

KONZUMÁCIA MÉDIÍ

Médiá boli odjakživa súčasťou života ľloveka. Odvtedy ako ľlovek začal mať potrebu komunikovať, začal sa rozvíjať vývoj médií.

Prvými tzv. **primárnymi** alebo **ľľudskými** médiami boli divadlo, teda **orálna kultúra**. **Obdobie primárnych médií trvalo asi do roku 1500.**

Ľľalším stupňom rozvoja médií je obdobie tzv. **sekundárnych** alebo **tlačových médií**. Medzi **sekundárne média patria knihy, letáky, noviny, časopisy**. Vďaka Gutenbergovmu vynálezu kníhtlačky sa tlačené médiá stávajú masovými. **Obdobie sekundárnych médií môžeme datovať medzi roky 1500 až 1900.**

Terciálne alebo aj **elektronické médiá** sa objavujú **po roku 1900**. Do skupiny **terciálnych médií** **zaradujeme fotografiu, telefón, rozhlas, film a televíziu**. Elektronické média rozšírili funkcie médií a okrem informačnej, začali prinášať aj zábavnú funkciu. **Skutočne masovými sa stávajú až terciálne médiá.**

Približne **od roku 2000** môžeme hovoriť o doteraz poslednej etape v rozvoji médií. Vznikajú tzv. **kvartové médiá**, inak nazývané **multimédiá**. **Do tejto skupiny radíme počítače, internet a sociálne médiá.** (Breška, 2009)

Dnes, na začiatku 21. storočia, **sme svedkami búrlivého technického rozvoja v oblasti kvartových médií**, ktoré zasahujú do životov každého z nás, či si to uvedomujeme alebo nie. Každý deň sa stretávame s novými technológiami a technickými pomôckami, ktoré nám uľahčujú život a aj vzájomnú komunikáciu. Vďaka neustále sa rozširujúcemu internetu a značnému množstvu mobilných zariadení pracujúcich na princípe bezdrôtového internetového spojenia, sa stáva svet **oraz menším**. **Cesta informácie, ktorá niekedy trvala týždne, dni či hodiny, sa skrátila na minúty a sekundy.**

K nedávno dominantným šírením informácií ako je tlač, rozhlas a televízia pribúdajú nové digitálne médiá, ktoré si budujú svoje pozície na mediálnom trhu. Nové médiá, a pod ich tlakom aj klasické médiá, na šírenie svojho mediálneho obsahu začínajú využívať nové technické prostriedky ako sú mobilné telefóny alebo multimediálne tablety, prostredníctvom ktorých je možné dostať sa k šíreným mediálnym obsahom 24 hodín denne. **Dôsledkom týchto zmien je, že s médiami a ich mediálnymi produktmi sa stretávame na každom kroku.**

Cenová dostupnosť mobilných telefónov, počítačov, internetu, množstvo televíznych staníc v káblových a satelitných sieťach výrazne mení štýl života mladých ľudí. Prieskumy ukazujú, že veľká časť mladých ľudí si po príchode zo školy sadá k počítaču a trávi značnú časť s virtuálnymi alebo skutočnými priateľmi na sociálnych sieťach.

Mediálne produkty sú určitým druhom spotrebného tovaru, ktorý my, spotrebitelia nakupujeme, spotrebujeme, konzumujeme (tzn. sleduje televízny program, počúvame rádio, čítame noviny, používame internet, mobilný telefón...). Mediá sa tak stávajú súčasťou nášho života a môžu ho do istej miery ovplyvňovať.

Mediálne účinky môžeme rozdeliť na

- **pozitívne** (relax, zábava, učenie sa...),
- **negatívne** (napodobovanie záporných vzorov, násilie, iracionalita...), prípadne
- **neutrálne** účinky médií.

Najviac ohrozené mediálnymi účinkami sú deti a mládež.

Mládež a médiá

Výskum **Mládež a médiá – Mediálna gramotnosť mladých ľudí na Slovensku** z roku 2007 (okrem len výskum) bol uskutočnený na vzorke **674 respondentov** a zaoberal sa prístupom mladých ľudí k médiám.

Zaujímavým zistením bola **otázka vlastníctva, či prístupu mladých ľudí k novým technológiám**. Zistilo sa, že „viac ako polovica respondentov z radov študentov SŠ uviedla, že majú v individuálnom vlastníctve, resp. výlučne používaní, osobný počítač alebo notebook” (Vrabec, 2007, s. 12).

Pri otázke, **ako často mladí ľudia sledujú jednotlivé médiá** výskum uvádza: „**44 % vysokoškolákov používa internet denne**, hoci v rôznom časovom rozpätí (počet respondentov, ktorí strávia pri internete čas od 5 minút do 4 hodín). Podobný trend možno pozorovať aj u **stredoškolákov, kde 20 % oslovených strávi internetovými aktivitami každý deň 3 a 4 hodiny a 18 % dokonca tvrdí, že tento čas u nich dosahuje viac ako 4 hodiny denne**” (Vrabec, 2007, s. 12).

Spomínaný výskum sledoval aj to, **ako mladí ľudia sledujú jednotlivé médiá**. „Pre žiakov základných škôl je najfrekvencovanejšie sledovaným médiom televízia. **Jednu až dve hodiny denne sleduje jej vysielanie 36 % respondentov a 33 % oslovených dokonca uviedlo, že pred televízorom denne presedí tri až štyri hodiny**. Obdobná situácia je aj v kategórii stredoškolákov, z ktorých **35 % trávi pred obrazovkou každý deň jednu až dve hodiny**. So stúpajúcim vekom respondentov však záujem o televízne programy výrazne klesá a presúva sa smerom k internetu. **Hodinu až dve pred televízorom strávi už len 16 % oslovených vysokoškolákov a 35 % respondentov dokonca uviedlo, že televíziu zapína iba raz až dvakrát týždenne**” (Vrabec, 2007, s. 12).

Vďaka dostupnosti najnovších technologických výtvarných zručností sa zvyšujú zručnosti mladých ľudí v narábaní s novými technológiami. Tieto sa pre nich stávajú prirodzenejšie, ako pre ich rodičov i u detí, v dôsledku čoho často vzniká v tejto oblasti **výmena rolí**.

Mladí ľudia nové technológie zvládajú lepšie a predbiehajú v ich ovládaní rodičov aj u detí. V krajine digitálnych technológií sa teda u detí stávajú „**digitálnymi imigrantami**“ a žiaci „**digitálnymi domorodcami**“. Digitálne technológie **menia pohľad na jednotlivé druhy klasických médií** a prinášajú nám ich cez doteraz netušené komunikačné kanály. Nakoľko dnešní mladí ľudia – digitálni domorodci – žijú svoj život priamo ovplyvnení digitálnymi technológiami, **masové médiá bezprostredne ovplyvňujú ich zmýšľanie a pohľad na okolitý svet**.

V súvislosti s pohľadom na okolitý svet ako zdroj informácií sa javia zaujímavé aj odpovede respondentov výskumu na otázku, **ktoré médium považujú za najdôležitejší zdroj študijných informácií**. Vo všetkých sledovaných vekových kategóriách sa internet umiestnil na prvom mieste. Internet sa stal **najdôležitejším zdrojom študijných informácií pre 71,1 % žiakov základných škôl, 74,5 % stredoškolákov a až 82,4 % vysokoškolákov**. Na druhom mieste sa umiestnil chat, ICQ, Skype a podobné služby a na treťom televízia a rozhlas. (Vrabec, 2007, s. 21)

Kritické myslenie a médiá

Dnešný svet sa hemží informáciami. Prostredníctvom nich vnímame okolie, sledujeme dianie doma aj vo svete, dozvedáme sa nové veci. **Masmédiá slúžia ako prostredník medzi nami a svetom okolo nás**. Ponúkajú nám **rôzne druhy mediálnych obsahov**. Sú to články v novinách, televízne reportáže, rozhlasové komentáre, knihy, ale aj rôzne reklamy a inzertné bloky, ktoré **formujú našu predstavu o realite**. Aj na základe výsledkov výskumu je zrejmé, že **mladí ľudia, žiaci a študenti našich škôl, sú denne konfrontovaní s mediálnymi obsahmi** a úlohou školy je umožniť im získať mediálnu gramotnosť a **naučiť ich selektovať mediálne obsahy a kriticky ich hodnotiť**.

Dôležitou úlohou mediálnej výchovy je aj **naučiť žiakov vytvoriť si vlastný názor na základe prijímaných mediálnych informácií a vedieť kriticky posúdiť jednotlivé mediálne posolstvá** s ohľadom na ich pozitívne aj negatívne vplyvy na osobnosť.

Objektivita mediálnych obsahov môže byť iba zdanlivá, pretože za každou správou alebo textom je konkrétny autor, s jeho pohľadom a vnímaním sveta. Taktiež každé médium má pri svojej činnosti **určitý zámer**, riadi sa spleťou rôznych záujmov, **jeho snahou je daným spôsobom na prijímateľa vplývať a manipulovať ho**.

Hoci sa dá proti klamstvám a manipulácii v médiách brániť prostredníctvom zákonov, zákazov a sankcií, existuje veľké množstvo informačných zdrojov, na ktoré sa tieto legislatívne pravidlá nevzťahujú. Preto je potrebné prijímané informácie podrobiť kritickej analýze a naučiť sa manipuláciám brániť.

„Kritická analýza je súhrn postupov a zručností, ktoré je možné využiť pri posudzovaní pravdivosti a miery manipulácie, ktoré médiá využívajú.“ (Filo, 2011, s. 16)

Rozpoznávanie manipulatívnych techník je pomerne náročné a vyžaduje nácvik. Prvým krokom je však už samotné uvedomenie si ich existencie. Ak žiak využíva zásady kritického myslenia a zamýšľa a sa nad tým, o informácia obsahuje, o v jej rámci súvisí s čím, aké sú jej ciele a kto za ňou stojí, má veľkú šancu vyhnúť sa vplyvu manipulácií.

Podľa Ch. M. Worsnopa (Filo, 2011) existuje **päť dôvodov, prečo je dôležité venovať pozornosť kritickému mysliu** pri zvyšovaní mediálnej gramotnosti:

1. **Médiá sú cielene konštruovaný produkt** – sú teda vytvárané a vyrábané aj za nejakým konkrétnym účelom.
2. **Médiá konštruujú rôzne verzie reality** – to, čo vidíme v médiách je len jeden uhol pohľadu. Médiá len málokedy zobrazujú celú skutočnosť, niekedy sa jej snažia čo najviac priblížiť, inokedy je ich cieľ práve opačný.
3. **Médiá sú interpretované na základe určitého uhlu pohľadu** – každý interpretuje mediálny obsah na základe vlastnej skúsenosti a jeden mediálny výstup môže zároveň opakovane interpretovať na základe iných východísk.
4. **Médiá sú o peniazoch** – rovnako ako je tomu v prípade iných produktov, je cieľom médií produkovať zisk. Médiá chcú oslovovať, či už myšlienku, ideu, nejaký produkt alebo hoci aj spôsob života.
5. **Médiá nastoľujú agendu** – médiá prezentujú určité hodnoty, ideológiu, spoločenské a politické presvedčenie. Nastoľujú teda oblasti, o ktorých by sme mali podľa nich rozmýšľať, či dokonca preberať za vlastné. Neraz pritom ide o postoje osôb, ktoré ich vytvorili.

Základom kritickej analýzy je aktívne premýšľanie o prijímaných informáciách a ich aktívne posudzovanie.

Keď sa na nás, jednotlivých prijímateľoch mediálnych obsahov, ako budeme jednotlivé informácie vnímať a dekodovať. **Ak sa naučíme kriticky vnímať a podrobiť kritickej analýze mediálny obsah, pomôže nám to uplatňovať postupy kritického myslenia aj v bežnom živote.**

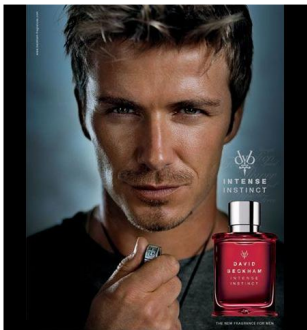
Mediálna manipulácia a jej techniky

Manipulácia je rafinované úsilie, cieľom ktorého je zmeniť vnímanie alebo správanie niekoho iného, a to ľstivým či klamlivým spôsobom. Je to snaha **primäť** iných ľudí pomocou manipulatívnych techník, aby urobili to, čo manipulátor chce.



Manipulácia a manipulatívne techniky sú súčasťou bežnej ľudskej komunikácie, najastejšie sa prejavuje v oblasti ľudských práv, diskriminácie, stereotypov, reklamy alebo politickej agendy. S **manipulatívnymi technikami** sa bežne stretávame aj v médiách. Ich cieľom je vytvoriť u prijímateľa informácie (publika) **obraz** či **argument**, ktorý podporuje záujmy toho, kto ich vytvára, alebo pre koho sú vytvárané. Je pomerne ťažké ich odhaliť, ak ich lovek nepozná. Ich poznanie a pochopenie nám pomáha odhaliť nezrovnalosti v argumentoch a umožňuje kriticky analyzovať mediálne obsahy.

Medzi najastejšie používané manipulatívne techniky patria:



Krásni ľudia alebo celebrity – priťahujú pozornosť. Ľudia majú viac sklon dôverovať krásnym a slávnym ľuďom.

Obyčajní ľudia – opak techniky „celebrity“. Manipulátori vychádzajú z toho, že na určitý typ publika bude najdôveryhodnejšie pôsobiť obyčajný lovek, ktorý zvyšuje autentickosť tvrdenia.

Expert – využívajú sa na podporu dôveryhodnosti. Ak nemáme v nejakej oblasti dostatočné informácie, dôverujeme tomu, čo tvrdia experti („podľa najnovších výskumov...“, „japonskí vedci zistili...“).

Odkaz na autoritu – je podobná technika ako „expert“. Určitý predpoklad sa považuje za správny len na základe pozitívneho vyjadrenia váženého loveka – autority, ktorá je však v danom odbore nekompetentná.

Argumentácia počtom – vychádza z tendencie ľudí, pridať sa k väčšine. Tvorcovia využívajú na podporu svojich argumentov výsledky rôznych prieskumov a ankiet, ktoré môžu byť zmanipulované.

Asociácia – prepojenie nejakej myšlienky s niečím, čo sa publiku páči, alebo po čom túži. Pomocou asociácie vytvorí tvorcovia silnú emocionálnu reakciu, na ktorú potom naväzujú ponúkanú aktivitu.

Sentimentálne motívy – podobná technika ako „asociácia“. Najastejšie sa používajú motívy zvieratiek, rodiny, detí, prípadne príjemná hudba, hlas a pod.

Strach – funguje opačným spôsobom ako „asociácia“. Manipulátori využívajú niečo, z čoho má publikum strach a následne ponúkajú riešenie.

Slamený panák – cieľom tejto manipulatívnej techniky je zosmiešniť tvrdenie oponenta tak, aby sa stal ašším terčom. Manipulátor schválne podá zdeformovanú myšlienku názorového oponenta a prezentuje ju tak, ako by to bolo nie o, o oponent tvrdí alebo podporuje. Následne sa snaží vyvrátiť nie to, o oponent skutočne povedal, ale to, o čom mu sám umelo vytvoril.

Odvrátenie pozornosti – prenesenie pozornosti publika z jedného problému na iný, kde je väčšia šanca presvedčiť druhých.

Obetný baránok – veľmi často používaná manipulatívna technika. Za pôvodcu, vinníka určitého problému sa označuje určitá osoba, skupina, etnikum, rasa, národ, náboženstvo, politická strana. Technika sa opiera o stereotypy.

Načasovanie – načasovanie informácie na určité okolnosti, udalosti, obdobie (napr. sviatky) môže zvyšovať význam alebo naliehavosť toho, o čom chcú tvorcovia prezentovať.

Opakovaná lož – opakovanú lož ľudí za núbra ako pravdu a používajú ju ako argument.

Zovšeobecňovanie – formulovanie všeobecných záverov z minimálneho množstva faktov. Ignoruje sa komplexnosť problému.

Intenzita – využívanie superlatívov (najrýchlejší, najúčinnejší, najkrajší...), nadsádzky (navždy, neuveriteľný...) a iných prvkov na zvýšenie intenzity spojenej s nejakým javom, predmetom, alebo osobou.

Pri kritickej analýze mediálnych obsahov si musíme uvedomiť :

- čo informácia obsahuje
- čo v jej rámci súvisí s čím
- aké sú jej ciele
- kto za ňou stojí

Po dôslednom zodpovedaní si týchto otázok má prijímateľ mediálnej informácie veľkú šancu vyhnúť sa vplyvu manipulácie.

Práca s dokumentárnym filmom na vyučovaní

Dokumentárne filmy sa môžu vo využívaní využívať na rôznych predmetoch, nielen v mediálnej výchove. Nemal by však na predmete byť iba lievikom, ktorým sa žiakom do hláv nalievajú encyklopedické vedomosti, alebo nástrojom na „vyplnenie asu“ na využívaní. **Moderované premietanie dokumentu ponúka ideálny priestor na rozvoj kritického myslenia žiakov.**

Učiteľ by mal dbať na to, aby pred filmom i potom vytvoril otvorenú a uvoľnenú atmosféru, v ktorej sa žiaci cítia príjemne a sú ochotní a schopní vyjadrovať svoj názor, diskutovať a klásť otázky. Učiteľ by preto mal vystupovať skôr ako facilitátor, tedalovek, ktorý diskusiu usmeruje a moderuje, ale nemá v nej dominantné miesto. Mal by všetkých žiakov povzbudzovať, aby sa zapojili do diskusie a vyjadrili vlastný názor na film. Ak budú mať žiaci vo filme (príbahu, konaníu postáv, pohľadu režiséra, dej...) výhrady, má im dať možnosť vyjadriť aj takýto názor. Prispieje tak k rozvoju kritického myslenia a vnímania žiakov.

Pred filmom vo fáze evokácie sa učiteľ môže žiakov spýtať, čo od filmu očakávajú. Tak môžete dosiahnuť, že si žiaci od začiatku uvedomia, že ich názor je dôležitý. Krátka úvodná diskusia o obsahu filmu môže usmerniť pozornosť žiakov na to, **aby nevnímali iba dej a príbeh, ale aby si viac všimli, na aké témy a akým spôsobom sa snaží film upozorniť**. Učiteľ môže krátkym úvodným brainstormingom zistiť, čo žiaci o témach zobrazených vo filme vedia, aké sú ich názory a postoje. Môže vyzvať žiakov, aby krátko vyjadrili, čo vedia, myslia si, alebo podelili o téme filmu. Názory môžete zapisovať na tabuľku/flipchart a po skončení filmu sa k nim v diskusii vrátiť. Je vhodné opýtať sa žiakov, či sa pod vplyvom filmu niektorí z ich názorov zmenili. Pred filmom je možné zaradiť aj rôzne interaktívne alebo zážitkové aktivity.

Po skončení filmu (uvedomenie si významu) má učiteľ veľa možností, ako pracovať s filmom. Namiesto toho, aby film len pustil a na záver o ňom diskutoval, môže ho využiť ako interaktívnu metodickú pomôcku.

Niekoľko námetov ako pracovať s filmom:

1. Pozrite si film a pripravte si prestávky na diskusiu - Pred premietaním si pozrite film a učiteľ si pasáže, ktoré sú podľa vás vo filme najdôležitejšie. K týmto pasážam si pripravte otázky, ktoré žiakom položíte. Pri premietaní zastavte film a pýtajte sa žiakov (otázky môžu smerovať ku konaníu postáv vo filme, k téme, ktorá práve vo filme odznela a podobne). Žiaci sa môžu vyjadriť aj k tomu, ako by oni riešili situácie vo filme, čo ich pobúrilo, čo by zmenili, prípadne čo ich najviac zaujalo.

2. Zmeňte žiakov z pasívnych divákov na „režisérov“ filmu - Film môžete zastaviť pred dôležitou sekvenciou a vyzvať žiakov, aby jednotlivito alebo v skupinách navrhli ďalší vývoj príbehu. Ako by podľa nich mohli postavy vo filme alej konať, ako sa budú vyvíjať ich osudy a podobne (tabuľka predpovedí). Môžete sa ich tiež spýtať, ako hodnotia prácu režiséra, čo by urobili inak, keby sami boli tvorcami filmu.

3. Zmeňte žiakov na „hercov“ - Film môžete zastaviť a vyzvať žiakov, aby sa vcítili do postáv a zahráli scénu, v ktorej vymyslia alternatívne pokračovanie. Žiaci sa vcítia do konania postáv a vyskúšajú si, ako by reagovali, keby sami boli aktérmi filmu.

4. Žiaci sa pýtajú - Môžete vyzvať žiakov, aby si po filme zapisovali otázky k filmu. V závere nej diskusii to nebudete vy, kto sa pýta, ale vaši žiaci. Navzájom budú diskutovať o otázkach, ktoré sami navrhnu (precvičovanie tvorby otázok na podporu kritického myslenia).

5. Žiaci pozorujú - Pripravte pre žiakov „kartu pozorovateľa“ s otázkami k filmu. Cieľom je, aby žiaci neboli iba pasívnymi divákmi, ale aby žiaci dokázali z filmu vybrať dôležité informácie, pochopiť súvislosti a pridať k nim svoj vlastný názor. Do karty pozorovateľa môžu žiaci vpisovať informácie už po filme, ale ponechajte im čas na dopísanie karty po skončení filmu (5 – 10 min).

Po filme (reflexia) by mali žiaci dostať priestor na diskusiu - na vyjadrenie vlastného názoru a na to, aby kládli vlastné otázky. Po filme je dobré zaradiť aj rôzne interaktívne alebo zážitkové aktivity. (Probstová, 2010)

Karta pozorovateľa

Kto je tvorcom, rozprávačom dokumentu?

.....

Čo chce dokument dosiahnuť? (informovať, presvedčiť, vzdeláť, vyzvať k akcii, šokovať..)

.....

Aká je hlavná myšlienka filmu? Aký problém film rieši?

.....

Čo sa skrýva v podtexte filmu? (t. j. skryté významy alebo nevyslovené tvrdenia)

.....

Aké manipulatívne techniky film využíva?

.....

Aké hodnoty film vyjadruje a zastáva?

.....

Ktorá časť príbehu alebo problému ostala nevy povedaná, zamlčaná?

.....

Dotýka sa problém, ktorý film rieši aj nás? Ak áno, akým spôsobom?

.....

Súhlasíte s hlavnou myšlienkou filmu?

.....

Vyjadrite váš názor na film

.....

