenskému problému, je tvorba mediálnych obsahov uprostred pomyselného rebríčka vyvinutých aktivít. Menej ako polovica seniorov podpisuje petície na vyjadrenie podpory občianskej alebo politickej záležitosti, menej ako štvrtina daruje peniaze na spoločenský alebo politický cieľ, necelá sedmina vytvára mediálne útvary a produkty určené na občiansku a spoločenskú participáciu, menej ako desatina sa zúčastňuje verejných, nenásilných demonštrácií, kontaktuje politika alebo politickú stranu a najmenej seniorov sa vyjadruje k politickým alebo občianskym problémom prostredníctvom blogu, Twitteru alebo inej sociálnej siete.

Internetové a počítačové (aj pokročilé) zručnosti seniorov

- Dve tretiny seniorov nedisponujú ani základnými internetovými a počítačovými kompetenciami. Na otázky o počítačových zručnostiach odpovedala len jedna tretina seniorov. Digitálne gramotní seniori disponujú kompetenciami, ktoré využívajú predovšetkým na (v poradí od najčastejších po najmenej časté činnosti) komunikáciu s príbuznými, priateľmi a kolegami formou posielania a prijímania emailov, vyhľadávanie informácií o tovaroch alebo službách, čítanie alebo sťahovanie online novín a magazínov, nákup tovaru alebo služieb na súkromné účely, internet banking, pozieranie televízie alebo sťahovanie filmov (príp. hudby), komunikáciu so štátnymi úradmi, nahrávanie seniormi vytvoreného obsahu, hľadanie zamestnania. Približne polovica seniorov, ktorí aktívne pracujú s internetom, vie zabrániť napadnutiu počítača vírusom, nastaviť ochranu osobných údajov a ochranu pred prijatím nevyžiadanych emailov (spamov a hoaxov), používa na získavanie informácií vyhľadávače (napr. Google alebo Yahoo).

Hlavným cieľom výskumu bolo na základe získaných údajov uskutočniť analýzu a určiť úroveň mediálnej gramotnosti seniorskej populácie.

Výpočet výsledku úrovne mediálnej gramotnosti

Výsledky každej z týchto troch oblastí sa vypočítajú ako súčet výsledných bodov pre každého respondenta, ktorý sa vyjadri v troch úrovniach:

Výpočet úrovne používateľských zručností:

- základná úroveň (výsledok: 0 – 11 bodov),
- stredná úroveň (výsledok: 12 – 16 bodov),
- pokročilá úroveň (výsledok: 17 – 20 bodov).

Výpočet úrovne kritického myslenia:

- základná úroveň (výsledok: 0 – 5 bodov),
- stredná úroveň (výsledok: 6 – 8 bodov),
- pokročilá úroveň (výsledok: 9 – 11 bodov).

Výpočet úrovne používania komunikačných kompetencií:

- základná úroveň (výsledok: 0 – 1 bodov),
- stredná úroveň (výsledok: 2 – 3 bodov),
- pokročilá úroveň (výsledok: 4 – 5 bodov).

Základné otázky na zistenie úrovne mediálnej gramotnosti

• **Kategória: Používateľské zručnosti**

Otázka: Ako často ste v priebehu posledných troch mesiacov vykonávali nasledujúce aktivity?

- Čítal knihu (printovú alebo e-book).
- Hral počítačovú hru alebo videohru.
- Išiel do kina.
- Použil internet. Možnosti odpovedí a výsledok: (aspoň raz za týždeň = 3 body, aspoň raz za mesiac = 2 body, menej ako raz za mesiac = 1 bod, nikdy = 0 bod).

Otázka: Ktoré z nasledujúcich aktivít ste už vykonávali?

- Poslal mail s prílohami.
- Použil internet prostredníctvom mobilného telefónu.
- Písal blog. Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 2 body, nie = 0 bodov).

• **Kategória: Kritické myslenie**

Otázka: Na škále od 1 po 5, kde 1 je úplne nespoľahlivé a 5 úplne spoľahlivé, by ste označili noviny ako zdroj informácií za spoľahlivé alebo nespoľahlivé? Možnosti odpovedí a výsledok: (5 úplne spoľahlivé = 0 bodov, 4 = 1 bod, 3 = 1 bod, 2 = 1 bod, 1 úplne nespoľahlivé = 0 bodov).

Otázka: Myslíte si, že existujú rozdiely v tom, ako je tá istá alebo súvisiaca informácia zobrazená na rôznych webových stránkach na internete? Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bod).

Otázka: Keď si všimnete rozdiely v tom, ako je tá istá alebo súvisiaca informácia zobrazená rozličnými zdrojmi, čo zvyčajne urobíte? Pokúšam sa porovnať ich s informáciami z iného zdroja (napr. z kníh, encyklopédií, iných televíznych staníc alebo novín). Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1, nie = 0).

Otázka: Keď používate médiá (keď pozeráte televíziu, čítate noviny, pozeráte si internet, hráte videohry) rozmýšľali ste niekedy o hociakorej z nasledujúcich výpovedí?

- „Toto je reklama, aj keď je urobená tak, aby to tak nevyzeralo.“
- „Toto nie je prirodzené telo.“
- „Toto by v skutočnom živote bolo oveľa viac.“ Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1, nie = 0).

Otázka: Keď navštívite novú webovú stránku, overíte si informácie aj na iných stránkach? Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bodov, nepoužívam internet = 0 bodov).

Otázka: Urobili ste niekedy niečo pre to, aby ste sa vyhlí prijatiu nevyžiadanych správ alebo mailov? (Napríklad inštalovaním filtrov alebo blokovaním odosielateľa). Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bodov, nepoužívam internet = 0 bodov).

Otázka: Myslíte si, že existujú pravidlá alebo zákony o tom, kde a kedy môže byť umiestnená reklama? Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bodov).

Otázka: Na škále od 1 do 5, kde 1 je veľmi jednoduché a 5 je veľmi náročné, za ako jednoduché alebo náročné považujete...?

- Presne definovať informácie, ktoré potrebujete na to, aby ste vyriešili problém alebo úlohu súvisiacu so štúdiom alebo prácou?
- Presne a pravdivo posúdiť protichodné informácie, ktoré ste zistili, aby ste vyriešili problém alebo úlohu súvisiacu so štúdiom alebo prácou? Možnosti odpovedí a výsledok: (1 veľmi jednoduché = 1 bod, 2 = 1 bod, 3 = 0 bodov, 4 = 0 bodov, 5 veľmi náročné = 0 bodov).

• **Kategória: Komunikatívne schopnosti**

Otázka: Vytvorili ste v priebehu posledného roka jeden z nasledujúcich mediálnych obsahov?

- Písanú literatúru akéhokoľvek druhu (knihy, eseje, básne, blog atď.).
- Videomateriál alebo audiomateriál rôzneho druhu (film, komiks/kreslená rozprávka, pieseň atď.). Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bod).

Otázka: Použili ste internet v posledných troch mesiacoch na nasledujúce účely?

- Nahrať samostatne vytvoreného obsahu (text, obrázky, fotografie, video, hudba) na zdieľanie na ktorejkoľvek webovej stránke.
- Na komunikáciu s príbuznými, priateľmi a kolegami prostredníctvom internetu.
- Vyjadrením sa k politickým alebo občianskym problémom prostredníctvom blogu, Twitteru alebo sociálnej siete. Možnosti odpovedí a výsledok: (áno = 1 bod, nie = 0 bodov, nepoužívam internet = 0 bodov).

Výsledná úroveň mediálnej gramotnosti (VÚMG) slovenských seniorov

POHLAVIE			
KATEGÓRIA	POUŽÍVATELSKÉ ZRUČNOSTI	KRITICKÉ MYSLENIE	KOMUNIKAČNÉ KOMPETENCIE
muži	6	4	1
VÚMG	základná	základná	základná
ženy	6	4	1
VÚMG	základná	základná	základná
VEK			
KATEGÓRIA	POUŽÍVATELSKÉ ZRUČNOSTI	KRITICKÉ MYSLENIE	KOMUNIKAČNÉ KOMPETENCIE
vek 55 – 59	7	5	1
VÚMG	základná	základná	základná
vek 60 – 69	7	5	1
VÚMG	základná	základná	základná
vek 70 – 79	5	4	0
VÚMG	základná	základná	základná
vek 80 – 89	4	3	0
VÚMG	základná	základná	základná
vek 90+	3	2	0
VÚMG	základná	základná	základná
BYDLISKO			
KATEGÓRIA	POUŽÍVATELSKÉ ZRUČNOSTI	KRITICKÉ MYSLENIE	KOMUNIKAČNÉ KOMPETENCIE
veľké mesto	6	5	1
VÚMG	základná	základná	základná
predmestie, periféria	6	4	1
VÚMG	základná	základná	základná
malé mesto	6	5	1
VÚMG	základná	základná	základná
dedina	5	4	0
VÚMG	základná	základná	základná
farma, vidiek	5	3	0
VÚMG	základná	základná	základná
iné	9	8	2
VÚMG	základná	stredná	stredná

VZDELANIE			
KATEGÓRIA	POUŽÍVATELSKÉ ZRUČNOSTI	KRITICKÉ MYSLENIE	KOMUNIKAČNÉ KOMPETENCIE
bez vzdelania	3	3	0
VÚMG	základná	základná	základná
základné	5	3	0
VÚMG	základná	základná	základná
stredoškolské	6	5	1
VÚMG	základná	základná	základná
vysokoškolské	10	7	2
VÚMG	základná	stredná	stredná
nevie určiť	6	4	1
VÚMG	základná	základná	základná
SENIORI SPOLU			
KATEGÓRIA	POUŽÍVATELSKÉ ZRUČNOSTI	KRITICKÉ MYSLENIE	KOMUNIKAČNÉ KOMPETENCIE
seniori	6	4	1
VÚMG	základná	základná	základná

Na základe výsledkov výskumu môžeme konštatovať, že výskumná vzorka 1022 seniorov, ktorú sme skúmali, má základnú (nízku) úroveň mediálnej gramotnosti vo všetkých troch sledovaných kategóriách. Používateľské zručnosti, kritické myslenie aj komunikatívne kompetencie slovenských seniorov dosahujú najnižšiu možnú úroveň. Zovšeobecnene môžeme konštatovať, že seniori poznajú základné funkcie médií a vedia ich využívať na vzdelávanie, relax alebo zábavu. Starší ľudia disponujú súbormi schopností, ktoré im umožnia vyhľadať požadované informácie v médiách. Seniori však nepoznajú všetky funkcie médií a nedisponujú schopnosťou prostredníctvom médií vykonávať zložité operácie. Rovnako nevedia vyhodnocovať spôsoby a stratégie vyhľadávania informácií. Slovenskí seniori rozhodne nespĺňajú kritériá profesionálnych používateľov médií. Schopnosti analýzy a kritického myslenia seniorov vo vzťahu k mediálnym obsahom sú obmedzené. Príliš dôverujú mediálnym informáciám a málo ich porovnávajú s externými alebo internými zdrojmi informácií. Seniori nevedia hodnotiť dôveryhodnosť, dôležitosť a význam informácií. Majú nízke povedomie o mediálnych účinkoch a možnostiach ochrany pred negatívnymi vplyvmi, majú obmedzené zručnosti v nastavení ochrany súkromia. Seniori nie sú úplne zorientovaní, nedostatočne sa zaujímajú o právne a regulačné podmienky fungovania a používania médií, nemajú hlboké znalosti o technikách, metódach a spôsoboch mediálnej komunikácie. Nemajú dostatočne rozvinuté samostatné, analytické a kritické myslenie na to, aby vedeli analyzovať a konvertovať podmienky, ktoré ovplyvňujú komunikačné vzťahy, vznik a ovplyvňovanie informácií a správ a pod. Seniorské komunikačné schopnosti v oblasti vytvárania mediálnych obsahov sú obmedzené. Minimálne alebo vôbec neprispievajú do verejných diskusií, vo veľmi obmedzenej miere využívajú internet na sociálne kontakty, minimálne alebo vôbec nespôsobujú na online spoločných projektoch a neaktivujú spoluprácu skupín, ktoré im pomáhajú riešiť spoločenské alebo občianske problémy a pod.

Pesimistické je zistenie, že slovenskí seniori majú základnú (nízku) úroveň mediálnej gramotnosti. Rozdiel medzi úrovňou mediálnej gramotnosti mužov a žien sme nezaznamenali. S rovnakým výsledkom z výskumu vyšli aj vekové kategórie rozdelené do konkrétnych vekových skupín. Môžeme však povedať, že seniori 55- až 59-roční a 60- až 69-roční na základe výsledného bodového hodnotenia mali lepšiu úroveň mediálnej gramotnosti ako staršie vekové skupiny, ich mediálna gramotnosť však tiež dosahovala len základnú úroveň. Podľa rozdelenia seniorov na základe bydliska môžeme konštatovať, že sme nezaznamenali rozdiel medzi úrovňou mediálnej gramotnosti seniorov podľa trichotomickej klasifikácie. Z bodového hodnotenia v tabuľke vyplynulo,

že mierne vyššiu mediálnu gramotnosť v oblasti používateľských zručností majú seniori z veľkých miest, periférií a malých miest. Stredný stupeň úrovne mediálnej gramotnosti v kategórii kritického myslenia získala na základe delenia podľa bydliska kategória „iné“. Keďže do tejto kategórie patrilo 5 seniorov, nemôžeme z toho vyvodit relevantné a validné závery. Z hľadiska rozdelenia seniorov podľa vzdelania môžeme konštatovať, že čím vyššie vzdelanie senior má, tým vyššia je jeho úroveň mediálnej gramotnosti. Ostrovčekom pozitívnej deviácie je skupina seniorov s vysokoškolským vzdelaním (100 jedincov), ktorá v druhej (kritické myslenie) a tretej kategórii (komunikačné kompetencie) hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti dosiahla stredný stupeň. Ide o seniora, ktorý má primeranú schopnosť kriticky hodnotiť médiá a mediálne produkty, vie hodnotiť dôveryhodnosť, dôležitosť, význam informácií. Dokáže informácie porovnávať z rôznych zdrojov, pozná mediálne účinky a možnosti ochrany pred negatívnymi vplyvmi, vie nastaviť ochranu vlastného súkromia. Senior ako používateľ je aktívny mediálny producent, vie kreatívne tvoriť mediálne obsahy, disponuje schopnosťou využívať internet na sociálne kontakty a občiansku participáciu a vie spolupracovať na spoločných online projektoch.

Optimistické je zistenie, že sa podarilo určiť úroveň mediálnej gramotnosti slovenských seniorov, na jej základe môžeme stavať vzdelávacie programy mediálnej výchovy pre seniorov a sledovať tendencie vývoja úrovne mediálnej gramotnosti seniorov meniace sa v čase.

Odporúčania výskumu

Tradičné médiá majú v živote seniorov veľkú používateľskú zotrvačnosť, ktorá ovplyvňuje ich vzťah k novým médiám a moderným komunikačným technológiám. Na to, aby došlo k premene vzťahu od tradičných médií k novým, musí dôjsť k dynamickému procesu, v ktorom starší ľudia prejavia ochotu prísť s novými médiami do kontaktu a nadobúdať kompetencie v práci s nimi. Okrem toho to vyžaduje podmienky prostredia, v ktorom sa seniori pohybujú, akými sú dostupnosť moderných technológií alebo prítomnosť osôb v neformálnom (napr. rodinnom) alebo formálnom (napr. školskom) prostredí, ktoré budú schopné pomáhať rozvíjať mediálne kompetencie seniorov v oblasti nových médií a komunikačných technológií. Z viacerých výskumov (napríklad z výskumu úrovne mediálnej gramotnosti obyvateľstva nad 15 rokov s názvom Stav mediálnej gramotnosti v ČR, 2011) vyplynulo, že významným faktorom, ktorý formuje vzťah seniorov k médiám, je okrem výšky príjmu prítomnosť alebo neprítomnosť generačného spolužitia. Staršia generácia je otvorenejšia voči prichádzajúcim moderným komunikačným technológiám, ak je k nim privedená mladšou generáciou. Vyšší príjem zas posilňuje ochotu a možnosť využívať nové komunikačné technológie. Premeny vzťahu seniorov k tradičným a moderným médiám budú dôležitým ukazovateľom trendu vývoja mediálnych kompetencií seniorov. Ich premeny bude potrebné sledovať v priebehu dozrievania a starnutia súčasnej generácie „digitálnych domorodcov“.

Spolupráca s výskumnými inštitúciami by mala poskytovať perspektívne pohľady na trendy vývoja mediálnej gramotnosti a zisťovať jej aktuálny stav v seniorskej populácii. Osobitnú pozornosť treba venovať výskumu: (a) konkrétnych mediálnych komunikačných kompetencií a kompetencií rozvoja kritického myslenia, (b) množstva času stráveného s médiami, (c) technických zručností narábania s internetom, počítačom a inými digitálnymi zariadeniami, ktoré podporujú vlastnú aktívnu tvorbu mediálnych produktov a ich rozširovanie. Systematické zhromažďovanie týchto dát bude tvoriť ukazovatele smerovania mediálnej gramotnosti. Na základe vývoja tendencií a ich merania v čase sa môžu následne odvíjať politické a vzdelávacie európske a vnútroštátne vízie rozvoja mediálnej gramotnosti.

V oblasti vzdelávania je dôležité, aby sa mediálne kompetencie považovali za kľúčové z odborného aj laického hľadiska. Odraziť by sa to malo v didaktických prístupoch, integrovaní do učebných osnov, osvojiť by si to mali predovšetkým pedagógovia a lektori, ktorí s mediálnou výchovou prichádzajú do kontaktu. Do zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti by sa mali zapojiť vzdelávacie inštitúcie, predovšetkým univerzity tretieho veku. Výsledky nášho výskumu môžu poslúžiť v rámci úpravy a prispôbení spôsobov a metód práce v cieľovej skupine. Podporovať treba predovšetkým tvorivé a participatívne vzdelávacie systémy. Mediálna výchova seniorov predpokladá formu opakovaných vzdelávacích programov (akreditované kurzy, školenia, workshopy), ktoré sa spoja s praktickými tréningami alebo cvičeniami. Začlenenie mediálnej výchovy do systému vzdelávania predpokladá vytvorenie podmienok na samotný systém vzdelávania. Vzdelávaniu seniorov sa na Slovensku v oblasti mediálnej výchovy venuje podľa dostupných informácií zatiaľ len Fakulta humanitných vied Žilinskej univerzity v Žiline,

a to formou univerzity tretieho veku. Ide o študijný program Človek a médiá, otvorili ho v roku 2010 a do trojročného štúdia nastúpilo 17 študentov. Výučbu zabezpečujú prevažne pracovníci katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva. Fakulta masmediálnej komunikácie plánuje otvoriť vzdelávanie seniorov na jeseň tohto roku. IMEC pripravuje pilotné overovanie vzdelávania seniorov. Cieľom vzdelávacieho kurzu je dosiahnuť, aby seniori tradičné, ale aj nové médiá neinterpretovali ako strašiaka, ale ako pomoc, vďaka ktorej môžu byť nielen informovaní, ale môžu aj rozhodovať vo vlastnom záujme a používať médiá vo svoj prospech. Projektový zámer predpokladá kurz, ktorý bude podporovať aktívne starnutie. Podnetom pre vznik projektu je úsilie splniť dve základné špecifické úlohy: (1) sústrediť potenciál „strieborných mozgov“ a vytvoriť podmienky na využitie ich vedomostného potenciálu v každodennom živote a v prospech celej spoločnosti, (2) sprostredkovať tieto vedomosti a zručnosti tým, ktorí ich potrebujú a ktorí o ne stoja, a tak prispievať k vytváraniu podmienok na zlepšenie kvality ich osobného života a zmysluplné zapájanie populačnej skupiny seniorov do spoločenského diania. Hlavné ciele vzdelávacieho kurzu mediálna výchova pre seniorov sú: (a) naučiť ich kontrolovať vlastný konzumu médií; (b) nepodceňovať vplyvy, ktoré na nás médiá majú; (c) vyhýbať sa automatickým reakciám v rámci kontaktu s médiami; (d) sledovať vlastné ciele, nie ciele vlastníkov médií; (e) vytvoriť si aktívny postoj k médiám; (f) spoznať fungovanie médií, marketingu, reklamy; (g) spoznať možnosti a spôsoby manipulácie s informáciami či obrazom; (h) spoznať legislatívny rámec (najmä oblasť práv duševného vlastníctva vo vzťahu k médiám a mediálnym obsahom); (ch) zlepšiť mediálne zručnosti; (i) poskytnúť poradenstvo v oblasti ochrany vnútra pred negatívnymi účinkami médií; (j) naučiť seniorov využívať služby nových komunikačných technológií. Doplnkovými formami môžu byť klubové stretnutia, okrúhle stoly, diskusie, prezentácie, výstavy a konzultácie. Odporúča sa vytvoriť jednoduché praktické vzdelávacie materiály a pokyny pre seniorov v oblasti zručnostného narábania s médiami, mediálnej regulácie, občianskej participácie a kritického prístupu k médiám.

Jedným z cieľov výskumu bolo zistiť, na akej úrovni sú mediálne kompetencie seniorov, čo sa týka ich aktívnej participácie na vážnych celospoločenských problémoch. Online médiá môžu hrať dôležitú úlohu pri podpore inovatívneho aktívneho občianstva. Európska únia vo svojich dokumentoch deklaruje úmysel posilniť občiansku participáciu všetkých skupín obyvateľstva. Odporúčaním v oblasti politiky je, aby jedným z cieľov vnútroštátnej politiky bola podpora rozvoja mediálnej gramotnosti v rámci celoživotného vzdelávania. Podpora online komunikácie a kompetencií totiž zabezpečí, že aj seniori môžu zvýšiť úroveň svojej mediálnej gramotnosti a zapojiť sa do online sprostredkovaných demokratických procesov. V rámci rotácie predsedníctva v Európskej únii sa Slovensko spolu s Holandskom a Maltou stane predsedajúcou krajinou v druhej polovici roku 2016. V súčasnosti prebieha iniciačná fáza (2012 – 2013), ktorá spočíva vo vytvorení administratívnych štruktúr s koordinačnými a rozhodovacími právomocami, v nastavení vzdelávacích modulov pre administratívu, vytvorení rozpočtových predpokladov pre úvodné opatrenia, analýzy súčasného stavu a možností štátnej správy, definovaní potrieb a zdrojov. Po nej bude nasledovať prípravná fáza (2014 – 2015), súčasťou ktorej bude definovanie obsahových priorít SK PRES 2016. V súčasnosti sa už v gescii jednotlivých rezortov zvažujú tematické okruhy, ktoré budú prioritné pri tvorbe politických cieľov. Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR navrhuje prioritu podpory vedy a výskumu. Keďže rozvoj mediálnej gramotnosti a zvyšovanie úrovni mediálnych kompetencií seniorov sú jednými z dlhodobých priorít Európskej únie a kľúčových kompetencií jej obyvateľov, budeme ako výskumné pracovisko a vzdelávacia inštitúcia iniciovať zaradenie podpory mediálnej výchovy medzi prioritné ciele predsedníctva Slovenskej republiky v Európskej únii. Možný úspech vyplýva z jednej z hlavných iniciatív stratégie Európa 2020, ktorou je Digitálny program pre Európu.

V oblasti propagácie by bolo vo vzťahu k seniorskej populácii ideálne uskutočniť celoslovenskú kontinuálnu informačnú kampaň o potrebe zvyšovania mediálnej gramotnosti, ktorá by čerpala skúsenosti s propagáciou mediálnej výchovy z iných krajín Európy, kde má mediálna výchova už tradíciu. Vytvorenie projektu na propagáciu mediálnej výchovy je jedným z ďalších zámerov Medzinárodného centra mediálnej gramotnosti IMEC. Rozvoj mediálnej gramotnosti by mal byť súčasťou všetkých iniciatív, ktoré podporujú začleňovanie rizikových skupín (vrátane seniorov) do života modernej spoločnosti. Mnohé štúdie ukázali, že ľudia, ktorí ovládajú rôzne typy médií, majú tiež silné slovo vo verejnej diskusii. Politika mediálnej gramotnosti by sa mala sústrediť na aktívnu podporu začleňovania mediálnej výchovy do života seniorov. Existuje vysoký predpoklad, že so zvýšením mediálnej gramotnosti sa zvýši nielen kvalita života seniorov, ale aj života našej spoločnosti.

Záver

Súčasťou života každého z nás sú starší jedinci, ktorí túžia po aktivite, po lepšom začlenení do spoločnosti, po vzdelávaní. Vyšší vek a s ním spojené biologické zmeny v organizme jedinca môžu predstavovať neľahkú etapu života. Bariéry v uskutočňovaní životných úloh a plánov môžu však byť aj psychologické a sociálne. Neschopnosť v jednej oblasti môže vyvolať neschopnosť v inej oblasti, čím sa rozvíja tzv. špirála neschopnosti alebo naučená neschopnosť. Jednou z vysokých ambícií zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti seniorov a cieľov rozvoja ich mediálnych kompetencií je pomôcť staršiemu jedincovi aktívnym vzdelávaním vyjsť z bludného kruhu „nezvládania“ a pomôcť mu zvýšiť kvalitu jeho života. Nech to znie akokoľvek idealisticky, cieľom mediálnej výchovy by mal byť dobrý, múdry, aktívny, šťastný človek a zodpovedný a kritický mediálny konzument. Konzument, ktorý má radosť z používania médií, vie zvoliť správnu mieru ich konzumu a k informáciám pristupuje samostatne, nezávisle a bez ovplyvnenia.

Dnes sú seniori najrýchlejšie rastúcou skupinou, ktorá sa učí používať sociálne siete ako nástroj na udržanie sociálnych kontaktov. Najmä internet je pre nich veľmi dôležitý na zachovanie vzťahov s rodinou či priateľmi. Online sociálny kontakt umožňuje každodenné interakcie, ktoré neboli v minulosti pre seniorov k dispozícii. Zvýšenie mediálnej gramotnosti v oblasti používania nových moderných technológií (e-mail, sociálne siete, webová kamera) môže pomôcť zmierniť pocity osamelosti a spoločenskej izolácie. Samozrejme, skypovanie pomocou web kamery nenahradí pocit, keď vnúča sedí starému rodičovi na kolenách, ani rozprávanie rozprávky na dobrú noc nie je také isté z reproduktora počítača ako v prítomí izby, rovnako ako poslať si s vnukom fotografie z poslednej rybačky bez toho, aby lovili spolu. Zámerom zvyšovania mediálnej gramotnosti seniorov nie je to, aby sa k médiám pripútalí a viac sa izolovali od svojej rodiny a prostredia. Naopak, nové mediálne technológie môžu byť záchranným lanom pre tých, ktorým zdravotné problémy či životné okolnosti nedovoľujú byť v priamom kontakte s osobami primárneho záujmu.

LITERATÚRA:

Centrum pro mediální studia: *Stav mediální gramotnosti v České republice. Výzkum úrovně mediální gramotnosti obyvatelstva nad 15 let.* [online]. [2014-01-18]. Dostupné na: <<http://www.rrtv.cz/cz/static/prehledy/medialni-gramotnost/vysledky-studie-15-plus.pdf>>.

Európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí KOM (2007) 833, s. 3. [online]. [2013-12-30]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/c_2007_833_sk_1.pdf>.

Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania. [online]. [2014-01-07]. Dostupné na: <<http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/media-audiovizia-a-autorske-pravo-/media-a-audiovizia/koncepcia-mediálnej-vychovy-v-sr-1d3.html>>.

Odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady z 20. decembra 2006 o ochrane neplnoletých osôb a ľudskej dôstojnosti a o práve na vyjadrenie vo vzťahu ku konkurencieschopnosti európskeho priemyslu audiovizuálnych a online informačných služieb. [online]. [2014-01-12]. Dostupné na: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006H0952:SK:HTML>>.

PETRANOVÁ, D.: *Mediálna gramotnosť seniorov.* Trnava : FMK UCM, 2013. 324 s. ISBN 978-80-8105-496-9.

PETRANOVÁ, D.: Podstata a význam kritického myslenia v mediálnej výchove. In: *Mediálne kompetencie v informačnej spoločnosti.* Trnava : FMK UCM, 2007, s. 140-142. ISBN 978-80-8105-004-6.

PRAVDOVÁ, H.: *Determinanty kreovania mediálnej kultúry.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. 2009. 359 s. ISBN 978-80-8105-113-5.

Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2010/13/EÚ z 10. marca 2010 o koordinácii niektorých ustanovení upravených zákonom, iným právnym predpisom alebo správny opatrením v členských štátoch týkajúcich sa poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách). [online]. [2014-01-12]. Dostupné na: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32010L0013:SK:NOT>>.

SOLÍK, M.: *Komunikácia v spoločenskom kontexte – uznanie ako intersubjektívny predpoklad.* In Communication Today, 2010, Vol. 1, No. 2, s. 41-57. ISSN 1338-130X.

Stratégia „Európa 2020“. [online]. [2014-01-17]. Dostupné na: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:SK:PDF>>.

Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Final Report. 2009. [online]. [2014-01-14]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/eavi_study_assess_crit_media_lit_levels_europe_fin_rep.pdf>.

Štátny pedagogický ústav: *Kurikulárna transformácia.* [online]. [2014-01-22]. Dostupné na: <http://www.statpedu.sk/buxus/generate_page.php?page_id=698>.

Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe. Final Report. 2011. [online]. [2014-01-24]. Dostupné na: <<http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/final-report-ml-study-2011.pdf>>.

VRABEC, N.: *Digitálni domorodci na Slovensku: Komunikácia a nová identita mládeže v on-line prostredí.* In Communication Today, 2010, Vol. 1, No. 1, s. 83-93. ISSN 1338-130X.

Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. [online]. [2014-01-12]. Dostupné na: <<http://www.kras.sk/legislativa/zakon-o-vysielani-a-retransmisii/>>.

