



doc. PhDr. Pavol Rankov, PhD.
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského
Gondova 2
814 99 Bratislava
Slovenská republika
rankov@fphil.uniba.sk

Pavol Rankov pôsobí na Katedre knižničnej a informačnej vedy Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, kde vedie prednášky a semináre pre odbory informačné štúdiá, marketingová komunikácia a literárna komunikácia. Je spoluriešiteľom celoslovenských sociologických výskumných projektov Čítanie 2003, 2004, 2005, 2006, 2008 a výskumu Čítanie mládeže v Bratislavskom kraji (2009). Okrem asi stovky článkov a štúdií napísal aj interdisciplinárne publikácie monografického charakteru Masová komunikácia, masmédiá a informačná spoločnosť (2001) a Informačná spoločnosť: perspektívy, problémy, paradoxy (2006), ktoré boli zaradené medzi učebné texty na viacerých slovenských a českých univerzitách. Ako spoluriešiteľ, prípadne hlavný riešiteľ sa podieľal na viacerých projektoch VEGA a KEGA.

MEDIÁLNY MULTITASKING ako percepčná stratégia¹

MEDIA MULTITASKING AS PERCEPTION STRATEGY

Pavol RANKOV

ABSTRACT:

Information society has given rise to information explosion which is manifested by information overlap inside a medium or a programme (e. g. bricolage of picture, sound and unrelated crawling text in television news, or web links as permanent invitation to multitasking). A human requires immediate access to information as well as society requires immediate response from the human. Both of these tendencies are promoters of multitasking as information strategy. Conditions for multitasking are intra-personal and socio-cultural (e. g. neurotism and a highly television-oriented household). Several studies have shown that human brain isn't adapted for simultaneous perception of different information. Heavy media multitaskers demonstrate their problems to concentrate on significant stimuli, because they have developed a habit of treating all of the information with equal attention. Multitasking may become the key communication skill for the 21st century. This is challenge for media production as well as media education. The study gives overview on media multitasking.

KEY WORDS:

Media multitasking, perception, media research, information processing

Úvod

K napísaniu tejto prehľadovej štúdie na tému mediálneho multitaskingu nás viedol jeden z čiastkových výsledkov výskumu, ktorý sme pred rokom realizovali na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského. Hoci hlavným cieľom spomínaného výskumu bolo odkryť dimenzie a kontexty vzťahu súčasných dvadsiatnikov k televízii, nečakane sa vynoril aj zaujímavý materiál o postavení „staromódnej“ televízie v komplexe multitaskingových aktivít mladých ľudí.

Anglické slovo multitasking v tomto príspevku neprekladáme do slovenčiny, keďže sa štandardne už niekoľko rokov používa aj v slovenčine, a to v súvislosti s výpočtovou a komunikačnou technikou, kde označuje schopnosť systému (procesora) vykonávať niekoľko operácií súčasne. V našom príspevku pojem multitasking označuje schopnosť človeka vykonávať viacero činností súčasne, pričom jednou z týchto činností môže byť

¹ Štúdia bola vypracovaná v rámci úlohy KEGA 133UK-4/2013 „MIKS – Mediálne a informačné kompetencie pre znalostnú spoločnosť“.

interakcia s médiom (napríklad počúvanie rozhlasu počas šoférovania). Multitasking však môže prebiehať aj ako paralelné sledovanie dvoch či viacerých médií (napríklad čítanie časopisu a súbežné sledovanie televízie), alebo dvoch či viacerých rôznorodých platforiem v jednom médiu (surfovanie po webových stránkach a súčasné komunikovanie v sociálnej sieti). Mediálny multitasking je teda špecifický druh multitaskingu, ktorý označuje paralelné sledovanie či interakciu s dvoma alebo viacerými médiami.

V našom príspevku sa budeme zaoberať mediálnym multitaskingom (ktorý bude z pragmatických dôvodov zväčša označovať skráteno ako multitasking), hoci si uvedomujeme, že aj formy multitaskingu spájajúce aktivity reálneho života a mediálne aktivity vedú k spoločensky závažným javom, ako sú napríklad bezpečnostné riziká vyplývajúce z telefonovania pri šoférovaní či riziká obezity v dôsledku konzumácie počas sledovania televízie.

Televízia verzus ticho, televízia plus médiá

Kvalitatívny výskum Ja, moji priatelia, naša generácia a televízia sa realizoval na jeseň 2012 s cieľom analyzovať vzťah dnešných vysokoškolákov k televízii. Jeho respondentmi bolo 65 bakalárskych študentov Filozofickej fakulty UK v Bratislave v 2. ročníku odboru informačné štúdiá (39 respondentov) alebo 3. ročníku odboru marketingová komunikácia (26 respondentov). Odpoveď respondentov na hlavnú otázku výskumu (Popíšte svoj vzťah, vzťah vašich priateľov a všeobecne vašej generácie k televízii, a to ako technológii, tak aj ako nositeľovi konkrétnych obsahov.) sme zisťovali a získavali prostredníctvom eseje, ktorú mali respondenti vypracovať. Metodológiu a komplexné zistenia výskumu sme prezentovali na inom mieste (Rankov, 2013).

Z rôznorodých zistení, ktoré výskum priniesol, vyberáme iba tie, ktoré sa bezprostredne dotýkajú témy nášho príspevku (citácie zo študentských esejí sú v pôvodnom znení, aj s prípadnými gramatickými či stylistickými chybami).

Dnešný homo informaticus si už natoľko zvykol na nepretržitý prísun informácií, až sa bojí ticha. Televízia vystupuje v pseudosocializačnej úlohe partnera, ktorý toto ticho prehlúši. Hoci náš výskum mal kvalitatívny charakter, musíme upozorniť, že na takúto funkciu televízie poukázala takmer štvrtina respondentov:

Katalin: Aby som sa nebála a necítila sa tak sama, zapla som si vždy televíziu a tá na mňa pôsobila upokojujúco, relaxačne.

Laura: *Pre niektorých je televízia každodenným vyplnením času, iní ju majú zapnutú iba, ako sa hovorí, aby nebolo doma ticho.*

Michal: *Mnohým ľuďom slúži ako pozadie. Blabot politikov narúša stresujúce ticho, ktoré sa v priestore domu môže rozlahnúť.*

Petra: *Vela ľudí používa televíziu len ako takzvanú zvukovú kulisu. Nesledujú ju, len ju majú pustenú aby doma nebolo ticho.*

Ludovít: *Po príchode domov či už zo školy alebo práce automaticky zapíname televízny prijímač aj keď nevieme čo práve v televízii beží a asi to nie je ani dôležité. Skôr sa jedná len o to aby doma nebolo ticho a podvedome môžeme niečo popri ostatných činnostiach vnímať. Ticho a vlastné ničím nerušené myšlienky sú pre nás asi už príliš tajomné a desivé.*

Inokedy televízia slúži (nielen) mladým ľuďom ako typická multitaskingová aktivita k mimomediálnym činnostiam. Niekedy ide o zvykový automatizmus, ale inokedy o nevyhnutný doplnok k inej činnosti:

Martin: *Je to už taký zvyk, že aj keď si pred televíziu nesadneme, tak ju aspoň zapneme a počúvame popritom ako robíme niečo iné.*

Dušan: *Televízia je dnes podľa môjho názoru využívaná často iba ako nutná kulisa popri iných činnostiach. Kto si dnes televíziu nezapne už iba pri zehlení či upratovaní?*

Katalin: *V poslednej dobe, teda také dva - tri roky, už naozaj neviem, načo tú televíziu zapínam okrem toho, že mi robí kulisu pri vstávaní, jedení alebo učení sa.*

Soňa: *V televízii jednoducho nejde nič lepšie a potrebujú nejakú kulisu, pri ktorej si môžu písať úlohy.*

Zuzana: *Napriek tomu, koľko kritiky som v tejto eseji napísala na televíziu, sa priznávam, že aj práve teraz počas písania je zapnutá. Jedným z dôvodom je asi to, že mi vadí ticho v izbe.*

Napokon je televízia priamou súčasťou v aktivitách mediálneho multitaskingu:

Michaela: *Keď si dnes aj TV zapnem, takmer nikdy nie som stopercentne sústredená len na to, čo sa deje na obrazovke. Je takmer zvykom, že popri tom robím milión iných vecí, medzi ktoré patrí napríklad Facebook, prezeranie si stránok na internete, komunikovanie s niekým alebo dokonca práca na veciach do školy.*

Natália: *Ak je človek v domácnosti, musí byť automaticky pustená televízia, pri ktorej mnohí vykonávajú tie najrôznejšie činnosti... Dnes si nepustíte len notebook, ale k tomu vám v pozadí beží obľúbený seriál či už ho sledujete, alebo nie.*

Kristína: *Zapnutý je stále, no sústredenému pozeraniu venujem možno 10% času, ktorý v tej izbe strávim. Priateľ zhruba rovnako. Obaja máme pred sebou notebooky a televízia je teda väčšinou iba akýsi šum v pozadí.*

Dominik: *...sedia za počítačom, majú zapnutú telku a pritom ju vôbec nesledujú. Práve tento problém mám aj ja a neviem sa od neho odnaučiť.*

Zistenie, že slovenskí vysokoškoláci prijímajú televíziu, a tým aj iné médiá, v multitaskingovom mixe, zapadá do kontextu analogických výskumov kdekoľvek v súčasnom vyspelom svete. V roku 2009 až 72 % amerických študentov „pozeralo televíziu väčšinou alebo niekedy aj vtedy, keď bolo ich primárnou aktivitou používanie počítača“, a naopak, „ak televízia je primárnou aktivitou, 81 % respondentov hovorí, že popri tom používa počítač stále alebo určitý čas“ (Watkins, 2009, s. 164). Každodenný multitasking netreba obmedzovať len na mladú generáciu, veď ďalší americký výskum ukázal, že až 23,7 % času, ktorý venujú médiám dospelí, prislúcha mediálnemu multitasking (Papper et al., 2004, cit. podľa Foehr 2006, s. 3).

Ak nás vo výpovediach slovenských vysokoškolákov znepokojilo, že niektorí majú zapnutý televízor aj počas písania úloh do školy, teda v čase, keď by sa nemali rozptyľovať externými podnetmi, opäť treba upozorniť, že to je bežné aj v zahraničí. Počas robenia domácich úloh na počítači má pustenú televíziu 12 % amerických tínedžerov a dvadsiatnikov (Foehr, 2006, s. 13). Aj iné výskumy (Ellis – Daniels – Jauregui, 2010, s. 2 – 3; Lim 2009) zaznamenali, že študenti, ktorí si píše domáce úlohy za pomoci internetu, sú paralelne aktívni aj na sociálnych sieťach. To platí dokonca rovnako aj pre zamestnancov, ktorí používajú na pracovisku chat, Tweeter alebo Facebook nielen v prestávkach, ale priamo v priebehu svojich odborných činností (Lim, 2009). Čas na prácu s médiom a zábavu s médiom sa nedopĺňajú, ale prekrývajú.

Trendom je postupný nárast času venovaného multitasking. Výskum Kaiser Family Foundation v roku 1999 ukázal, že multitasking tvorí 16 % času, ktorý 8 až 18-roční Američania venujú médiám, v roku 2005 to už bolo 26 % (Foehr, 2006, s. 1) a keď tá istá inštitúcia robila komparatívnu štúdiu v roku 2009, multitasking zaberá až 29 % času, ktorí 8 až 18-roční Američania venujú médiám (Rideout – Foehr – Roberts, 2009, s. 33). Niektorí výskumníci na základe tohto trendu prichádzajú s tvrdeniami, že „používanie jedného média takmer vždy znamená aj interakciu s inými médiami“ (Watkins, 2009, s. 164), alebo že pre mladú generáciu „sa multitasking jednoducho stal životným štýlom“ (Foehr, 2006, s. 1).

Diktát informačnej spoločnosti: dostupné informácie a dostupní ľudia

Mediálny multitasking nie je nový fenomén, život bol vždy multitasking, vždy sme vykonávali súčasne viaceré činnosti, paralelne sme sledovali informácie z viacerých zdrojov. Púšťali sme si hudbu pri čítaní knihy, počúvali sme rozhlas pri šoférovaní. Čo sa zmenilo v poslednom štvrtstoročí? V prvom rade nám samotné médiá paralelne ponúkajú nesúvisiace informácie. Televízia triešti našu pozornosť zameranú na program čoraz väčším množstvom čoraz dlhších pestrých reklamných blokov, čo nás vedie k ďalšej vrstve multitaskingu – prepínaniu a surfovaniu medzi kanálmi, ktorých je čoraz viac. Sledovať a pochopiť mozaikovitú štruktúru spravodajských televízií vyžaduje celkom dobrú schopnosť multitaskingu, no televízie nám to ešte komplikujú brikolážou obrazu a zvuku s nesúvisiacim kraľujúcim textom na spodnej alebo/aj hornej lište.

„Počítač prišiel ako skutočný podporovateľ mediálneho multitaskingu“ (Jacobs, 2011, s. 76). Hypertext prijemcu neustále nabáda prepnúť na inú stránku. Počítač, to však nie je len hypertext, ale aj hypermédiu. Všetky doterajšie nosiče informácií postupne remediujú do počítača, a to je silné lákadlo, aby človek pomocou toho istého eklektického zariadenia čítal noviny, počúval hitparádu a klebetil s kamarátmi. A keď z toho istého zariadenia, tak potom aj v tom istom čase.

Pribúda informácií, nepribúda však času na ich vnímanie, a tak sa zdá, že mediálny multitasking je jediné možné východisko. Navyše, ak dostupnejšie (v zmysle lacnejšie) sú nielen informácie prostredníctvom technológií, ale aj samotné technológie, teda hardvér. Podľa D. F. Roberta zlom smerom k multitaskingu nastal, keď mladí dostali médiá do svojich detských izieb (cit. podľa Watkins, 2009, s. 162, resp. Foehr, 2006, s. 24). Ak takýto sociálnokultúrny posun spôsobil príchod druhej obrazovky do domácností, potom musíme upozorniť, že dnes už samotný jednotlivec má k dispozícii viacero obrazoviek (televízor, počítač, tablet, smartfón). V dôsledku toho, že dieťa má tieto možnosti, formujú sa multitaskingové návyky od skorého veku, zároveň s rozvojom mediálnych záujmov. Sleduje televíznu reality show, pritom posieľa podporné esemesky svojim antihrdinom a z internetu o nich paralelne získava ďalšie informácie, a to jednak z oficiálnych zdrojov, ako aj od kamarátov zo sociálnych sietí. Ak malé rozmery obrazoviek neprajú multitaskingu na jednom médiu, potom je toto médium skombinované s inými.

Ale tak, ako homo informaticus zvyšuje svoje požiadavky na prístup k informáciám z okolia, rastie aj tlak okolia na dostupnosť človeka. V spoločenskom a pracovnom živote sa predpokladá a vyžaduje okamžitá reakcia, byť vždy dostupný online, pretože život beží live v priamom prenose. V tomto zmysle je multitasking spätoväzbový proces – človek paralelne prijíma informácie z rôznych zdrojov, ale aj paralelne na ne musí reagovať smerom k rôznym komunikačným partnerom. Tweeter a Facebook sú možné iba v prostredí okamžitej reakcie, tempo tradičnej listovej korešpondencie by tieto služby zlikvidovalo. V takejto komunikačnej paradigme nie je čudné, ak študent pri písaní diplomovej práce sleduje sitkom, veď aj tak na pozadí nepretržite klebetí na sociálnej sieti. Čudné azda môže byť to, že k písaniu diplomovky, statusov a tweetov pristupuje s rovnakou (ne-) vážnosťou.

Problémy pri výskume multitaskingu

Skúmanie mediálneho multitaskingu a jeho dôsledkov nie je jednoduché. Je to totiž komplex ad hoc aktív, ktorý je vždy jedinečný, nemá svoje pravidlá ani zákonitosti. Niektorí výskumníci (napr. Foehr, 2006) sa preto snažia zachytiť dynamiku multitaskingu denníkovou metódou. Výhodou denníka je, že zachytáva reálne mediálne správanie respondenta v jeho prirodzenom prostredí. Lenže dá sa spoľahnúť na (dospievajúcich) respondentov, aby monitorovali a poctivo popísali celé dni, ba dokonca týždeň svojho života pre potreby nejakého „cudzího“ výskumu? Dokážu sebareflexívne zachytiť všetky krátke, spontánne a náhodné mediálne a komunikačné aktivity, ktoré vo svojej komplexnosti podávajú obraz o multitaskingu? Napokon, aj výsledky takéhoto výskumu vypovedajú nanajvýš o tom, nakoľko rozšírený je multitasking, no hovoria len málo o jeho vplyvoch a dôsledkoch.

Dosahy a dôsledky multitaskingu skúmajú neurologicko-psychologické štúdie. Nevýhodou týchto výskumov sú laboratórne podmienky, v ktorých sa experimenty uskutočňujú. E. Ophir, C. Nass a A. D. Wagner (Ophir – Nass – Wagner, 2009) najskôr na základe dotazníka rozdelili respondentov – mimochodom tiež univerzitných študentov – na skupiny ťažkých a ľahkých „mediálnych multitaskerov“ (heavy and light media multitaskers), ale potom ich podrobili testom úplne odlišným kontextu a prostrediu mediálneho multitaskingu. Použité testy sú vhodné skôr na hodnotenie rýchlosti reakcií a koncentrácií pilotov alebo špiónov. Totiž úlohou respondentov bolo napríklad indikovať, či sa zmenila orientácia červeného obdĺžnika v dvoch po sebe idúcich zložitejších obrazoch, pričom ich reakcie boli merané v tisícinách sekundy (ms). Výsledky tohto výskumu azda možno použiť ako argument v diskusii o rizikách telefonovania počas šoférovania, ale málo vypovedajú o priebehu a dôsledkoch mediálneho multitaskingu. Podobnú metódu skúmania reakcií na geometrické objekty použili aj iné výskumy (napr. Rubinstein – Meyer – Evans, 2010), na rozdiel od predchádzajúcej štúdie však išlo o skúmanie multitaskingu všeobecne, a nie vyslovene o výskum mediálneho multitaskingu.

Inak sa experimentálne podmienky vzdialili realite vo výskume, ktorý robili Y. Ellis, B. Daniels a A. Jauregui. Respondentov – študentov v experimente s kontrolnou skupinou rozdelili na dve časti, pričom jedna musela mať počas testovania vypnuté mobilné telefóny, zatiaľ čo druhá polovica bola povinná poslať niekedy

v ľubovoľnom momente počas testovania tri SMS správy, čo potom bolo považované za multitasking (Ellis – Daniels – Jauregui, 2010). Takýmto vysoko neprírodným spôsobom sa výskumníci pokúsili dosiahnuť možnosť komparácie medzi skupinou respondentov, ktorí „multitaskovali“, a kontrolnou skupinou respondentov, ktorí sa sústredili len na jednu úlohu.

Existujú aj neurologické výskumy aktivít jednotlivých častí ľudského mozgu počas multitaskingu (Foerde – Knowlton – Poldrack, 2006), kde monitorovacím zariadením je magnetická rezonancia (MRI). Poznatky z týchto výskumov sú zaujímavé a mnoho o multitaskingu naznačujú, ale už z použitej technológie vyplýva, že ide o laboratórne výskumy úplne vzdialené každodenným podmienkam, v ktorých multitasking prebieha.

Multitasking: neurotici všetkých rás, spojte sa!

Hoci sme konštatovali, že mediálny multitasking je všeobecne rozšírený jav, predsa len je možné nájsť kategórie populácie so silnejšími predispozíciami. Takéto predispozície môžu byť intrapsychické aj kultúrne. Je pravdepodobné, že do multitaskingu sa zapoja ľudia (v citovanom konkrétnom výskume sú to študenti) s vyšším sklonom k neurotizmu, a tiež tí, ktorí vyhľadávajú silné vnemy a vzruchy (Wang – Tchernev, 2012, s. 510 – 511). Niečo veľmi podobné potvrdil aj ďalší z výskumov, „pre mladých ľudí, ktorí radi riskujú a zažívajú dobrodružstvo, je pravdepodobnejšie, že budú realizovať mediálny multitasking“ (Foehr 2006, s. 10). A to preto, lebo nemajú radi nudu a vyhovuje im práva vzruchov, čo multitasking nepochybne prináša.

Na multitasking (americkej mládeže) nemajú vplyv sociálne činitele, ako rasová príslušnosť, vek, vzdelanie či príjmy rodičov (Foehr, 2006, s. 10; Rideout – Foehr – Roberts, 2010, s. 43). hoci takéto faktory s používaním médií vo všeobecnosti korelujú. Zároveň sa však ukázalo, že dieťa má silnejší sklon k multitaskingu, ak vyrastalo v rodine, ktorú autori označujú ako domácnosť vysoko orientovaná na televíziu (highly television-oriented household). Je to domácnosť, kde neexistujú pravidlá sledovania televízie, sledujú ju počas jedla a je zapnutá aj vtedy, ak ju nikto nepozera (Foehr, 2006, s. 10).

Multitasking je generačne podmienený v tom zmysle, že viac mu podliehajú mladí než starí, hranica sa však v súčasnosti nachádza už niekde v dospelom veku, azda okolo tridsiatky. Medzi jednotlivými vekovými kategóriami detí rozdiely nie sú. Frekvencia multitaskingu medzi 8 až 10-ročnými deťmi je taká istá, ako medzi 15 až 18-ročnými (Rideout – Foehr – Roberts, 2010, s. 37). Citovaný výskum tiež ukázal, že viac „multitaskujú“ dievčatá než chlapci (Rideout – Foehr – Roberts, 2010, s. 33), čo môže byť spôsobené skutočnosťou, že chlapci hrajú častejšie počítačové hry a práve tie sa ukázali ako najmenej kombinované s inými médiami.

Mozog nie je (ako) počítač

Už vyššie sme uvádzali, že multitasking sprevádza aj prácu na domácich úlohách alebo profesionálne aktivity zamestnancov. Práve v tom spočíva podľa viacerých autorov a výskumov najväčšie riziko. E. Ophir, C. Nass a A. D. Wagner, ktorí analyzujú výsledky viacerých štúdií, konštatujú, že „ľudská myseľ nie je uspôsobená ani na paralelné prijímanie viacerých podnetov na vstupoch, ani na simultánne vykonávanie viacerých úloh“ a na základe vlastného výskumu tvrdia, že ťažkí mediálni multitaskeri horšie selektujú vstupné informácie, ťažšie filtrujú a ignorujú irelevantné podnety, a preto takýchto ľudí každé vyrušenie viac rozptýli, cítia potrebu naň reagovať, pričom problém sa zhoršuje so zvyšujúcou sa náročnosťou úloh, na ktoré sa musia koncentrovať, a rovnako aj s pribúdajúcim počtom vonkajších stimulov (Ophir – Nass – Wagner, 2009). Toto zistenie by ešte mohlo byť interpretované aj inverzne, teda že ľudia, ktorí majú problémy s koncentráciou (ako už spomínaní neurotici), majú prirodzený sklon k ťažším formám multitaskingu, no ten ich problémy nespôsobil. Experimenty, ktoré komparujú skupinu ľudí vystavených multitaskingu so skupinou, ktorá sa môže sústrediť, však ukazujú opak. Multitasking produkuje roztržitosť.

Intenzívni mediálni multitaskeri sú nepretržite vystavovaní prúdu rôznorodých informácií z rôznorodých zdrojov. No netrénuje sa tak ich koncentrácia. Paradoxné zistenie, že ťažkí multitaskeri sú slabší práve pri koncentracii na rôznorodé podnety, podľa L. Lin ukazuje, že multitasking vedie recipienta k návyku venovať všetkým infor-

máciám „rad za radom“ rovnakú alebo skoro rovnakú pozornosť, namiesto koncentrovania sa vždy len na konkrétnu úlohu (Lin 2009). Aj Jeong a Hwang zistili, že v experimentálnej skupine, ktorá bola vystavená viacerým mediálnym podnetom, ľudia sami konštatovali zhoršené porozumenie a potvrdili to aj výsledky testov. Tento výskum ukázal, že v situácii intenzívnejšieho multitaskingingu klesá schopnosť kritického myslenia. Rozsah a úroveň kritických argumentov voči prijatým správam boli významne nižšie, ak boli respondenti vystavení intenzívnejšiemu multitaskingingu (Jeong – Hwang, 2012, s. 581). To znamená, že multitasking je spôsob interakcie s médiami, pri ktorom jednotlivec zbiera informácie, nepodrobuje ich však kritickému hodnoteniu, a tak sa tieto informácie nepremieňajú na tacitné znalosti (o vzťahu dáta – mediácia – poznanie pozri aj Bystřický, 2010). Rôznorodosť podnetov oslabuje schopnosť informácie interpretovať (Carr, 2010, s. 122). Znepokojujúce nie je pridelovanie pozornosti všetkým informáciám, ale pridelovanie rovnakej pozornosti, čo už súvisí s potrebou a schopnosťou filtrovania informácií.

Do tohto momentu by sa mohlo zdať, že mediálny multitasking je primárne témou pre pedagogiku, pre mediálnu a informačnú výchovu. Ak naučíme deti vyhodnocovať kvalitu zdrojov a informácií, sústrediť sa na to hodnotné a dôležité, všetko bude v poriadku. Problém je však v tom, čo ukazuje neurológia – ľudský mozog má pri spracovaní informácií svoje obmedzenia, dokáže simultánne vnímať a vyhodnotiť len ich určité množstvo. „Mozog prepína medzi dvomi rôznymi myšlienkami (kontextami) vytvárajúc ilúziu, že človek spracúva obe myšlienky v rovnakom čase“ (Ellis – Daniels – Jauregui, 2010, s. 1). Prepínanie v mozgu je teda pri multitaskingingu nevyhnutné.

Paradoxne však ľudia stratili schopnosť iného prepínania – prepínania v čase, nevedia racionálne prechádzať postupne od jednej úlohy k druhej, naopak, v snahe stihnúť viac riešia úlohy a prijímajú informácie paralelne. Výsledkom však je, že úlohy sú vyriešené nielen horšie, ale aj pomalšie, než by boli v prípade postupného prístupu. Multitasking nie je efektívna stratégia, pretože mozog sa pri prechode z jednej úlohy do druhej potrebuje „rozohriať“, vrátiť sa tam, kde pred prerušením prestal (Rubinstein – Meyer – Evans, 2001). Skutočnosť, že ľudský mozog nevie vykonať viac ako jednu mentálnu úlohu v tom istom čase, potvrdili aj výskumy R. Maroisa, ktorý využíval magnetickú rezonanciu. Pri dvojitych úlohách ľudia robili chyby, pretože mozgové spojenia neumožňujú spracovanie informácií v multitaskingingu (cit. podľa Watkins, 2009, s. 165). Mozog dokáže pracovať na dvoch úlohách simultánne iba v tom prípade, ak je jedna z nich úplne zautomatizovaná. Ak ani jedna z úloh zautomatizovaná nie je, mozog sa sám sústreďuje na jednu a tú druhú zautomatizuje, čo znamená, že ju vykonáva povrchne a s chybami (Horsman, 2009, s. 60).

Výsledky výskumov pomocou magnetickej rezonancie dokonca ukázali, že ľudia s pozornosťou rozdelenou multitaskingom využívajú pri vnímaní informácií inú časť mozgu než ľudia, ktorí sa dlhší čas koncentrujú na jeden problém. Pri multitaskingingu sú aktívne bazálne gangliá, teda procedurálna pamäť, a pri učení je naopak aktívny hipokampus „zodpovedný“ za deklaratívnu pamäť (Foerde – Knowlton – Poldrack, 2006; Zmuda, 2010, s. 51). Riziko používania procedurálnej pamäti namiesto deklaratívnej pamäti je aj v tom, že mozog si navykne, že práve takým spôsobom má ukladať informácie.

Potvrdením tejto teórie je aj longitudinálne sebazozorovanie, ktoré popisuje N. Carr (Carr 2010, hlavne kap. 1 – 2). Keď hľadá príčinu, prečo stratil schopnosť koncentrovať sa na dlhšie texty, zisťuje, že dôvodom je desaťročie, počas ktorého trávil veľa času online. Internet obral Carra (a nielen jeho) o schopnosť koncentrácie a uvažovania do takej miery, že aj keď už nie je online, jeho myseľ chce dostávať informácie internetovým spôsobom „v rýchlo sa pohybujúcom prúde fragmentov“. Autor konštatuje, že jeho mozog sa stal hladným po neustálom prijímaní nových informácií, čo na seba pozorovali aj iní ľudia – vedci, lekári, novinári, s ktorými túto tému konzultoval. Preklikávanie je multitaskingová aktivita, ktorá príjemcu informácií neustále prenáša k novým informačným prameňom, témam a štýlom. Z Carrovoho sebazozorovania by sme mohli vyvodiť, že internet a jeho nekonečný hypertext je zariadenie na neustále vyrušovanie, hypertextové linky nezaraďujú poznanie do kontextu, ale práve naopak, vytrhávajú ho z kontextu, fragmentarizujú.

Záver

Mediálny multitasking otvára nový kontext pre také fenomény, ako sú informačná explózia či informačné preťaženie. M. Spitzer tvrdí, že v dôsledku multitaskingingu sa do roku 2020 mozgy mladých ľudí stanú neschopnými zapamätať si akékoľvek náročnejšie poznatky, budú nielen znefunkčnené v dôsledku neustáleho prísunu

množstva krátkych informácií, ale aj neschopné hlbšieho emocionálneho kontaktu (Spitzer, 2012, s. 207). Hoci nemusíme celkom uveriť takejto temnej vízií, je celkom zrejme, že ak multitasking ovplyvňuje spôsob, akým sa koncentrujeme a zapamätávame si, a zároveň ak je multitasking masovo rozšírenou formou informačno-mediálneho správania, potom multitasking bude mať kultúrno-spoločenské dôsledky. Akoby sa naša civilizácia ocitla na rázcestí dvoch diskurzov, módov myslenia. Za nami je nepretržitá rovná cesta lineárneho myslenia dláždená knihami, pred nami je labyrint z multimediálnych dát.

Už dnes sa na mediálny multitasking adaptovali reklamní stratégovia (cross-media advertising) aj producenti pop kultúry (second screen). A keďže nie je pravdepodobné, že by sa v najbližšom období trend posilňovania multitaskingingu ako percepčnej stratégie zastavil a obrátil, musíme s týmto fenoménom počítať ako s výzvou, ktorá sa týka rovnako tvorby a štruktúrovania mediálnych obsahov, ako aj mediálnej výchovy. „Dobrý“ mediálny multitasking sa môže stať významnou komunikačnou zručnosťou pre 21. storočie.

LITERATÚRA:

- BYSTRICKÝ, J.: Mediality and Philosophy. *Communication Today*, roč. 1, 2010, č. 1, s. 11 – 17.
- CARR, N.: *The Shallows: How the Internet is Changing the Way We Think, Read and Remember*. London : Atlantic Books, 2010. 276 p. ISBN: 1848872267.
- ELLIS, Y. – DANIELS, B. – JAUREGUI, A.: The Effect of Multitasking on the Grade Performance of Business Students. *Research in Higher Education Journal*, August 2010, vol. 8, p. 1 – 10.
- FOEHR, U. G.: Media Multitasking among American Youth: Prevalence, Predictors and Pairings. [online]. Menlo Park : Henry J. Kaiser Family Foundation, 2006. 36 p. [cit. 2013-03-22]. Dostupné na: <<http://faculty.ithaca.edu/jpowers/docs/sensemreadings/mediamultitasking.pdf>>
- FOERDE, K. – KNOWLTON, B. J. – POLDRACK, R. A.: Modulation of Competing Memory Systems by Distraction. *Proceedings of the National Academy of Sciences* [online], 2006, vol. 103, issue 31, p. 11778 – 11783. [cit. 2013-03-20]. Dostupné na: <<http://www.pnas.org/content/103/31/11778.full>>
- JEONG, S. H. – HWANG, Y.: Does Multitasking Increase or Decrease Persuasion? Effects of Multitasking on Comprehension and Counterarguing. *Journal of Communication*, August 2012, vol. 62, issue 4, p. 571 – 587.
- HORSMAN, J.: *Day in the Life of Your Brain*. Hoboken : Jossey-Bass, 2009. 274 p. ISBN: 9780470376232.
- JACOBSON, H. F.: *I Found It on the Internet: Coming of Age Online*. 2nd ed. Chicago : ALA Editions, 2011. 249 p. ISBN: 9780838910665.
- LIM, S. S.: Home, School, Borrowed, Public or Mobile: Variations in Young Singaporeans' Internet Access and Their Implications. *Journal of Computer-Mediated Communication*, July 2009, vol. 14, issue 4, p. 1228 – 1256.
- LIN, L.: Breadth-biased versus Focused Cognitive Control in Media Multitasking Behaviors. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* [online], 2009, vol. 106, issue 37, p. 5521 – 5522. [cit. 2013-03-15]. Dostupné na: <<http://www.pnas.org/content/106/37/15521>>
- OPHIR, E. – NASS, C. – WAGNER, A. D.: Cognitive Control in Media Multitaskers *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* [online], 2009, vol. 106, issue 37. [cit. 2013-03-14]. Dostupné na: <<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2747164/>>
- RANKOV, P.: SÚMRAC televízie očami dnešných študentov: analýza postojov vysokoškolákov. In: *Súmrak médií. Problematika narácie v médiách. Zborník príspevkov z vedeckej konferencie 28. 11. 2012*. Ed. P. Urban. Žilina: Katedra mediatickej a kult. dedičstva FHV ŽU, 2013, s. 198 – 211 [online]. [cit. 2013-20-08]. Dostupné na: <http://fhv.uniza.sk/fhv/_dokumenty/sumrak_medii/sumrak_zbornik13.pdf>
- RIDEOUT, V. J. – FOEHR, U. – ROBERTS, D.: Generation M2. Media in the Lives of 8- to 18-Year-Olds. [online]. Menlo Park : Henry J. Kaiser Family Foundation, 2010. 79 p. [cit. 2013-03-18]. Dostupné na: <<http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED527859.pdf>>
- RUBINSTEIN, J. S. – MEYER, D. E. – EVANS, J. E.: Executive control of cognitive processes in task switching. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, August 2001, vol. 27, issue 4, p. 763 – 797.
- SPITZER, M.: *Digitale Demenz. Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen*. München : Droemer Knauer, 2012. 376 S. ISBN: 3426276038.
- ŠUBRT, J. – PINCOVÁ, B.: Systémová komunikace v multicentrickém světě. *Communication Today*, roč. 2, 2011, č. 2, s. 6 – 18.

WATKINS, S. C.: Young and the Digital : What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future. Boston : Beacon Press, 2009. 271 p. ISBN: 9780807061930.

WANG, Zheng – TCHERNEV, J. M.: The „Myth“ of Media Multitasking: Reciprocal Dynamics of Media Multitasking, Personal Needs, and Gratifications. Journal of Communication, June 2012, vol. 62, issue 3, p. 493 – 513.

ZMUDA, A.: Breaking Free from Myths about Teaching and Learning: Innovation as an Engine for Student Success. Alexandria: ASCD, 2010. 211 p. ISBN: 9781416610915.

