

PERSPEKTÍVY OCHRANY MEDIÁLNEHO PUBLIKA – MEGATRENDY A MÉDIÁ 2014

Dana **Petranová**
Norbert **Vrabec**
(eds.)

**TRNAVA
2014**

<http://fmk.ucm.sk/>

Zborník je výstupom z medzinárodnej vedeckej konferencie „Megatrendy a médiá 2014: Komunikačné polia v mediálnom priestore“, ktorá sa konala v dňoch 15. a 16. apríla 2014 v Smoleniciach.

Vedecký výbor konferencie:

prof. PhDr. Miloš Mistrík, DrSc.; prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.; prof. dr. hab. Iwona Hofman (PL); prof. Małgorzata Łuszczak (PL); prof. Ing. Alena Kusá, PhD.; prof. PhDr. Dušan Pavlů, CSc. (CZ); prof. Dariusz Rott (PL); prof. Mgr. Art. Božidara Turzonovová; Dr. h. c. doc. Ing. Jozef Matúš, CSc.; doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.; doc. PhDr. Slavomír Magál, CSc.; doc. PhDr. Eva Odlerová, CSc.; doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.; doc. PhDr. Hana Pravdová, PhD.; doc. Mgr. Art. Jozef Sedláč; doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.; PhDr. Jakub Končelík, Ph.D. (CZ); JUDr. Mgr. Daniel Krošlák, PhD., LL.M.; PhDr. Alexander Plencner, PhD.; JUDr. Mgr. Martin Solík, PhD.; PhDr. Jaromír Volek, Ph.D. (CZ); Mgr. Juliána Lalahová, PhD.; Mgr. Ondřej Roubal, Ph.D. (CZ)

Organizačný a programový výbor:

JUDr. Mgr. Martin Solík, PhD.; Mgr. Juliána Lalahová, PhD.; PaedDr. Eva Habiňáková, PhD.; PhDr. Ján Višňovský, PhD.; Mgr. Martin Klementis, PhD.; PhDr. Jana Radošinská; Mgr. Andrea Boldišová; Mgr. Ľubica Burianová; Mgr. Stanislav Findra; Mgr. Viktória Kolčáková; Mgr. Peter Krajčovič; Mgr. Pavol Kyselica; Mgr. Igor Lakatoš; Mgr. Ivan Lužák; Mgr. Sláva Mazáková; Mgr. Dáša Mendelová; Mgr. Dáša Mužiková; Mgr. Paulína Petkáčová; Mgr. Jakub Ptačin

Editori zborníka: doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.
doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

Recenzenti zborníka: JUDr. Mgr. Martin Solík, PhD.
doc. Mgr. PhDr. Viliam Končal, PhD.

Zber a príprava podkladov: Mgr. Ľubica Burianová

Technická redakcia a úprava podkladov: Mgr. Peter Krajčovič

Produkcia: JUDr. Mgr. Martin Solík, PhD.

Návrh obálky: Mgr. Jakub Ptačin
Mgr. Pavol Kyselica

Táto publikácia bola schválená Edičnou radou UCM v Trnave a Vedeckou radou FMK UCM v Trnave. Za jazykovú správnosť zodpovedajú autori jednotlivých príspevkov.

Zborník je podporený Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

© Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2014

© Dana Petranová – Norbert Vrabec

ISBN 978-80-8105-587-4

OBSAH

ÚVODNÉ SLOVO	5
NEODKLADAJME DETI PRED TELEVÍZNU OBRAZOVKU <i>Andrej Brník</i>	9
POTENCIÁL VYUŽÍVANIA DIGITÁLNYCH TECHNOLOGIÍ VO FORMÁLNOM PREDPRIMÁRNOM VZDELÁVANÍ <i>Ľubica Burianová</i>	19
ZMENY V SPRÁVANÍ TELEVÍZNEHO PUBLIKA ŽIEN PO NÁSTUPE NA MATERSKÚ DOVOLENKU <i>Monika Domeniková</i>	36
SLOVENČINA V ELEKTRONICKÝCH MÉDIÁCH <i>Andrej Habiňák</i>	48
KRÁTKY POHĽAD NA SOCIÁLNE MÉDIÁ – OD ZÁVISLOSTI K DETOXU <i>Katarína Haluzová</i>	67
MEDIÁLNE KOMPETENCIE RODIČOV. TEORETICKÝ NÁČRT PROBLEMATIKY MERANIA ÚROVNE MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI DOSPELEJ POPULÁCIE <i>Pavel Izrael</i>	77
OCHRANA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA NA INTERNETE <i>Denisa Jánošová</i>	93
KRÍZA AUTOREGULÁCIE AKO DÔSLEDOK KRÍZY ŽURNALIZMU <i>Imrich Jenča</i>	103
INTERNET AKO VÝZVA K AKTÍVNEJ A HODNOTNEJ PARTICIPÁCII JEDNOTLIVCA NA KOMUNIKÁCII <i>Viera Kačínová</i>	112
VYSIELANIE PRE DETI VO VEREJNOPRÁVNÝCH MÉDIÁCH AKO BEZPEČNÝ PRIESTOR PRE DETSKÉHO DIVÁKA <i>Viktória Kolčáková</i>	124
TÉMA SMRTI V UMELECKÝCH OBSAHOCH ZAMERANÝCH NA DETSKÉHO RECIPIENTA <i>Veronika Kudlačáková – Marcela Králiková</i>	140

OD VIRTUÁLNEHO NEKROMARKETINGU AŽ PO ZOMIERANIE, SMRŤ A NESMRTEĽNOSŤ V KYBERPRIESTORE	
<i>Maroš Lahučký</i>	172
OBČIANSKA PARTICIPÁCIA V KONTEXTE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY	
<i>Mária Moravčíková</i>	193
GLOBALIZÁCIA – MÉDIÁ – VÝCHOVA EKOLOGICKÉHO SUBJEKTU	
<i>Eva Odlerová</i>	211
PRÍSTUPNOSŤ A PREFERENCIE ZRAKOVO HENDIKEPOVANÝCH UŽÍVATEĽOV VO VZŤAHU K WEBOVÝM STRÁNKAM	
<i>Paulína Petkáčová</i>	219
KÁNÓN POPKULTÚRY V PROSTREDÍ SUBKULTÚRY 2.0: PRÍKLAD FANFICTION	
<i>Pavel Rankov</i>	234
ÚLOHA MÉDIÍ VO VÝCHOVE OBČANA AKO SAMOSTATNE PREMÝŠĽAJÚCEHO SUBJEKTU	
<i>Juraj Skačan</i>	245
JAK SE BRÁNIT PŘED SVOBODNÝMI MÉDII	
<i>Otakar Šoltys</i>	255
MERANIE A HODNOTENIE ÚROVNE MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI SLOVENSKEJ POPULÁCIE	
<i>Norbert Vrabec</i>	262
MOŽNOSTI OCHRANY PRED NÁSTRAHAMÍ INTERNETOVEJ KOMUNIKÁCIE	
<i>Zlata Zelenská</i>	276

ÚVODNÉ SLOVO

Vážení pán rektor, dámy a páni, milí hostia,

je mi ctou, že sa Vám môžem prihovoriť pri príležitosti konferencie, ktorá nepochybne patrí medzi tie najkvalitnejšie v oblasti médií na Slovensku. Oceňujem organizátorov, že vytvárajú podmienky na zastavenie sa, hlbšie premýšľanie, zahĺbenie sa do záhybov našej duše. Čas beží, stále rýchlejšie, životné tempo stláča reálny pohľad na čas a tým aj na samotný reálny svet. Sekundovú ručičku nemožno reálne popohnať ani pribrzdiť. Ešte nikdy sa nevrátil raz prežitý deň a ideme naostro. Môžeme to ale urobiť vo virtuálnom svete, ale tým neuveriteľným tempom života urýchlujeme stále viac aktivity, ktoré sa dajú vtiesnať do jednej minúty, hodiny, týždňa.

Dovoľte mi, aby som sa spolu s Vami podelila v skrátenej podobe s informáciami, ktoré boli prezentované začiatkom februára tohto roka na piatom zasadnutí expertnej komisie pre mediálnu gramotnosť pri Európskej komisii. Na zasadnutí prof. Jose Manuel Tornero, koordinátor viacročného projektu EMEDUS, (European Media Literacy Education Study), prezentoval výsledky analýzy mediálnej gramotnosti vo formálnom vzdelávaní v jednotlivých členských štátoch. Výsledky analýzy mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní potvrdili progres SR v implementácii mediálnej výchovy na základe indikátorov, ktoré vychádzali z hodnotiacich kritérií úrovne mediálnej gramotnosti od roku 2009 – 2012. Slovensko sa v tomto hodnotení krajín EÚ umiestnilo na ôsmom mieste. O tomto úspechu, ale aj ďalších zaujímavých témach piateho zasadnutia expertnej skupiny pre mediálnu gramotnosť Európskej komisie ste mali tiež možnosť sa informovať na webovom portáli medialnavychova.sk

Na stupnici hodnotenia 4 - od 71 do 100 % - sa umiestnili: Veľká Británia, Rakúsko, Belgicko, Fínsko, Francúzsko, Nemecko, Holandsko.

Na stupnici hodnotenia 3 - od 60 do 70 % - sa umiestnili Dánsko, Írsko, Lotyšsko, Luxemburg, Malta, Slovensko, Švédsko.

Na stupnici hodnotenia 2 - od 50 do 59 % - sa umiestnili Česká republika, Taliansko, Portugalsko, Španiesko, Estónsko, Poľsko, Rumunsko, Slovinsko.

Na stupnici hodnotenia 1 - od 40 do 39% - sa umiestnili Bulharsko, Maďarsko, Cyprus, Grécko a Litva.

Najkvalitnejší systém mediálnej výchovy vo formálnom vzdelávaní v Európe majú štáty na stupnici hodnotenia 4. Slovensko sa nachádza na stupnici hodnotenia 3, čo je pomerne dobré hodnotenie, najmä ako

zoberieme do úvahy, že ešte v roku 2009 bolo Slovensko v pilotnej štúdii na 23. mieste v Európskej únii.

V európskom porovnaní sme dosiahli priemernú úroveň, čo sa týka hodnotenia individuálnych kompetencií a základnú úroveň v oblasti faktorov prostredia. Horšie výsledky dosiahlo v tom čase iba Bulharsko, Rumunsko, Grécko a Cyprus. Výsledky porovnateľné so Slovenskom dosiahlo aj Poľsko, Portugalsko, Lotyšsko, Litva, či Maďarsko.¹ V súčasnosti sme sa dostali v hodnotení pred všetky spomínané štáty z roku 2009. V terminológii súťaží, by sme mohli byť „skokanom roka“ ale my vieme, že to nie je súťaž a že za týmto niekoľkoročným príbehom stoja viacerí národní aktéri, ktorí propagujú mediálnu výchovu, ale aj dlhý rad profesionálov na univerzitách, ktorí ju implementujú v praxi a veľa publikujú.

Na jednej strane je pravdou, že od času prvého pilotného hodnotenia v roku 2009 sa na Slovensku skvalitnili viaceré faktory prostredia a zvýšili sa aj individuálne kompetencie obyvateľov, čo pozitívne hodnotila aj Európska komisia. Za významné v oblasti inštitucionálnej podpory považuje komisia to, že na rozdiel od iných štátov máme od roku 2009 vládou schválenú Koncepciu mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania a že mediálna výchova bola schválená v reforme vzdelávania od roku 2008 ako povinná prierezová téma. K úspechu tiež výrazne pomohol aj vznik a užitočná činnosť Medzinárodného centra mediálnej gramotnosti (IMEC), stúpajúcu tendenciu majú aj pribúdajúce publikácie a akreditované programy so zameraním na mediálnu výchovu pre učiteľov na univerzitách či v Metodicko – pedagogických centrách. Rada by som touto cestou poďakovala všetkým národným aktérom, ktorí priložili ruku k tomuto úspechu najmä pani dekanke Petranovej a docentovi Vrabčovi, doktorke Kačínovej, bez ktorých by sme iba ťažko mohli hovoriť o tomto umiestnení.

Na druhej strane je tu pretrvávajúca dilema a možno aj „migréna“ z toho, že i napriek dosiahnutému výsledku v hodnotení projektu EMEDUS, implementácia mediálnej výchovy na Slovensku nie je uspokojivá. Dôvody treba hľadať v systémových riešeniach univerzálneho rozšírenia podpory mediálnej gramotnosti, ale aj v intenzívnejšej podpore vzdelávania učiteľov na všetkých úrovniach, zvyšovania mediálnej gramotnosti prostredníctvom univerzít tretieho veku, podpory vzdelávania a systému poradenstva v oblasti mediálnej výchovy pre rodičov prostredníctvom verejnoprávnych médií, vzdelávacích a kultúrnych inštitúcií, pastoračných centier pri farských úradoch, a pod.

1 http://ec.europa.eu/avpolicymedia_literacy/studies/index_en.htm

Presvedčivým dôkazom nedostatočnej úrovne mediálnej výchovy sú aj výskumy, ktoré historicky prvýkrát realizovala Fakulta masmediálnej komunikácie na stredných a na základných školách v oblasti mediálnej výchovy vo všetkých krajoch. Aj tie potvrdili nedostatočnú úroveň vzdelanosti učiteľov z mediálnej výchovy.

Štúdia EMEDUS tiež poukázala na to, že takmer vo všetkých štátoch sa kladie dôraz vo väčšej či menšej miere na digitálnu gramotnosť a informačno-komunikačné technológie vo všeobecnosti, ktoré tvoria samostatné predmety než na mediálnu výchovu. Autori štúdie EMEDUS tiež zdôrazňujú, že keď sa v minulosti kládol dôraz iba na technické prístupy, tak v súčasnosti je potrebné položiť väčší dôraz na ďalšie aspekty mediálnej gramotnosti a tými sú kritické porozumenie mediálnych obsahov a ich tvorbu. Experti EK tiež odporúčajú zahrnúť, čo najviac predmety zamerané na podporu mediálnej gramotnosti v učiteľských programoch a integrovať Kurikulum mediálnej a informačnej gramotnosti pre učiteľov spracované UNESCO v roku 2011. (Publikácia sa pripravuje na spoločné vydanie v slovenskom jazyku Metodicko-pedagogického centra s Centrom mediálnej gramotnosti Univerzity sv. Cyrila a Metoda na základe Zmluvy o spolupráci uzavretej v roku 2012.) Pri tejto príležitosti by som tiež chcela zdôrazniť v rámci najlepších postupov na realitu Luxemburska, kde mediálna gramotnosť je povinný predmet v učiteľských študijných programoch.

Je dobré, že dnes sa o Slovensku hovorí ako o krajine, ktorá má predpoklady na to, aby úspešne zvyšovala úroveň detí, žiakov, študentov a dospelých v oblasti mediálnej gramotnosti. Je mimoriadne pozitívne, že Medzinárodné centrum mediálnej gramotnosti Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda sa stáva dôležitým hráčom na poli mediálnej gramotnosti v Európe. Svedčí o tom aj fakt, že sa zapojil spolu s ďalšími deviatimi krajinami do dobrovoľného testovania Európskej komisie zameraného na meranie úrovne mediálnej gramotnosti v kontexte celoživotného vzdelávania.

Ďalšou významnou aktivitou Vašej univerzity je to, že sa podieľa na zdokonaľovaní kompetencií učiteľov v oblasti mediálnej výchovy aj tým, že spolupracuje s Metodicko pedagogickým centrom, ktoré na základe financií z Európskej únie od roku 2013 implementuje Národný projekt Aktivizujúce metódy vo výchove Projekt je určený 7 000 – tisícom pedagogických a odborných zamestnancov.

Tak ako ste mali možnosť počuť adekvátne zrýchlenému životnému tempu sa „našťastie“ zrýchlili aj iniciatívy Slovenska na poli mediálnej gramotnosti. Mediálna gramotnosť je nielen megatrendom ale aj nevyhnutnosťou, je to fenomén ktorý súvisí s množstvom tém, no tiež s témou

vlastného zrýchľovania v dôsledku nových technológií. Živočíšnu druh Homo sapiens je závislý od svojich vedeckých plodov, a tým vytvára podmienky pre zrod ľudskému hurikánu života. Ak nechceme, aby nás v budúcnosti tento hurikán stiahol obrovskou dostredivou silou z periférie do najničivejšieho priestoru samotného „oka“ virtuálneho živlu mali by sme efektívnejšie univerzálne podporovať mediálnu gramotnosť a v rámci nej aj psychickú odolnosť ako odolávať neustále sa rozširujúcej palety informačných kanálov a informácií všade kde sa to dá.

Čaká nás veľa práce, cieľ je jasný a isto to poznáte, ak niečo skončíme zistíme, že opäť začíname. Mnohí z nás vedia, že nie cieľ, ale cesty sú dôležité a tie naše nie sú iba hladké, ale často krát hrboľaté a hlavne sú medzi nimi aj veľké rozdiely. Presne tak ako v úrovni mediálnej gramotnosti na Slovensku.

Novému časopisu Media Literacy Student Magazine, ktorý dnes v rámci konferencie uvádzame do života, želám, aby bol užitočný ako soľ, ktorú potrebujeme k životu a v budúcnosti, aby sa šťastne a s úspechom dostal nielen cez všetky cesty a skryté chodníčky ale aj komunikačné polia v mediálnom priestore.

PhDr. Nataša Slavíková

zástupkyňa Slovenskej republiky v pracovnej skupine Európskej komisie pre mediálnu gramotnosť,
námestníčka generálnej riaditeľky Metodicko pedagogického centra,
odborná garantka návrhov siedmich mediálnych zákonov a Koncepcie mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania v Slovenskej republiky.
natali.slavikova@gmail.com

NEODKLADAJME DETI PRED TELEVÍZNU OBRAZOVKU

Do Not Postpon Your Children in front of Television

Andrej Brník

Abstrakt: Príspevok predostiera aké hrozby prináša nadmerné sledovanie televízie deťom. Jednotlivé hrozby detailne charakterizuje a vysvetľuje. Okrem toho chce príspevok poukázať aj na to, čo spoločnosť robí, aby zabránila negatívnemu vplyvu televízie na deti. Túto snahu rozdeľuje na dve časti, ktoré sú potom načrtnuté. Na opis celej problematiky používa príspevok aj výsledky rôznych realizovaných výskumov, ktoré ozrejmujú celú problematiku a dotvárajú celkový obraz danej problematiky.

Kľúčové slová: deti, televízia, mediálna výchova, hrozby, didaktika, mediálne zákony.

Abstract: The contribution brings the threat which puts forward an excessive television viewing for children. Different threats characterized in detail and explained. It also wants post also point out what the company is doing to prevent the negative impact of television on children. This effort is divided into two parts, which are then outlined. To describe the whole issue used post the results of various studies conducted which illustrate the whole issue and complete the overall picture of the issue.

Key words: children, television, media edikation, threats, didactics, media laws.

1 Neodkladajme deti pre televíziu obrazovku

Ústav informácií a prognóz školstva realizoval v školskom roku 2009/2010 opakovaný prieskum názorov v oblasti voľnočasových aktivít mládeže a postavenia médií v rámci nich. Prieskum sa tiež zameriaval na postavenie televízie vo voľnom čase žiakov základných a stredných škôl v SR. Mapovaná bola aj preferencia programových typov, záujem sledovať násilné televízne programy a názory mladých divákov na násilné televízne programy a okolnosti ich sledovania.

Výskum názorov žiakov sa realizoval na základných a stredných školách na celom území SR. Zúčastnilo sa ho 1096 žiakov vo veku od 12 do 18 rokov, z toho 497 žiakov základných a 599 žiakov všetkých typov stredných škôl. Zastúpené boli obe pohlavia, v pomere 52,7% chlapcov k 47,3% dievčat.¹

Aj keď tento výskum sa netýkal mladších detí a zahŕňal aj mládež, môžeme ho považovať za dobrý ukazovateľ sledovania televízie mladými ľuďmi a teda aj deťmi.

„V porovnaní množstva času tráveného pri televíznej obrazovke mladší žiaci sledujú televíziu vo väčšej miere ako starší žiaci. Pracovné dni žiaci základných škôl trávajú vo vyššom počte ako stredoškóľáci 3 až 4 hodinovým sledovaním televíznych programov (ZŠ: 55,2% / SŠ: 44,8%), dokonca sa sledovaniu televíznych kanálov dokážu venovať 5 a viac hodín (ZŠ: 65,2% / SŠ: 34,8%). Cez voľné dni sa síce viac stredoškóľákov prikláňa k 1 až 4 hodinovému pozeraniu televízie (v oboch prípadoch: okolo 60% žiakov SŠ oproti 40% žiakov ZŠ), avšak žiaci navštevujúci základnú školu sa opäť vo väčšom počte hlásia k 5 a viac hodinovému sledovaniu toho, čo televízia ponúka (ZŠ:57,1% / SŠ: 42,9%).“

Vyplyva z toho naozaj desivý fakt. Že čím mladšie deti, tým viac času trávajú sledovaním televízie.

1.1 Hrozby, ktoré televízia ponúka deťom

Ako sme už niekoľkokrát uviedli, médiá sú súčasťou nášho života, teda aj života detí. Účinky sa odrážajú v mnohých oblastiach našej psychiky. Môžeme spomenúť najdôležitejšie vplyvy:

- Emocionálne (citové) zmeny;
- Kognitívne (poznávacie) zmeny;
- Postojové (dlhodobé) zmeny;
- Behaviorálne (zmeny v pozorovateľnom chovaní).²

Okrem týchto zmien však médiá vplyvajú aj na celkom iné oblasti. Priťahujú obsahy, ktoré vo veľkej miere formujú aj vnútro detí a mládeže. Ako konkrétne môžu mediálne obsahy ovplyvniť mladého diváka si priblížime v nasledovných odsekoch:

1 SLOVÍKOVÁ, M.: *Násilné televízne obsahy a potreba mediálnej výchovy*. [online]. Dostupné na: <<http://www.uips.sk/sub/uips.sk/images/prevenia/vcasmedia.pdf>>.

2 PETRANOVÁ, D.: Účinky médií na život človeka a spoločnosť. In: *Mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2011, s. 46.

- **Zlá rodinná komunikácia.** Každá rodina funguje ako jedno malé spoločenstvo. Pre svoj dobrý rozvoj potrebuje komunikovať a teda vymieňať informácie, pocity obavy, zážitky. Ak výmena informácií bez problémov funguje, potom je rodina vo veľkej miere podporou pre mládež v ich adolescentnom veku. Dobrá komunikácia v rodine má za následok upokojuvanie psychologických potrieb mládeže. Ak sa však stane, že dovolíme už malým deťom, aby sa médiá stali ich „najlepšími kamarátmi“, potom v neskoršom veku môžu médiá zaberáť ich značný čas voľného času. To spôsobí paralýzu komunikácie v rodine.³
- **Sex.** Média zobrazujú stále viac vo svojich obsahoch sex a pornografiu. Veľkou nevýhodou je to, že aj mladiství si rovnako ako my dospelí môžu zapnúť alebo pozrieť kedykoľvek a čokoľvek. Mladí a deti sa preto ľahko dostanú k obsahom takéhoto typu. Hranice mravnosti sa posúvajú čoraz ďalej. Je to následok jedného jediného – médiá chcú zaujať a pobúriť. Nebezpečenstvo spočíva najmä v zobrazovaní týchto obscénností. Erotické scény sú často plné primitívnych alebo frivolných obrazov. Inde je zase sexualita zobrazená ako aktivita, ktorá nemá nič spoločné, ba je na míle vzdialená od hlbšieho vzťahu. Muž so ženou sa ocitnú v posteli hneď potom, ako sa spoznali. V pornografii sú ženy zobrazované ako tovar, s ktorým sa obchoduje. Sú často ponížované, čo hraničí až s ľudskou dôstojnosťou. Netreba zabúdať ani na znázornenia sexuálnych konvencií, kde vôbec nie je zobrazovaná realita. Muži sú napríklad často zobrazovaní ako statoční, inteligentní, mocní a samozrejme vo vysokom postavení. Ženy naopak ako nekompetentné, závislé a sexuálne objekty na nízkych či stredných postoch.⁴
- **Gýč.** Predstavuje istú formu klamstva. Predostiera nám niečo ako rozprávku, ktorá sa usiluje pôsobiť skutočne. Máme si myslieť, že niečo také je v reálnom svete naozaj možné. Takto gýč presvedčí mnoho ľudí, ktorí sa v médiách nechcú stretávať s pravdivou realitou o sebe samých. Naopak chcú pred touto pravdou utekať, schovávať sa pred ňou a to práve za lacné ilúzie, ktoré gýč predostiera. Potom sa ale stane, že si myslíme, že existuje len dobro a zlo. Nič medzi už nie je predstaviteľné. Predstavujeme si len skutočnú a celoživotnú lásku až za hrob a podobné gýčovité predstavy. Gýč nepredstavuje sám o sebe až také nebezpečenstvo ak ho nevstrebávame vo veľkých dávkach a ak sa nestáva našou jedinou potravou pre dušu. Mladý človek, ktorý je živený len gýčom, nedokáže splniť svoju hlavnú úlohu mladosti

3 POSSE, R., MELGOSA, J.: *Umenie výchovy*. Vrútky: Orion, 2001, s. 80.

4 POSSE, R., MELGOSA, J.: *Umenie výchovy*. Vrútky: Orion, 2001, s. 77.

– nájsť samého seba. Usiluje sa potom aj vo vlastnom živote len o to, aby splnil to, čo ho gyč naučil.⁵

- **Život mimo reálneho života.** Médiá vypĺňajú čoraz viac nášho času, ktorý by sme inak boli nútený tráviť plnohodnotnejšie. Dostávajú sa aj na také miesta, kde kedysi nebolo pre ne miesto. Na miesta, ktoré pre nás niekedy znamenali odpočinok. Ako príklad môžem menovať len chaty, ktoré mnoho ľudí vlastní a kam chodievali „vypnúť“ od sveta. Následkom toho trpí napríklad milostný život partnerov, pokiaľ majú televíziu vo svojej spálni. Ľudia si nedokážu nájsť chvíľku času a započúvať sa do svojho vnútra. Majú slabé schopnosti namáhať sa pre dosiahnutie vzdialeného cieľa.⁶
- **Vytváranie stereotypov.** V médiách sa pod týmto pojmom vyznačujú okamžite rozoznateľné a charakteristické skupiny ľudí. Aj keď sú stereotypy bežnou súčasťou sociálneho, ale aj mediálneho života, môžu médiá formovať verejnú mienku a teda vytvárať aj nové stereotypy, ktoré nemusia byť vždy pozitívne. Ak totiž nemá človek skúsenosť s danou sociálnou skupinou, z ktorej stereotyp vystupuje, bude za pravdivý názor považovať práve stereotyp. Za ďalšiu nevýhodu môžeme považovať to, že aj keď ide o normálny jav v spoločnosti po čase sa zaužívané stereotypy stávajú strnulými, zakrývajú realitu, ktorú mali pôvodne približovať, zviditeľňovať.
- **Zdravotné komplikácie.** V neposlednom rade treba spomenúť aj to, že médiám obetujeme stále viac času, človek nevykonáva žiadnu fyzickú námahu. Jednoducho len sedí. Trpí tak celé telo, hlavne oči. Niektorým deťom sa môžu pred spaním dokonca premietiť aj desivé obrazy, ktoré mali možnosť sledovať v nejakom programe či videohre, čo zapríčini ich nepokojný spánok. V neposlednom rade netreba zabúdať ani na to, že v okruhu asi dvoch metrov od televíznej obrazovky alebo monitora pôsobí na človeka škodlivé žiarenie.⁷
- **Násilie v médiách.** Aj keď rôzne zákonné normy a etické kódexy chránia mladistvých pred násilím v médiách, nemusia byť vždy tomu tak, že je v nich menej násilných scén ako v mediálnych obsahoch pre dospelých. Práve naopak. Štúdie dokazujú, že v programoch pre mladistvých je oveľa viac násilia ako v programoch pre dospelých. Ide však o násilie, ktoré je skryté v inej podobe. V programoch pre mladistvých sa bežne stretávame s naháňacami, bitkami, nadávkami, vyhrážkami

5 ŘÍČAN, P. - PITHARTOVÁ, D.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995, s. 25-26.

6 ŘÍČAN, P. - PITHARTOVÁ, D.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995, s. 26.

7 ŘÍČAN, P. - PITHARTOVÁ, D.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995, s. 30.

a i. To však neznamená, že násilie je menej škodlivé. Je len primerané svojmu veku. Neskôr, keď sú diváci dospeljší, autori „prítvrdia“. Násilie v médiách láka predovšetkým k napodobňovaniu. Chcú na vlastnej koži zažiť to, čo mali možnosť vidieť inde. Aj keď to priamo nenapodobňujú, oslabuje to ich pocit k súcitu a vzbudzuje pocit krutosti, či prípadne ich nabáda ničiť svoje veci. U iných detí môže prílišné sledovanie viesť až k šílenstvu.⁸

2 Ako sa spoločnosť bráni?

Ako brániť deti pred násilnými obsahmi? To je otázka ktorú si asi už položil každý dobrý rodič. Nie je to jednoduché. Nie vždy totiž, môžeme sledovať televíziu spolu s deťmi. Ako „minimalizovať škody“ ktoré môže na nich televízia napáchať? Existujú dva spôsoby ako sa brániť voči násilným obsahom v televízii:

- 1. Normatívna obrana:** pomocou štátom stanovených noriem a pravidiel pre televízne programy. Pomocou zákonov by mali pevne stanoviť čo je vhodné a čo nie pre oko detského diváka (politici však často prepadávajú lobistickým skupinám, ktoré existujú aj v televíznom biznise a preto je druhý spôsob oveľa spoľahlivejšou obranou)
- 2. Didaktická obrana:** pomocou zavádzania mediálnej výchovy do škôl, môžu deti nadobudnúť kritické myslenie voči televíznym obsahom. Sú tak pripravené samostatne uvažovať o tom čo vidia v televíznej obrazovke. Mediálna výchova by však mala figurovať v rozvrhoch už od základných škôl.

2.1 Normatívna obrana - zákony a násilie v médiách na Slovensku

Ako môže byť násilie zobrazované je rozpísané aj v zákone č.308/2000 Zákon o vysielaní a retransmisii, § 19 O ochrane ľudskej dôstojnosti a ľudskosti:

- (1) Programová služba a všetky jej zložky nesmú spôsobom svojho spracovania a svojím obsahom zasahovať do ľudskej dôstojnosti a základných práv a slobôd iných.
- (2) Programová služba a všetky jej zložky nesmú:
 - a) propagovať násilie a otvorenou alebo skrytou formou podnecovať nenávisť na základe pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka, viery a náboženstva, politického či iného zmýšľania, národného alebo sociálneho pôvodu, príslušnosti k národnosti alebo k etnickej skupine,

8 ŘÍČAN, P. - PITHARTOVÁ, D.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995, s. 18-19.

- b) do ponúk programov zahŕňať výňatky z diel, ktoré znázorňujú používanie strelných zbraní, devastácie životného prostredia a zábery, ktoré by mohli navodiť dojem skrytej formy propagácie alkoholizmu, fajčenia a používania omamných látok, jedov a prekurzorov,⁹
- c) propagovať vojnu alebo opisovať kruté alebo inak neľudské konanie spôsobom, ktorý je ich nevhodným zľahčovaním, ospravedlňovaním alebo schvaľovaním,
- d) bezdôvodne zobrazovať scény reálneho násillia, kde sa nenáležitou formou zdôrazňuje skutočný priebeh umierania alebo sa zobrazujú osoby vystavované fyzickému či psychickému utrpeniu spôsobom, ktorý sa považuje za neoprávnený zásah do ľudskej dôstojnosti; platí to aj vtedy, ak dotknuté osoby s takým zobrazením súhlasili,
- e) otvorene alebo skrytou formou propagovať alkoholizmus, fajčenie, užívanie omamných látok, jedov a prekurzorov alebo zľahčovať následky užívania uvedených látok.

Niečo o násillí nájdeme aj ďalej v § 20 o Ochrane maloletých:

- (1) Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby sa nevysielali programy alebo iné zložky programovej služby, ktoré môžu narušiť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých, najmä také, ktoré obsahujú pornografiu alebo hrubé, neodôvodnené násillie.
- (2) Zobrazovanie neodôvodneného násillia na účely tohto zákona je šírenie správ, slovných výpovedí alebo obrazov, kde sa násillný obsah dostáva neopodstatnene do popredia vzhľadom na kontext týchto správ, slovných výpovedí alebo obrazov.
- (3) Programy alebo iné zložky programovej služby, ktoré by mohli ohroziť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých alebo narušiť ich duševné zdravie a emocionálny stav, sa nesmú vysielat' v čase od 6.00 h do 22.00 h.
- (4) Pri zaraďovaní jednotlivých programov do vysielania je vysielateľ televíznej programovej služby povinný zohľadňovať vekovú vhodnosť programov a iných zložiek programovej služby pre maloletých.
- (5) Na základe klasifikácie programov podľa vekovej vhodnosti je vysielateľ televíznej programovej služby povinný zaviesť a uplatňovať jednotný systém označovania programov adresovaný rodičom

9 § 2 zákona č. 139/1998 Z. z. o omamných látkach, psychotropných látkach a prípravkoch v znení zákona č. 260/1999 Z. z.

- a vychovávateľom maloletých, informujúci o vhodnosti programov pre vekové skupiny maloletých do 7, 12 a 18 rokov.
- (6) Jednotný systém označovania programov a podmienky jeho uplatňovania určí rada. Tento systém rada zverejní prostredníctvom svojej internetovej stránky, na svojej úradnej tabuli v mieste svojho sídla a doručí ho dotknutým vysielateľom.
 - (7) Vysielateľ televíznej programovej služby je povinný uplatniť jednotný systém označovania programov aj v programovej ponuke, a to vo vlastnom vysielaní, ako aj v prehľade programov, ktorý poskytuje na zverejnenie periodickej tlači a ostatným hromadným informačným prostriedkom.¹⁰

2.1.2 Ďalej sa ochrane venuje aj jednotný systém označovania tzv. JSO – vyhláška ministerstva kultúry

Dva roky po zavedení jednotného systému označovania programov (zavedený bol v roku 2001) v si dala Rada pre vysielanie a retransmisiiu vypracovať prieskum verejnej mienky. Zrealizoval ho OMV v dňoch 11. – 17. novembra na vzorke 3 362 respondentov. Hlavným cieľom bolo zistiť, ako diváci vnímajú klasifikáciu.

Z oslovených respondentov sa 78% úplne alebo čiastočne stotožnilo s názorom, že označovanie uľahčuje rodičom výber programov pre ich deti. O niečo menej – 64% – súhlasí, že televízne stanice si dávajú väčší pozor na to, čo vysielajú. Možnosť “asi nie” zvolilo 20% a “určite nie” 10% opýtaných.

V prospech označovania dopadla aj otázka, či televízni vysielatelia používajú symboly o vhodnosti a nevhodnosti TV programov primerane. 57% ľudí si myslí, že väčšinou primerane, 10% vždy primerane, 17% väčšinou neprimerane a 2% vždy neprimerane. 14% respondentov nevedelo problém posúdiť.

Verejnosť nereagovala jednoznačne na otázku, či pri výbere televíznych programov pre ich dieťa alebo vnúča berú do úvahy symboly o ich vhodnosti alebo nevhodnosti pre danú vekovú skupinu. Otázka sa netýkala až 40% opýtaných, 2% to nevedeli posúdiť. Piktogramom sa vždy riadi 8% a väčšinou 27% ľudí. Naopak, väčšinou si ich nevšimá 15% a vôbec 8% opýtaných.

Najjednoznačnejšie sa ľudia postavili k problému, či je potrebné označovať všetky audiovizuálne produkty na našom trhu symbolmi vhodnosti alebo nevhodnosti pre deti a mládež. 49% je určite za, 27% asi za. 15%

10 Zákon č. 81/1966 Zb. o periodickej tlači a o ostatných hromadných informačných prostriedkoch v znení neskorších predpisov.

to považuje za asi zbytočné, 6% za určite zbytočné a 3% nevedeli zaujať stanovisko.¹¹

2.2 Didaktická rovina obrany proti násiliu (mediálna výchova) na Slovensku

Vláda Slovenskej republiky na svojom zasadnutí dňa 16. decembra 2011 uznesením č. 923 schválila „Konceptiu mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania“. Konceptia sa opiera o základné dokumenty Európskej únie, Rady Európy a UNESCO. Snaží sa mapovať súčasný stav vzdelávania v mediálnej oblasti vo svete ale aj v podmienkach Slovenskej republiky. Vymedzuje ciele, stratégiu a predpoklady tvorby účinného systému mediálnej výchovy v kontexte celoživotného vzdelávania.

Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky sa oblasti mediálnej výchovy v rámci svojej vecnej pôsobnosti venovalo od roku 2007 a za účelom prípravy koncepcie vo februári 2009, zriadilo medzirezortnú pracovnú skupinu, ktorej členmi boli: zástupcovia ministerstva kultúry, zástupcovia Ministerstva školstva Slovenskej republiky, Štátneho pedagogického ústavu, mediálnych regulačných orgánov, zástupcovia stredných a vysokých škôl, cirkví, nezávislých inštitúcií, neziskových organizácií a nezávislí odborníci.

Hlavným predpokladom naplňovania cieľov vyplývajúcich z koncepcie bolo vytvorenie Centra mediálnej výchovy, ktoré koordinuje činnosti v oblasti mediálnej výchovy, vytvára koncepciu mediálnej výchovy v neformálnom vzdelávaní. Okrem iného je aj hlavným zdrojom údajov pre správu o stave mediálnej výchovy a úrovni mediálnej gramotnosti v podmienkach Slovenskej republiky. Centrum malo byť zriadené ministerstvom v termíne do 1. januára 2011 ako súčasť existujúcej inštitúcie v rezorte kultúry a finančné zabezpečenie činnosti centra malo byť zdrojovo kryté z rozpočtovej kapitoly ministerstva na príslušný rok.

Vzhľadom na súčasnú ekonomickú situáciu, úsporné opatrenia, a tým aj možnosti rezortu kultúry, **ministerstvo centrum** v stanovenom termíne **nezriadilo** a z tohto dôvodu ani nemôže plniť úlohy, ktoré boli vo vyššie uvedenom uznesení vlády Slovenskej republiky ministromi kultúry uložené.¹²

11 Rada pre vysielanie a retransmisiu, Správa o stave vysielania 2001 [online].2003, accessed 2002 <http://www.rvr.sk/sk/spravy/index.php?kategoriaid=205&rozbalitClanky=205#clanky_205>

12 Konceptia mediálnej výchovy v slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania [online]. Dostupné na: <<http://www.culture.gov.sk/>>

Významné dokumenty EÚ a Rady Európy k mediálnej výchove:

- Odporúčanie č. 1466 (2000) Mediálna výchova
- Závery Rady z 22. mája 2008 o medzikultúrnych kompetenciách
- Závery Rady z 22. mája 2008 o európskom prístupe k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí
- Závery Rady o ochrane detí v digitálnom svete
- Stanovisko Výboru regiónov „Mediálna gramotnosť“ a „Kreatívny obsah online
- Rozhodnutie Európskeho parlamentu a Rady č. 1351/2008/ES, ktorým sa ustanovuje viacročný program Spoločenstva na ochranu detí, ktoré používajú internet a iné komunikačné technológie
- Odporúčanie č. K(2009) 6464 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí pre konkurencieschopnejší audiovizuálny priemysel a priemysel obsahu a inkluzívnu znalostnú spoločnosť

Subjekty ktoré sa venujú oblasti mediálnej výchovy na SR:

- Centrum mediálnej gramotnosti, Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, Trnava (www.medialnavychova.sk)
- Žilinská univerzita v Žiline, Fakulta humanitných vied, Katedra mediámatiky a kultúrneho dedičstva (www.uniza.sk)
- Občianske združenie eSlovensko (www.zodpovedne.sk)
- Občianske združenie Žabky (www.zabky.sk)
- Saleziáni dona Bosca (www.saleziani.sk)
- Rómske mediálne centrum (www.mecem.sk)¹³

Literatúra a zdroje:

POSSE, R., MELGOSA, J.: *Umenie výchovy*. Vrútky : Orion, 2001. 194 s. ISBN 80-88960-89-4.

PETRANOVÁ, D.: Účinky médií na život človeka a spoločnosť. In: *Mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie, 2011. ISBN 978-80-8105-248-4, 44–47 s.

ŘÍČAN, P., D.: *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995. 62 s. ISBN 80-7178-084-7.

posobnost-ministerstva/media-audiovizia-a-autorske-pravo-/media-a-audiovizia/koncepcia-medialnej-vychovy-v-sr-1d3.html>.

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

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

Radaprevysielaniearetransmisiu,*Správaostavevysielania2001* [online].2003, accessed 2002. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/sk/spravy/index.php?kategoried=205&rozbalitClanky=205#clanky_205>

SLOVÍKOVÁ, M.: *Násilné televízne obsahy a potreba mediálnej výchovy*. [online]. Dostupné na: <<http://www.uips.sk/sub/uips.sk/images/prevencia/vcasmedia.pdf>>.

Zákon č. 81/1966 Zb. o periodickej tlači a o ostatných hromadných informačných prostriedkoch v znení neskorších predpisov.

Zákon č. 139/1998 Z. z. o omamných látkach, psychotropných látkach a prípravkoch v znení zákona č. 260/1999 Z. z.

Kontaktné údaje:

Mgr. Andrej Brník
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
abrnk@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

POTENCIÁL VYUŽÍVANIA DIGITÁLNYCH TECHNOLÓGIÍ VO FORMÁLNOM PREDPRIMÁRNOM VZDELÁVANÍ

The potential of using digital technologies
in formal pre-primary education

Ľubica Burianová

Abstrakt: Vzájomné prepojenie elektronických médií a vzdelávania sa stalo neodmysliteľnou a trvalou skutočnosťou, preto je dôležité integrovať tieto digitálne technológie aj do predprimárneho vzdelávania. Príspevok sa zameriava na formálne predprimárne vzdelávanie so zameraním na efektívnu, autentickú a atraktívnu podporu vzdelávacích cieľov pomocou využitia digitálnych technológií vo vyučovacom procese. V príspevku sa usilujeme identifikovať rôzne aspekty, ktoré súvisia s týmto fenoménom, rozpoznať jeho silné a rizikové stránky, pokúšame sa kvalifikovane odhadnúť trendy jeho budúceho vývoja. V empirickej časti predkladaného textu interpretujeme výsledky pilotného prieskumu, ktorým sme zisťovali zastúpenie a využívanie digitálnych technológií v materských školách v Trnave.

Kľúčové slová: digitálne technológie, edukačná robotika, predprimárne vzdelávanie, rozvoj kompetencií, výchovno-vzdelávací proces, vzdelávacie ciele.

Abstract: Interconnection of electronic media and education has become an integral and permanent reality, it is important to integrate these digital technologies into pre-primary education. This paper focuses on the formal pre-primary education with a focus on effective, authentic and attractive support learning objectives using digital technologies in the educational process. In this paper we are trying to identify the various aspects related to these phenomena, recognise its strengths and weaknesses and competently assess trends of its future development. In the empirical part of this paper are interpreted the results of the pilot survey, which helped us investigate the presence and use of digital technologies in kindergartens in Trnava.

Key words: digital technologies, educational robotics, pre-primary education, competence development, educational process, educational objectives.

Úvod

Médiá sú permanentne prítomné v životoch detí – dnešné malé deti aktívne využívajú tablety, telefonujú z vlastných mobilov či surfujú na internete. Podľa viacerých prieskumov „*deti vo veku od 4 – 9 rokov strávia s médiami zhruba tri hodiny denne*“¹. Mysleť dieťaťa je úrodná pôda, ktorej môžu elektronické médiá pomáhať, ale i škodiť. Deti práve v tomto veku majú tendenciu kopírovať to, čo vidia na internete alebo v televízii a rodičia by práve preto mali hlbšie zvažovať, akým mediálnym obsahom svoje deti vystavia a či a ako sa s nimi budú o danej problematike rozprávať. Voči médiám totiž nie je imúnny nikto, obzvlášť nie malé deti. Pedagógovia základných škôl pociťujú potrebu a žiadajú, aby sa o médiách hovorilo už v predškolskom veku. Deti totižto v minulosti nikdy neboli vystavené takému množstvu rizikových obsahov, ako sú teraz. Deti médiá milujú a aj ich poznajú, ale nedokážu rozoznávať realitu od fikcie. Pri napodobňovaní určitých vzorov si neuvedomujú následky a médiá tak môžu ovplyvniť ich psychický, morálny i fyzický vývin. Médiá sa vo výchove však dajú využiť aj pozitívne. Prostredníctvom rozprávok, piesní a príbehov, ale najmä pomocou nových moderných digitálnych technológií sa môžu deti lepšie zorientovať v skutočnosti, získať optimistické stratégie riešenia životných situácií atď. Americký filozof Robert Fulghum povedal, že *všetko, čo naozaj potrebujeme vedieť, sme sa naučili v materskej škole*. Už tam deti po vysvetlení dokážu urobiť fotografiu objektu plne automatickým fotoaparátom a stačí im na to krátky inštruktáž. Dokážu využívať jednoduché programovateľné hračky, prostredníctvom ktorých si hravou formou osvojujú napr. schopnosť orientácie v priestore, s nadšením nahrávajú svoje výpovede alebo spev na diktafón alebo iný nahrávač, využívajú mikrofón a vedia si pustiť DVD prehrávač. Je teda nepochybné, že využívanie digitálnych technológií deti predškolského veku zvládnu, ale prostredníctvom nich sa zároveň aj zatriktívňujú edukačné aktivity a prebúda sa v deťoch túžba objavovať a získavať stále nové informácie, čo tvorí dobrý základ pre ďalšie učenie sa. Aj v ISCED-e 0 – predprimárne vzdelávanie sa uvádza, že *„absolvent predprimárneho vzdelania je pripravený na vstup do primárneho vzdelávania v základnej škole a na*

1 IMEC.SK: *V Čechách diskutovali odborníci o mediálnej výchove pre predškolákov*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.medialnavychova.sk/odbornici-diskutovali-o-medialnej-vychove-pre-predskolakov/> [2014 – 04 – 16].

*další aktívny život v spoločnosti*². Je nanajvýš dôležité pripravovať deti tak, aby efektívne využívali poznanie aj prostredníctvom digitálnych technológií vo svojom budúcom povolání. Z toho vyplýva, že ich jednoznačne treba sprístupňovať deťom už v predškolskom veku. Premysleným a cieľavedomým vedením im treba už v predprimárnom vzdelávaní vytvárať priestor na získanie základných kompetencií využívania digitálnych technológií na takej úrovni, aby ich už v základnej škole mohli efektívne využívať pri ďalšom vzdelávaní sa.

Digitálne technológie v predprimárnom vzdelávaní

Pod pojmom digitálne technológie v kontexte vzdelávania rozumieme používanie počítačov a podobných nástrojov, techník a zariadení na podporu učenia, učenia sa a ďalších kognitívnych aktivít.³ Zjednodušene ich môžeme vnímať ako počítače a edukačné softvérové aplikácie (programy), videoprojektory, elektronické interaktívne tabule, digitálne fotoaparáty, digitálne prostriedky na komunikáciu, programovateľné hračky a zariadenia im podobné. V kontexte vzdelávania môžeme digitálne technológie vnímať z dvoch strán. Na jednej strane sú to technológie ako **informačné médium**, na druhej strane ako médium **konštrukčné**. Papert upozorňuje, že aj vzdelávanie môžeme vnímať z dvoch uhlov – z informačnej stránky (získavanie informácií a zručností) a konštrukčnej (objavovanie a konštruovanie vedomostí)⁴. Aj keď sú obe rovnako dôležité, konštrukčná strana je niekedy mierne podceňovaná. Mnohí odborníci v oblasti vzdelávania sa domnievajú, že digitálne technológie môžu byť nápomocné pri rozvoji kompetencií detí už v tomto veku a môžu tak podporovať afektívnu a autentickú stránku vzdelávacích cieľov. Aj vo vládnom dokumente Te Whāriki – národné kurikulum pre predškolskú výchovu a vzdelávanie Nového Zélandu, ktorý nechalo vypracovať Ministerstvo školstva Nového Zélandu, aby sa stal východiskom novej vládnej stratégie integrácie digitálnych technológií do predprimárneho vzdelávania sa uvádza, že *„ak sa tieto technológie používajú primeraným spôsobom, môžu sa stať produktívnym prostriedkom na podporu poznávacieho procesu*

2 ŠPÚ: Štátny vzdelávací program ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie. [online]. Dostupné na internete: http://www.statpedu.sk/files/documents/svp/ms/isced_0.pdf [2014 – 01 – 18].

3 KALÁŠ, I.: *Spoznávame potenciál digitálnych technológií v predprimárnom vzdelávaní*. Bratislava : Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 15.

4 PAPERT, S.: *Mindstorms: Children, Computers and Powerful Ideas*. New York : Basic Books, 2004, s. 218.

a vývinu dieťaťa“⁵. Niektoré štúdie upozorňujú na rôzne riziká v tejto oblasti, ktoré je potrebné si uvedomovať. Viaceré z týchto obáv pramenia z prevažne nesprávneho presvedčenia, že digitálne technológie v predprimárnom vzdelávaní robia z detí pasívnych prijímateľov alebo osamelých hráčov počítačových hier, ktorí sú vylúčení zo sociálnych interakcií pri učení sa alebo pri hre. Väčšina týchto obáv sa zameriava na používanie počítačov, predovšetkým na hranie počítačových hier. Používanie starých monitorov, ohrozenie zraku detí pri práci s projektorom a mnoho ďalších iných dôležitých faktorov je však často prehlíadaných a podceňujú sa. Už W. Benjamin v jeho preddigitálnej dobe rozumie pod digitálnymi technológiami, „nové komunikačné technológie ako nástroje tvorby fantasmagorických štruktúr a samozrejme senzualného prežitku, ktorý vnoril individualizovaného jedinca do totálnej celosti prostredia a umožnil privatizovať fantáziu sveta, ktorá funguje ako ochranný štít zmyslov“.⁶



Obr. 1: Rôzne oblasti obáv o zdravie a bezpečnosť detí, ako ich možno nájsť v odbornej literatúre

Zdroj: KALAŠ, I.: *Spoznávame potenciál digitálnych technológií v predprimárnom vzdelávaní*. Bratislava : Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 26.

Ako ukazuje mnoho príkladov z výskumných správ a odbornej literatúry, v reálnom prostredí predškolských zariadení sa počítače a iné digitálne

5 MINISTRY OF EDUCATION: *Information and Communication Technology (ICT)*. Book 20. Wellington, New Zealand: Learning Media Limited, 2009. p. 55. [online]. Dostupné na internete: <www.educate.ece.govt.nz/~media/Educate/Files/Reference%20Downloads/ex/ECEBK20/ECEBK20Full.pdf>. [2014 – 04 – 18]

6 VOLEK, J.: *Walter Benjamin a nové médiá*. In: *Communication Today*, Vol. 3, č. 2, 2012, s. 15.

technológie integrujú do učebných príležitostí spolu s mnohými inými prostriedkami a postupmi. Nemali by sa však vnímať ako konkurencia alebo náhrada iných príležitostí, ani by sa nemali používať na úkor aktivít podporujúcich vývin hrubej motoriky prostredníctvom napr. behania, skákania a pod.⁷ Najefektívnejší spôsob, ako eliminovať alebo aspoň minimalizovať tieto obavy v reálnych zariadeniach, je dobre informovaný pedagóg, ktorý by bol zodpovedný za to, aby kriticky posúdil primeranosť jednotlivých digitálnych prostriedkov a využil vhodné digitálne prostriedky na podporu tvorivej hry detí a ich realizácie. Nie iba výberom určitých softvérových aplikácií, ale aj využitím rôznych foriem digitálnych technológií a edukačnej robotiky.⁸ Jedným z najdôležitejších princípov korektnej integrácie digitálnych technológií do materských škôl je pojem vývinovej primeranosti, podľa ktorého je možné rozvíjať zručnosti v určovaní a aplikovaní vhodných hardvérových či softvérových digitálnych prostriedkov. Podľa projektu DA-TEC (The Developmentally Appropriate Technology in Early Childhood) existuje deväť všeobecných kritérií, podľa ktorých je možné posúdiť vhodnosť akéhokoľvek digitálneho prostriedku na jeho využitie v predprimárnom vzdelávaní. Výstup z tohto projektu hovorí, že digitálny prostriedok by mal byť:

- **vzdelávací** – jednotlivé nástroje a prostriedky musia mať jasné vzdelávacie ciele a mali by byť edukačné už svojou podstatou,
- **povzbudzovať spoluprácu** – pre kvalitný kognitívny vývin malých detí je najdôležitejší spoločný zážitok a podpora tých aktivít, ktoré vytvárajú priestor pre spoluprácu,
- **podporovať integráciu** – spoločne s inými overenými vzdelávacími postupmi je dôležitá maximálna integrácia digitálnych aplikácií do hry a vzdelávania a tým zaručiť, že vzdelávacie ciele budú zodpovedať potrebám dieťaťa,
- **podporovať hru** – hra a imitácia tvoria základný priestor pre reprezentačné a symbolické správanie detí, preto je rolová hra základom poznávacích procesov pre deti v predškolskom veku. Preto napr. aj počítačové aplikácie predstavujú pre deti príležitosti, ako sa môžu itneragovať so širokou paletou virtuálnych artefaktov a prostredí, ktoré by im inak neboli dostupné.

7 SIRAJ-BLATCHFORD, J. - WHITEBREAD, D.: *Supporting Information and Communication Technology in the Early Years. Supporting Early Learning*. Maidenhead, UK : Open University Press, 2003. s. 45.

8 New Zealand Council for Educational Research: *The Role and Potential of ICT in Early Childhood Education. A Review of New Zealand and International Literature*. Wellington, New Zealand, 2004. s. 26.

- **prenechať iniciatívu deťom** – aplikácie by mali prenechať riadenie deťom a nikdy by nemali ovládať interakcie s deťmi metódou programovaného vyučovania alebo na základe iného podobného behavioristického prístupu,
- **byť intuitívny** – funkčnosť zvolených aplikácií by mala byť dobre definovaná a intuitívne zrejmalá, čo znamená, že aplikácia vykoná každú jasne definovanú úlohu ako jedinú operáciu,
- **vyhýbať sa hrubosti a stereotypom,**
- **prispievať k rozvoju povedomia o zdraví a bezpečnosti,**
- **podporovať spoluprácu s rodičmi** – spolupráca rodičov, detí a učiteľov je nesmierne dôležitá, pretože ak chcú dosiahnuť spoločné ciele, zvyšuje sa tým aj úroveň akademických zručností detí. Prepojenie rodín a materskej školy je dôležitým aspektom kvalitného predškolského vzdelávania.⁹

Súčasní deti sú čoraz flexibilnejšie a kreatívnejšie, majú potenciál objavovať a bádať, preto je potrebné vytvárať im priestor, aby sa aktívne podieľali na vytváraní produktov aj prostredníctvom digitálnych technológií, napr. počítača. Je dôležité, aby mali možnosť využívať schopnosti a informácie, ktoré už nadobudli alebo môžu prehľbovať, či získavať nové. Využívanie digitálnych technológií už v materskej škole by však nemalo byť zamerané len na získavanie zručností pri mechanickom používaní počítača, napr. tréning pohybu s myšou, ale je dôležité deťom vytvoriť priestor na základné získanie kompetencií k ovládaniu digitálnych technológií za účelom aktívneho používania pri rozvíjaní myslenia a tvorivej činnosti.

Vhodne zvolené digitálne technológie majú na rozvíjanie detí priaznivý vplyv:

- 1. v psychomotorickej oblasti**, napr. pri rozvíjaní digitálnej gramotnosti sa vychádza zo schopnosti dieťaťa ukazovákovo vykonávať cyklický pohyb a ovládať počítačovú myš. Táto zručnosť sa viaže napr. na koordináciu zraku, prácu svalov, rúk a prstov – pomáha sa rozvíjať jemná motorika a vizuomotorika.
- 2. v sociálno-emocionálnej oblasti**, napr. pri dobre zvolených pravidlách si deti rozvíjajú interpersonálne aj intrapersonálne kompetencie – učia sa akceptovať názory iných, počkať na striedanie, zvoliť také riešenie situácie, aby sa vyhli konfliktu, učia sa odhadovať svoje

9 SIRAJ-BLATCHFORD, J. - WHITEBREAD, D.: *Supporting Information and Communication Technology in the Early Years. Supporting Early Learning*. Maidenhead, UK : Open University Press, 2003. s. 34.

možnosti a schopnosti a správať sa sebaisto napríklad pri ovládaní fotoaparátu, skenera, či pri zapnutí a vypnutí programu.

- 3. v kognitívnej oblasti:** vhodne zvolené aktivity na rozvíjanie digitálnych kompetencií postupne hravým spôsobom predlžujú schopnosť koncentrácie detí na jednu činnosť, schopnosť diferenciacie vnímania zložitejších tvarov, farieb, deti si rozvíjajú pamäť i myslenie. Pri ponúkaní kreatívnych činností s využitím digitálnych technológií si rozvíjajú nielen tvorivé myslenie, ale aj komunikatívne kompetencie. Často sa na základe možnosti využívania počítača a textového editoru dieťa naučí aj spoznať celú abecedu a niektoré deti vedia napísať aj jednoduché odkazy.

Digitálna gramotnosť

Predstavuje súbor znalostí, zručností a porozumenia potrebného na primerané, bezpečné a produktívne používanie digitálnych technológií na učenie sa a poznávanie v každodennom živote. Je to súbor schopností, pomocou ktorých je možné:

- zmysluplne využívať rôzne digitálne nástroje pre svoje potreby, na poznávanie, vyjadrenie seba a svoj komplexný osobný rozvoj,
- efektívne riešiť úlohy a problémy digitálneho prostredia,
- kvalifikovane si zvoliť a vedieť použiť vhodnú digitálnu technológiu na nájdenie, spracovávanie, používanie, šírenie alebo tvorenie informácií,
- kriticky vyhodnocovať a analyzovať znalosti získané prostredníctvom digitálnych zdrojov,
- rozumieť spoločenským dôsledkom (napr. bezpečnosti, ochrany súkromia, etiky), ktoré vznikajú v digitálnom svete.¹⁰

Odborníci sa domnievajú, že práve digitálne technológie pomáhajú pri vývine kompetencií detí už v ich predškolskom veku. Siraj-Blatchford a Whitebread zdôrazňujú, že „dnešné deti vyrastajú vo svete, ktorý digitálne technológie nielenže obsahuje, ale je nimi čoraz viac formovaný“¹¹. Problematikou vývinu detí, šírením digitálnych technológií v rámci predprimárneho vzdelávania a dopadom nových technológií na životy detí sa zaoberali viacerí

10 KALAŠ, I.: *Spoznávame potenciál digitálnych technológií v predprimárnom vzdelávaní*. Bratislava : Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 130.

11 SIRAJ-BLATCHFORD, J. - WHITEBREAD, D.: *Supporting Information and Communication Technology in the Early Years. Supporting Early Learning*. Maidenhead, UK : Open University Press, 2003. s. 20.

výskumníci. Pozorovania z ich štúdií je možné voľne zhrnúť do nasledovných bodov:

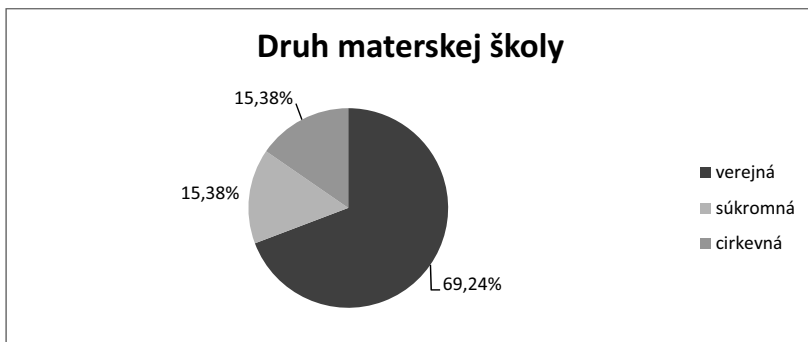
- nové technológie významne ovplyvňujú životy malých detí,
- malé deti majú celkom špecifický prístup k digitálnym technológiám,
- rodičia si nie vždy uvedomujú, ako sú ich deti vystavené týmto technológiám a obsahu, ktorý sa dá prostredníctvom nich prenášať,
- schopnosť poskytnúť svojim deťom potrebnú skúsenosť, ochranu a podporu je u rodičov na rozdielnej úrovni,
- veľa detí má podstatne lepší prístup k novým digitálnym technológiám doma než vo vzdelávacom zariadení,
- vyučujúcim často chýba kvalitná znalosť a dôvera k digitálnym technológiám,
- vybavenie materských škôl digitálnymi technológiami sa výrazne odlišuje a často je podstatne obmedzené,
- komunikácia medzi rodičmi a pedagógmi o zručnostiach ich detí v tejto oblasti v mnohých prípadoch prakticky neexistuje.¹²

Doterajšie štúdie v tejto oblasti upozorňujú na to, že digitálne technológie môžu poskytovať priestor pre kolaboráciu, kooperáciu a pozitívne učebné skúsenosti medzi deťmi navzájom alebo medzi deťmi a dospelými, čo sa však nemusí prejavíť samo od seba, ale veľký dôraz sa kladie na činnosť pedagóga. Ten musí vedieť, aké učebné interakcie sa môžu v kontexte digitálnych technológií vyskytnúť, či akými didaktickými postupmi ich môže podporiť. Je teda jasné, že základnou a nutnou požiadavkou, ako produktívne, bezpečne a autenticky integrovať digitálne technológie do materskej školy, je aj profesijný rozvoj pedagógov predprimárneho stupňa.

Pilotné zisťovanie zastúpenia a využívania digitálnych technológií v materských školách v Trnave

Pilotné zisťovanie sme uskutočnili na trinástich materských školách v Trnave. V nasledujúcom grafe vidíme špecifickejšie rozdelenie podľa zriaďovateľa: deväť materských škôl bolo verejných, dve súkromné a dve cirkevné.

12 KALAŠ, I.: *Spoznávame potenciál digitálnych technológií v predprimárnom vzdelávaní*. Bratislava : Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 20.



Všetkým trinástim materským školám bol predložený dotazník obsahujúci desať otázok, z ktorých boli tri otázky otvorené. Výskumnú metódu sme zvolili v súlade s vymedzenými cieľmi a v závislosti od povahy výskumu:

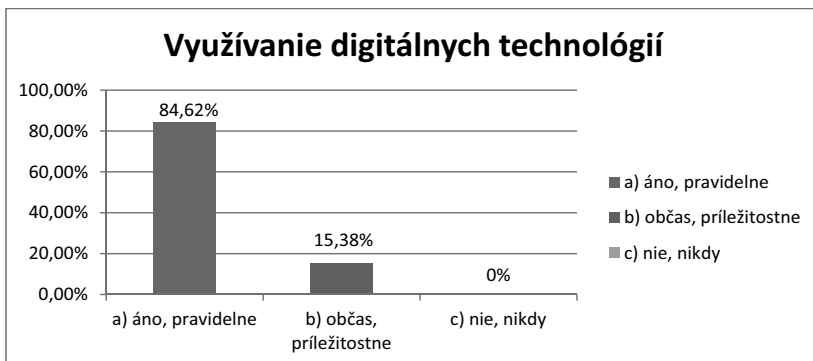
- **v prvej fáze zberu výskumných dát** dominovala *dotazníková metóda* ako hlavná výskumná metóda (prostredníctvom e-mailu bol na školy distribuovaný dotazník),
- **druhá fáza zberu údajov** bola vo vybraných prípadoch zameraná na *telefonické dopytovanie* (s vedením školy – riaditeľom alebo zástupcom).

Dotazníkom sa sledovali najmä:

- začlenenie digitálnych technológií do výchovno-vzdelávacieho procesu v predprimárnom vzdelávaní,
- najfrekvencovanejšie druhy využívaných digitálnych technológií v materských školách v Trnave,
- výhody, nevýhody ich využívania v praxi.

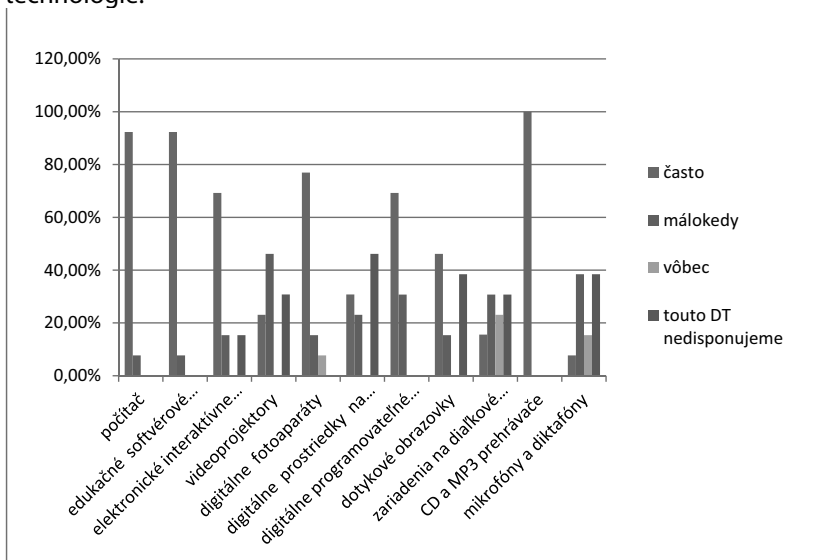
Zo štruktúry dotazníka vyplýva nasledujúca formulácia a interpretácia výsledkov:

Otázka č. 1: Využívate vo vašej materskej škôlke integráciu digitálnych technológií do bežných výchovno-vzdelávacích aktivít?



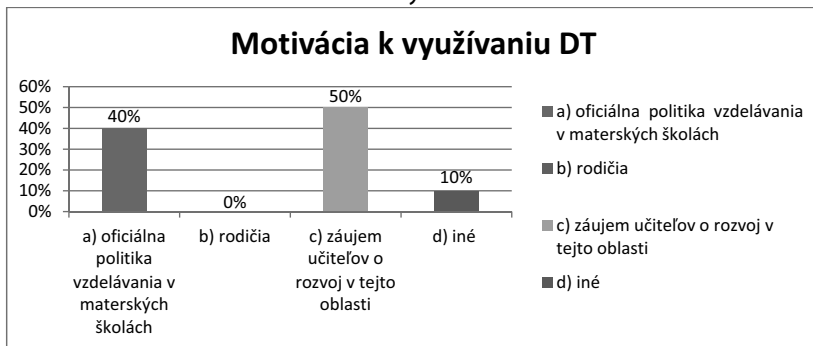
Zhrnutie: Až jedenásť z opýtaných škôlok aktívne a pravidelne využíva digitálne technológie v rámci výchovno-vzdelávacieho procesu, dve z opýtaných škôlok uvideli, že ich využívajú len v obmedzenej miere, skôr príležitostne, čo je podľa nášho názoru výborná bilancia, pretože v súčasnosti je nevyhnutné, aby boli digitálne technológie implementované do vzdelávacieho procesu.

Otázka č. 2: Na svojich hodinách využívate nasledujúce digitálne technológie:



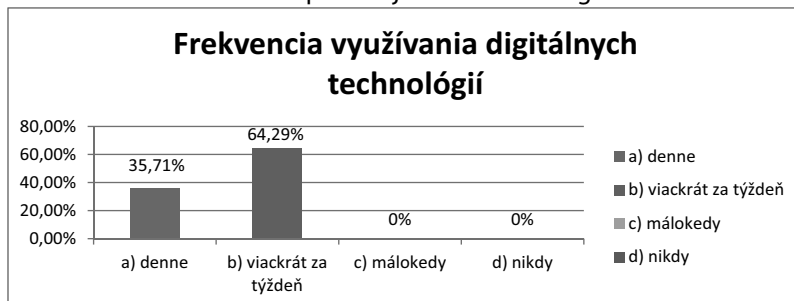
Zhrnutie: Najčastejšou digitálnou technológiou sú CD a MP3 prehrávače, ktoré sú využívané vo všetkých opýtaných škôlkach. Na dennej báze sa taktiež využívajú počítače, interaktívne tabule, edukačné softvérové aplikácie rôznych druhov, digitálne programovateľné hračky a fotoaparáty. Menej často sa využívajú digitálne prostriedky na komunikáciu, napr. vysielacky či telefóny (takmer v polovici škôl nimi nedisponujú), mikrofóny a zariadenia na nahrávanie zvukov či zariadenia na diaľkové ovládanie.

Otázka č. 3: Kto alebo čo vás k využívaniu motivovalo?



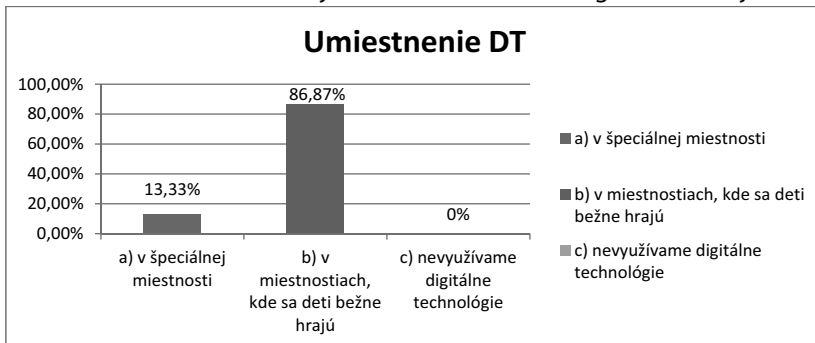
Zhrnutie: Najväčší záujem o implementáciu digitálnych technológií do procesu výučby majú učители, až desať z trinástich opýtaných škôlok uviedlo, že najväčšiu zásluhu o ich využívanie má motivácia pedagogičiek, ktoré sú veľmi tvorivé a k jednotlivým edukačným aktivitám ich vyžadujú. Častou odpoveďou bola aj digitálna doba v ktorej žijeme. Požiadavky štátu ohľadom ich implementácie sú niekedy nelogické a nezohľadňujú ďalšie potreby a možnosti detí a celkovo materských škôl.

Otázka č. 4: Ako často používajú tieto technológie?



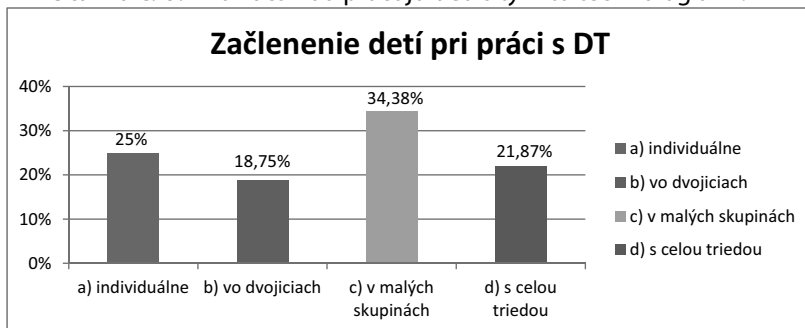
Zhrnutie: Deväť z trinástich škôlok potvrdilo, že rôzne technologické pomôcky využívajú viackrát týždenne (záleží od zamerania edukačných aktivít v danom týždni), v piatich škôlkach nie je ich používanie na dennej báze výnimočné.

Otázka č. 5: Kde vo vašej škôlke sa tieto technológie nachádzajú?



Zhrnutie: Digitálne technológie sú deťom voľne prístupné vo všetkých opýtaných škôlkach v herniach, kde sa bežne hrajú a vykonávajú väčšinu činností, dve z opýtaných škôlok uviedli, že majú pre digitálne technológie vyčlenené aj špeciálne miestnosti.

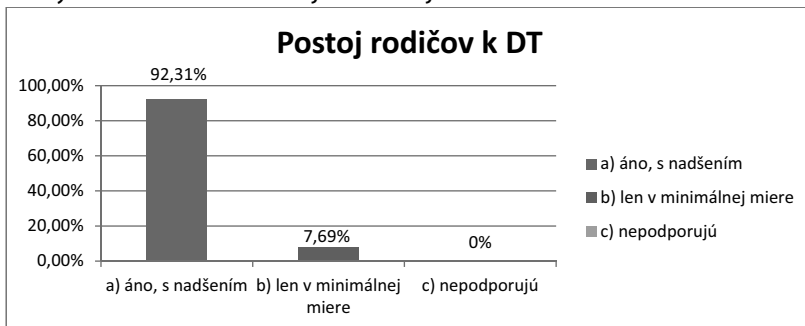
Otázka č. 6: Ako väčšinou pracujú deti s týmito technológiami?



Zhrnutie: Až v jedenástich škôlkach deti najčastejšie pracujú s digitálnymi technológiami v malých skupinkách, menej individuálne (napr. pri jednotlivých edukačných programoch) a celoplošne, keď učiteľky pri výučbe využívajú napr. dataprojektor. Vo dvojiciach deti s digitálnymi

technológiami pracujú najmenej často, ale nie je to výnimočné, napr. pri práci s obrázkovou databázou počítača. Riaditeľky sa však jednoznačne zhodli v tom, že plnenie jednotlivých úloh a priebeh hier sú veľmi variabilné, a preto sa jednotlivé formy práce s digitálnymi technológiami často striedajú.

Otázka č. 7: Podporujú rodičia vašich detí proces integrácie DT do výchovy a vzdelávania vo Vašej materskej škole?



Zhrnutie: Až dvanásť škôlok uviedlo, že rodičia sú jednoznačne za zefektívňovanie procesu výučby v materských školách prostredníctvom začleňovania digitálnych technológií. Jedna materská škola odpovedala, že rodičia túto kompetenciu skôr prenechávajú na potreby materskej školy a kompetentnosť učiteliek, majú však dôveru. Tá istá škola taktiež uviedla, že rodičia digitálne technológie nepretláčajú, majú skôr negatívny postoj k ich využívaniu (ide o cirkevnú školu).

Otázka č. 8: Aké výhody vidíte v používaní DT vo Vašej škôlke? S akými problémami sa stretávate, čo považujete za riziká v tomto procese?

Zhrnutie: Otázka bola otvorená, preto z dôvodu širokého spektra poskytnutých odpovedí nie je možné poskytnúť získané údaje v grafickej podobe. Väčšina odpovedí sa zhoduje v tom, že digitálne technológie pomáhajú modernizovať a dynamizovať výchovno-vzdelávací proces, učiteľky môžu pripraviť pre deti veľmi zaujímavé a zábavné edukačné aktivity s priamou účasťou detí na riešení problémov, pomocou ktorých je ich možné namotivovať a zaujať, zároveň tak zvýšiť ich počítačovú gramotnosť, rozvíjať ich počítačové kompetencie, kritické, logické a technické myslenie, estetické cítenie a tvorivosť. Využívanie digitálnych technológií je pre deti zaujímavý a príťažlivý spôsob práce, vizualizácie rôznych objektov, reálií a javov

prostredníctvom obrázkoch (napr. maľované čítanie), videí. Dôležité je však diferencovať medzi jednotlivými témami a využívať digitálne technológie teleologicky a premyslene (prečo napr. pozorovať, spoznávať kôru stromov, listy na obrázku v PC, na internete alebo prostredníctvom edukačného programu, keď ju dieťa môže skúmať i priamo, viacerými zmyslami). Deti sú v súčasnosti technologicky zdatnejšie a s najrozličnejšími druhmi technológií sa stretávajú aj doma, takže by nebolo efektívne ich vo využívaní brzdiť, ale činnosť prostredníctvom nich skôr odborne riadiť. Z odpovedí vyplynulo, že v dnešnej modernej dobe je jednoznačne nevyhnutné používať nové moderné technológie, treba však dbať na správny výber a čas používania, aby neprišlo k závislosti. Pri prehnanom zaobchádzaní môže dochádzať k zanedbávaniu zdravia a športu, pod odborným dohľadom učiteľa sa deti nepreťažujú, činnosti treba striedať, využiť pohyb a dodržiavať psychohygienu. Riaditelia materských škôl vidia často problém aj v nastavení politiky školstva (napr. inšpekcia ako nástroj hodnotenia nastaví používanie PC a ďalších digitálnych technológií každý deň, v každej triede – bez ohľadu na aktuálne pracovné zameranie edukačných aktivít, ktoré sa bez ich využívania zaobídu. Naplnenie cieľov a štandardov je mnohokrát dokonca efektívnejšie aj bez ich využitia).

Otázka č. 9: Čo bolo – alebo naďalej je – najväčšou prekážkou, ktorú ste museli prekonať (alebo musíte prekonávať) v súvislosti so zavádzaním DT do vyučovacieho procesu?

Zhrnutie: Odpovede sa jednoznačne zhodujú v dvoch bodoch – nedostatočné zručnosti a vedomosti v oblasti digitálnych technológií u pedagogických pracovníčok materských škôl a financie. Väčšina škôl tento problém však rieši vzdelávaním a prípravou učiteliek prostredníctvom rôznych školení, po ktorých absolvovaní je následne práca s interaktívnou tabuľou, edukačnými softvérmi a inými digitálnymi technológiami v rámci výchovno-vzdelávacieho procesu bežná.

Otázka č. 10: Plánujete ďalšie rozšírenia v tomto smere? Máte plány na ďalší rozvoj v tejto oblasti, aké ďalšie DT by ste chceli mať v blízkej budúcnosti vo vašej MŠ k dispozícii?

Zhrnutie: Mnoho škôlok je s vybavením digitálnych technológií spokojných a tvrdia, že momentálne kapacity im postačujú na rozvoj digitálnej gramotnosti detí. Disponujú najmä počítačmi, notebookmi, interaktívnymi tabuľami, digitálnymi hračkami, fotoaparátmi, takže v blízkej budúcnosti neplánujú zakúpiť ďalšie digitálne technológie, v prípade potreba však väčšina uvažuje v prvom rade nad kúpou ďalšej interaktívnej tabule, prípadne

nad novými vzdelávacími programami. Mnoho škôlok je zapojených do rôznych projektov, v rámci ktorých by radi získali digitálne pomôcky rôznych druhov, napr. Elektronizácia vzdelávacieho systému regionálneho školstva. Jedna z dopytovaných škôlok dokonca plánuje rozšíriť túto oblasť dokúpením digihračiek od firmy Stieffel, konkrétne digitálnu kameru pre deti, bager-bot a prenosný vizualizér. Zaujal nás najmä názor jednej z cirkevných škôlok, ktorá deti prijíma ako obrovský dar a hodnotu, a preto je podľa nich potrebné rozvíjať deti najmä v emocionálnej a sociálnej oblasti. U dieťaťa do 6 rokov sa rozvíjajú životne dôležité oblasti, ktoré keď sa zanedbajú, nerozvinú sa už nikdy, a keďže práce s digitálnymi technológiami čaká na deti celý život, nič im neujde, ak sa do sveta techniky ponoria až od školského veku.

Záver

Na základe zosumarizovaných výsledkov nášho zisťovania môžeme skonštatovať, že v súčasnosti by sme len veľmi ťažko našli škôlku, v ktorej neexistujú žiadne digitálne technológie. Stále viac detí sa však s počítačom a inými technickými pomôckami stretne ešte skôr, než idú do školy, dokonca aj skôr, než idú do škôlky. Je teda celkom prirodzené, že sú vystavené tak pozitívnemu, ako aj negatívnemu pôsobeniu nových technológií. Preto ani materské školy nemôžu tieto trendy prehliadať a neustále sa musia zaujímať o postupy a stratégie integrácie digitálnych technológií, ktoré im umožnia dosahovať učebné ciele efektívnejším, presvedčivejším a modernejším spôsobom vždy, keď je to vhodné.

V mnohých prípadoch sú pedagógovia materských škôl nadšenými obhajcami edukačnej hodnoty digitálnych technológií. Uvedomujú si, že vzdelávanie malých detí je vo svojej podstate tvorivá a prirodzená činnosť, pri ktorej sa stretávajú s komplexnou realitou poznávacieho procesu. Vďaka tomu hlboko uvažujú o učení sa detí a dôkladne rozpoznávajú príležitosti, ktoré sú pre deti prospešné. V súčasnosti sme svedkami mimoriadneho záujmu o tvorivú integráciu digitálnych technológií do predprimárneho vzdelávania. Úlohou učiteľov je vytvárať pre deti príležitosti, pri ktorých sa budú učiť a spoznávať svet. Vytvárajú stimulujúce prostredie, spolupracujú s rodičmi, chránia deti a snažia sa naplňovať požiadavky predprimárnych vzdelávacích programov.

Deti sú zvedavé, kladú otázky a chcú rozprávať a počúvať príbehy o sebe, o iných ľuďoch a veciach. Rady kreslia domčeky, zvieratá, stromy, svojich rodičov, rozprávkové bytosti, rady tvoria, hrajú sa a interagujú s inými ľuďmi a zvieratami. Digitálne technológie im v tom môžu pomôcť

– sprístupňovať obsah a aktivity, ktoré vyvolávajú a podporujú ich emócie. Môžu slúžiť ako prostredie a prostriedky na vývin dieťaťa. Keď si škôlkari pri hre i prostredníctvom digitálnych technológií vymýšľajú príbehy, stavajú hrady a malujú obrázky, rozvíjajú a zdokonaľujú svoje schopnosti tvorivo myslieť a spolupracovať, teda presne tie schopnosti, bez ktorých nemôžeme byť v 21. storočí ani úspešní, ani spokojní. Je veľmi pravdepodobné, že digitálne technológie budú naďalej zaujímať významné postavenie v detských učebných prostrediach a pomôckach nielen počas celej ich školskej mladosti, ale budú ich sprevádzať počas celého života.

Na záver výstižné slová Kalaša: *Niekedy sa prostriedok (využitie technológie na zatraktívnenie a zefektívnenie poznávacieho procesu) zamieňa za cieľ (naučiť sa pracovať s počítačom). Informačné a komunikačné technológie nie sú novým písacím strojom, je to revolúcia v poznávacom procese. IKT môžeme integrovať tak, aby sme novým spôsobom učili starý obsah. Môžeme ich však integrovať aj tak, aby sme novým spôsobom učili nový obsah. Aby sme zmenili školu na atraktívne laboratórium objavovania, skúmania a konštruovania.*

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

IMEC.SK: *V Čechách diskutovali odborníci o mediálnej výchove pre predškôlkov*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.medialnavychova.sk/odbornici-diskutovali-o-medialnej-vychove-pre-predskolakov/> [2014 – 04 – 16].

KALAŠ, I.: *Spoznávame potenciál digitálnych technológií v predprimárnom vzdelávaní*. Bratislava : Ústav informácií a prognóz školstva, 2011. 167 s. ISBN 978-5-905175-03-9.

MINISTRY OF EDUCATION: *Information and Communication Technology (ICT)*. Book 20. Wellington, New Zealand: Learning Media Limited, 2009. 28 p. ISBN 978 0 7903 1616 1. [online]. Dostupné na internete: <www.educate.ece.govt.nz/~media/Educate/Files/Reference%20Downloads/ex/ECEbk20/ECEbk20Full.pdf>. [2014 – 04 – 18]

MORAVČÍK, M. - PEKÁROVÁ, J. - KALAŠ, I. 2009. *Digital Technologies at Preschool : Class Scenarios*. Proc. of 9th WCCE: IFIP World Conference on Computers in Education. [CD ROM]. Bento Goncalves, Brazil, 2009.

New Zealand Council for Educational Research: *The Role and Potential of ICT in Early Childhood Education. A Review of New Zealand and International Literature*. Wellington, New Zeland, 2004.

- PAPERT, S.: *Mindstorms: Children, Computers and Powerful Ideas*. New York : Basic Books, 2004. ISBN 0465046274.
- PEKÁROVÁ, J. - MORAVČÍK, M. *Preschoolers and Digital Technologies: Examples from Practice. Proceedings of Information and Communication technology in Education*. Ostrava : University of Ostrava, 2009, 214 s.
- SIRAJ-BLATCHFORD, J. - WHITEBREAD, D.: *Supporting Information and Communication Technology in the Early Years. Supporting Early Learning*. Maidenhead, UK : Open University Press, 2003. ISBN 0335209424.
- ŠPÚ: *Štátny vzdelávací program ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie*. [online]. Dostupné na internete: http://www.statpedu.sk/files/documents/svp/ms/isced_0.pdf [2014 – 04 – 18].
- VOLEK, J.: *Walter Benjamin a nové médiá*. In: *Communication Today*, Vol. 3, č. 2, 2012, 144 s. ISSN 1338-130X.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ľubica Burianová
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
lubka.burianova@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

ZMENY V SPRÁVANÍ TELEVÍZNEHO PUBLIKA ŽIEN PO NÁSTUPE NA MATERSKÚ DOVOLENKU

Changes in Viewing Behaviour of Female Television Audience after Starting Maternity Leave

Monika Domeniková

Abstrakt: Sledovanie televízie po nástupe na materskú dovolenku sa odohráva na pozadí zmien. Nový člen domácnosti, starostlivosť o dieťa a domov, odlišný režim dňa ovplyvňuje divácke správanie, ktoré je mnohokrát na okraji záujmu.

Zostavené ohniskové skupiny hľadajú odpoveď na otázku, ako vnímajú televíziu ženy na materskej dovolenke.

Kľúčové slová: ženské publikum, materská dovolenka, televízia, periférne sledovanie

Abstract: After the commencement of maternity leave television viewing is affected by numerous changes. The youngest member of the family, looking after the baby and the household, changes in the daily routine all affect viewing, which is quite often marginalized.

An emphasis is put on perceiving television and studying feelings and attitudes towards it. The focus groups seek to answer how women on maternity leave perceive television.

Key words: female audience, maternity leave, television, peripheral viewership

1 Matka ako publikum

Na sledovanie matky vplyvajú viaceré skutočnosti, ako rodinný kontext sledovania televízie (manžel, deti, rodina), preferencie programov, motívy sledovania, časopriestorová schéma sledovania chápaná na báze povinností a voľného času. V užšom kontexte i samotná televízna ponuka, z ktorej vyplýva samotné sledovanie. V tejto súvislosti je potrebné podotknúť, že kontext, v ktorom ženy sledujú televíziu, nie je uzavretý a do istej miery je ovplyvňovaný osobnosťou matky ako jednotlivca, ktorá má svoje

jedinečné preferencie a potreby, na ktoré vplyvajú jej životné podmienky a skúsenosti.

Žena-matka tvorí špecifickú kategóriu v skupine žien, nakoľko správanie voči televíznej obrazovke môže byť do istej miery odlišné a do istej miery podobné ako u ostatných žien. Ako uvádza Seiterová, sama stála pred úlohou definovať matky malých detí ako sociálnu skupinu a ako publikum: „Nezapadajú ľahko do vymedzenia sub-kultúry, ktorá bola veľmi dobre využitá v rade etnografických štúdií mediálnych publik. Hoci matky zdieľajú niektoré vlastnosti sub-kultúry, [...] sú ich mediálne skúsenosti z veľkej časti formované „gatekeeperom“ iného konzumenta sub-kultúry, ich deťmi.“¹

Podstatná odlišnosť medzi publikom o ktorom hovorí Seiterová, a ženami na materskej dovolenke je v starostlivosti o maloleté dieťa s dôrazom na uvoľnenie zo zamestnania. V tomto kontexte treba chápať aj jej mediálne preferencie, ktoré sú do istej miery okliešťované svetom starostlivosti o dieťa a domov.

Matky, ako predmet bádania vzhľadom na televíziu, v akademických výskumoch nachádzame len zriedka. Opačnú tendenciu sledovať pri marketingových výskumoch, kde sú matky zobrazované ako spotrebiteľky a konzumentky médií. V tomto prípade môžeme hovoriť o tzv. marketingu zacielenom na matky, v rámci ktorého sa realizujú výskumy, organizujú konferencie, nakoľko sa predpokladá, že matka, ako rozhodujúci prvok domácnosti, určuje tok rodinných financií.

2 Východiská výskumu

Záveru sú výsledkom dotazníkového zisťovania a ohniskových skupín. Z dôvodu rôznorodosti výskumnej vzorky sme využili elektronický dotazník. Pôvodne sme ho plánovali šíriť v prevažnej miere cez materské centrá. Distribúcia takýmto smerom by nám však nezabezpečila potrebnú diverzifikáciu matiek na materskej dovolenke a odčlenila by tie ženy, ktoré nie sú sympatizantkami materských centier. Z toho dôvodu sme zvolili viaceré distribučných kanálov. V súčasnosti, keď majoritná väčšina domácností má internet a o cieľovej populácii hovoríme ako o digitálne gramotnej, za najefektívnejšiu cestu k získaniu názorov z rozličného vzdelanostného, demografického a vekového spektra považujeme práve internet. Dotazníkové šetrenie sme uskutočňovali v apríli – máji 2013 a ohniskové skupiny sme zostavili na sklonku rovnakého roka.

1 Seiter, E.: *Mothers Watching Children Watching Television*. In *Television Studies: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, vol. IV. London: Routledge, 2003. p. 154.

Kvótny výber sme zvolili z hľadiska použitia on-line dotazníka. Vychádzali sme z tvrdenia Bimbera, Johnsona a Kayea, ktorý podotýkajú, že internet vedie k cieľnému výberu vzorky v rôznych podskupinách používateľov webu.

Keďže nám nejde o rozlišovanie podľa príspevku, ktorý žena dostáva, výraz „materská“ používame na označenie žien na materskej aj rodičovskej dovolenke. Pojem materská dovolenka sa v každodennom jazyku používa pre celé obdobie, kedy je matka s dieťaťom doma. Výskum, pojednávajúci o materstve, rodine a práci, potvrdzuje zaužívanie výrazu materská aj medzi matkami: „Automatické používanie výrazu „materská“ odkazuje nielen na *vžitosť jazykovej, ale aj faktickej praxe*.² Takto chápeme pomenovanie aj my a preto nerozlišujeme medzi materskou a rodičovskou dovolenkou.

3 Zásadné zmeny v správaní publika matiek

Sledovanie televízie po nástupe na materskú dovolenku sa odohráva na pozadí zmien. Hlavné zmeny v správaní publika žien po nástupe na materskú dovolenku je možné sledovať vo viacerých dimenziách:

1. **Časová dimenzia** – vypovedá o kvantite sledovania. Tú ovplyvňuje charakter dňa, ktorý predurčuje to, kedy je televízia sledovaná.
2. **Obsahová dimenzia** – pojednáva o preferenciách televíznych programov.
3. **Dimenzia spôsobu sledovania** – je tvorená viacerými skutočnosťami. Najzásadnejšou je periférne sledovanie (TV ako kulisa), ktorého súčasťou je sústredené a fragmentárne diváctvo. Spadá tu aj náhodný alebo cieľný charakter využívania televíznej ponuky a tiež médium prenosu.
4. **Dimenzia dôvodov sledovania** – skúma príčiny televíznej expozície.
5. **Kognitívna dimenzia** – hovorí o postojoch, vnímaní a aktivite smerom k televízii.

3.1 Časová dimenzia sledovania

Matky po narodení dieťaťa vnímajú zmenu vlastných priorit a s tým súvisiacich zmien v sledovaní televízie. Najvýraznejšou zmenou je kvantita sledovania. Dôvodom kratšej, alebo takmer žiadnej televíznej expozície

2 Maříková, H.: *Mateřství, rodina a práce z pohledu matek malých dětí*. In Gender, rovné příležitosti, výzkum [online]. 2008, roč. 8, č. 2, s. 48 [cit. 2013-08-27]. Dostupné na: http://www.genderonline.cz/uploads/65b77fff793a444bbac6643ea2e1d822270fa696_materstvi-rodina-a-prace.pdf.

je zmenený charakter dňa. V rámci času venovaného televízii je možné vyčleniť:

- *Sledovanie televízie v menšom rozsahu.* Ženy namiesto sledovania televízie venujú čas dieťaťu/deťom. Pritom deklarovali nezáujem a fakt, že televízia im nechýba.
- *Zrieknutie sa programov.* V prevažnej väčšine deklarovali zrieknutie sa večerného sledovania, v menšej miere sledovania počas dňa.
- *Takmer žiadny čas na pozeraie televízie.*
- *Viac času na sledovanie televízie.* Len zanedbateľný počet matiek deklaroval zmenu z hľadiska dlhšej televíznej expozície.

Viacdetné matky naopak, prízvukovali to, že televízia bola zapnutá častejšie pre deti. Takmer 65% matiek sleduje televíziu vo večernom prime-time a focusové skupiny potvrdili aj rôzne sledovanie počas celého dňa. Sledovanie počas dňa považujú Bočák a Rusnák za čas vysielania pre špecifické cieľové skupiny príjemcov, kde zaraďujú aj ženy v domácnosti. Nadväzujeme na ich zistenie tým, že matky sledujú programy, ktoré sú vysielané prevažne napoludnie (napríklad relácie pre ženy alebo reprízy seriálov).

Čas sledovania ovplyvňujú zaužívané činnosti ako ísť s deťmi von, či spánkový cyklus dieťaťa a vytvárajú tak každodenný harmonogram dňa. Hoci nejde o trvalú štruktúru, do istej miery vypovedá o čase sledovania. Dôraz na zaužívané činnosti počas dňa hovorí o tom, že televízia sa dostáva na perifériu záujmu. Týmto spôsobom kopírujeme zistenie Šedovej, ktorá vo výskume odhalila, že sledovanie televízie sa uskutočňuje vzhľadom na kontext domácich rutín.³ Tento jav badať aj u matiek na materskej dovolenke, ktoré deklarovali potrebu získať čas, pokiaľ ony vykonávali inú činnosť.

3.2 Obsahová dimenzia

Zmenené životné priority sa premietajú aj do zmien žánrovej preferencie. Vzhľadom na odvysielaný obsah matky deklarovali aj zmenu postojov voči televízii, pričom táto skutočnosť sa objavila predovšetkým u matiek s jedným dieťaťom.

Najobľúbenejším programom sú televízne noviny. Respondentky uvádzali, že pozerajú tiež seriály, relácie pre ženy a inklinujú k programom, ktoré predtým nevyhľadávali. Zároveň v odpovediach zdôraznili aj odklon od predtým sledovaných žánrov. Zmenená životná situácia je príčinou toho, že do zorného uhla sledovania sa dostávajú ženské relácie so zameraním

3 Šedová, K.: *Děti a rodiče před televizí: Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: 2007, Paido, edice pedagogické literatury. 2007, s. 82.

na deti a materstvo. Pritom ide prevažne o ciele sledovanie, keď respondenty vyhľadávajú v televízii konkrétnu tému, alebo si problematiku, ktorú riešia, nájdu v archíve televízie. Z toho vyplýva, že nové médiá vstupujú do spôsobu sledovania televízie, pretože ženy pozerajú relácie z internetu.

Z hľadiska obsahových preferencií vyvstala otázka, do akej miery matky uprednostňujú typicky ženské žánre, resp. prelínanie medzi ženským a mužským sledovaním. Na jednej strane sú témy⁴ a žánre⁵ prisudzované ženám, na strane druhej Umstead hovorí o tom, že ženy pred násilným obsahom neunikajú.⁶ Matky demonštrovali únik od násilného obsahu. Negatívne vnímajú televízne spravodajstvo, ktoré je zacielené na senzácie a chýbajú im pozitívne informácie. Tento aspekt televízie korigujú prostredníctvom kontroly sledovaných programov. Znamená to, že počas materskej dovolenky nastáva zameranie sa na vyhľadávanie „dobrých“ informácií.

Ako uvádza Modleskiová, ženy dávajú prednosť vedomostným súťažiam a soap operám, pretože ponúkajú únik zo sociálneho vylúčenia, ktorým trpia ženy v domácnosti.⁷ To potvrdzuje aj výskumná vzorka matiek na materskej dovolenke, pretože najvýraznejšie sa prejavilo sledovanie slovenských seriálov Panelák a Búrlivé víno. Nadväzujúc na Modleskiiovú môžeme tvrdiť, že vedomostné súťaže matky na materskej dovolenke vcelku uprednostňujú. Z hľadiska preferencií televíznych programov dosahovali 12% zastúpenie (najpočetnejšie televízne noviny vykazovali 36%). Oblúbenosť vedomostných súťaží demonštruje fakt, že v rámci nepriamej aktivity⁸ sa najintenzívnejšie prejavilo hádanie odpovede s účastníkmi vedomostných súťaží (51,9 %).

-
- 4 Baslárová, I.: *Publikum soap opery Ordinance v růžové zahradě a jeho genderová vztahování se*: dizertačná práca [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2011. s. 33 [cit. 2013-08-26]. Dostupné na: http://is.muni.cz/th/65296/fss_d/Baslarova_disertace.pdf.
 - 5 Lotz, A. D.: *Redesigning women: Television after the Network Era*. USA: University of Illinois Press. 2006, p. 47.
 - 6 Umstead, T.: *Fright Delight for Women Viewers*. In Multichannel News [online]. 2011, vol 32, no. 6, p. 7 [cit. 2012-07-14]. Dostupné na: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/58130090/fright-delight-women-viewers>.
 - 7 Ruddock, A.: *Understanding Audiences. Theory and Method* [online]. London: SAGE Publications. 2001. p. 158 [cit. 2013-04-10]. Dostupné na: <http://www.uk.sagepub.com/books/Book209121>. ISBN 0-7619-6345-6.
 - 8 Nepriamu aktivitu sme definovali pre potreby výskumu ako správanie publika smerom k televízii. Ide o zainteresovanie diváka do programu prostredníctvom interakcie s postavami na obrazovke – uvažovanie a rozprávanie sa o sledovanom programe.

Zmeny obsahovej preferencie sme rozdelili podľa zmeny a bezo zmeny žánru. Z dotazníkového zisťovania vyplynulo nasledovné:

- Zmena obľúbeného TV programu bez zmeny žánru 15,2 %
- Zmena obľúbeného TV programu so zmenou žánru 30,7 %
- Žiadna zmena 43,3 %
- Nemajú obľúbený TV program 10,8 %

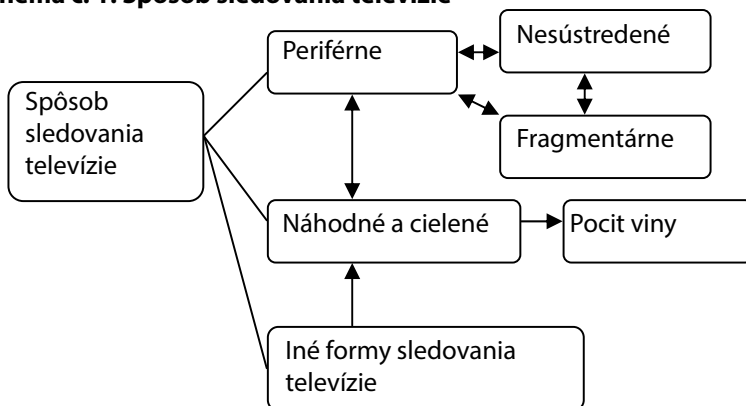
Z uvedeného vyplýva, že zmena ako taká nastala u spomínanej takmer polovici respondentiek (45,9 %), pričom vo väčšine prípadov (30,7 %) sa spolu s televíznym programom mení aj sledovaný žánr. V menšej miere (15,2 %) sa síce u respondentiek mení obľúbený program, ale zároveň zostávajú verné rovnakému žánru. Znamená to, že keď už zmena nastáva, deje sa tak prevažne výrazným spôsobom.

Čo sa týka zmien televíznych programov a televíznych kanálov, môžeme potvrdiť, že zmena obľúbeného televízneho programu (45,9 %) nastáva vo väčšej miere ako zmena obľúbenej televíznej stanice (30 %).

3.3 Dimenzia spôsobu sledovania

Takmer všetky matky po nástupe na materskú dovolenku pri sledovaní televíziu vykonávajú inú činnosť. Ich sledovanie sa tak stáva nesústreďené a útržkovité. Preto môžeme hovoriť o náhodnom charaktere sledovania. Túto realitu sme na základe odporúčenia Jazykovedného ústavu Ľudovíta štúra pomenovali ako periférne sledovanie.

Schéma č. 1: Spôsob sledovania televízie



Periférne sledovanie

Takmer úplne sa potvrdil fakt, že ženy vykonávajú popri sledovaní iné aktivity a len zanedbateľné percento (1 %) žien nevykonáva pri sledovaní nikdy inú činnosť. Takmer polovica žien (49,4 %) vykonáva vždy nejakú inú činnosť a druhá polovica (49,7 %) občas.

Domáce práce pritom dosiahli najvýraznejšie hodnoty (85,9 %) a skončili na prvom mieste spomedzi všetkých alternatív. Z opýtaných žien túto možnosť nevybralo len 14,1 %. Keďže takmer všetky ženy na materskej dovolenke vykonávajú aspoň občas popri sledovaní televízie inú činnosť, môžeme v tomto prípade tvrdiť, že drvivá väčšina žien na materskej dovolenke popri sledovaní televízie vykonáva domáce práce.

V rámci periférneho sledovania sa mnohokrát objavovalo, že ženy sledujú útržkovito, odbiehajú k domácim prácam a dieťaťu, čo sme nazvali *fragmentárne diváctvo* (znamená to sledovanie útržkov, alebo časti určitého programu). S tým deklarovali aj istú nesústredenosť, čo sme označili ako *nesústredené sledovanie* (televízia je pustená, ale koncentrácia na vysielanie je slabá, alebo žiadna). Tieto skutočnosti sa zároveň prelínajú: „*Dámsky klub som aj ja pozerala, ale nedalo sa to celé sledovať. Skôr to bolo akési rozkúsko-vané, lebo nie všetko som zachytila popri hre s deťmi!*“

Povaha sledovania, ktorá bola pred materskou dovolenkou charakteristická vyššou mierou vnímania televízie a spôsobom sledovania „sedím a pozerám“ sa zmenila na periférne sledovanie popri rôznych domácich prácach a hre s dieťaťom. Do takéhoto sledovania spadajú aj nesústredené sledovanie. V rámci periférneho sledovania je možné sledovať tzv. fragmentárne diváctvo, ktoré je charakteristické sledovaním útržkov a iba určitej časti vysielaného programu. Vzťah medzi periférnym sledovaním, nesústredenosťou a fragmentárnym diváctvom je tesný, do istej miery sa tieto skutočnosti prekrývajú, avšak badať dištinkciu a vzájomné pôsobenie týchto faktorov. Pri periférnom sledovaní, keď televízia pôsobí ako zvuk, môžeme hovoriť o nesústredenosti, ktorá je zároveň dôsledkom fragmentárneho diváctva, spôsobu „iba mrknem čo tam je a utekám“. Menšia sústredenosť na program na jednej strane existuje sama o sebe, aj bez periférneho sledovania, a jej následkom je únava a vyčerpanosť: „*Ja som si všimla, že keď mam ťažký deň, večer zapnem televíziu, som do dvanástej hore, ale nepozerám sa na ňu, len si prepínam a užívam si to, že mám vložené nohy, že nemusím nič robiť, že malý spi, ale nepozerám sa sústredene.*“ Na strane druhej menšia sústredenosť na program ide ruka v ruke s periférnym sledovaním: „*A stále chodíš kontrolovať dieťa!*“

Naproti tomu fragmentárne diváctvo, hoci ho ovplyvňujú obidve spomínané skutočnosti, neexistuje samo o sebe, ale je následkom periférneho

sledovania. Znamená to, že dôsledkom periférneho sledovania je jednak nesústredenosť pri sledovaní a jednak fragmentárne diváctvo. Vzhľadom na tieto skutočnosti môžeme hovoriť o náhodnej televíznej expozícii.

Pri periférnom sledovaní pritom hovoríme najmä o náhodnej televíznej expozícii. Je to z dôvodu nesústredeného sledovania, ktoré môže prechádzať do fragmentárneho sledovania, kedy diváčka venuje pozornosť len útržkom vysielaného programu.⁹ Periférne ciele sledovanie je menej časté a je badateľné v prípade, ak je vysielaná téma, o ktorú majú ženy záujem. Periférna televízna konzumpcia vyplýva jednak z náhodnej, ale aj z cieľovej expozície a môže viesť k iným formám sledovania televízie.

Náhodné a ciele sledovanie

S dôrazom na maloleté deti respondentky podotýkajú, že naplánovať si sledovanie konkrétneho programu je utópiou a ide skôr o náhodné sledovanie (ktoré má úzky súvis s periférnym sledovaním). Aj pri náhodnej expozícii sa uskutočňuje výber programu, ktorý prechádza cez autocenzúru: *„Začala som sa zamýšľať nad tým, ako deti vnímajú televíziu, keď ju nechám pustenú. Zistila som, že to veľmi vnímajú. Odkedy som matka, som sa naučila selektovať to, čo pozerám.“* Z toho vyplýva, že matky fungujú ako gatekeeper aj v rámci vlastného sledovania, nakoľko výber programu podriaďujú určitej autocenzúre, či sebakontrolu, aby nevhodný obsah nezhladli deti. Dôsledkom hľadania takéhoto obsahu je to, že matky inklinujú k vyhľadávaniu pozitívneho obsahu, čo v konečnom dôsledku prechádza do cieľového výberu programu. Cieľové sledovanie je viditeľné najmä v reláciách pre ženy a vyhľadávanie konkrétneho obsahu prechádza do zámerného sledovania nielen v televízii, ale aj prostredníctvom iných platforiem. Úlohu televízie tak nahrádzajú iné formy sledovania ako DVD či internet.

O cieľovom sledovaní nemôžeme hovoriť v rámci pravidelnosti, ale skôr príležitostnej televíznej expozície. Môže ísť napríklad o zámerné sledovanie večer, keď deti spia. Sporadický a nepravidelný charakter televíznej konzumpcie vypovedá o tom, že cieľové sledovanie nie je vždy dostupné: *„Například televízne noviny pozeráme len niekedy.“* Zámerná televízna spotreba pritom vykazuje spätosť s periférnym sledovaním: *„Keď stihnem, pozerám Chlapi neplačú, alebo Búrľivé víno. A to iba útržkovito, aj jedno, aj druhé.“* O cieľovom sledovaní ako o samostatnom fenoméne nemôžeme hovoriť, pretože sa prelína s náhodným a periférnym charakterom televíznej expozície: *„Tému, ktorú som chcela počuť, som väčšinou nepočula, a potom bola*

9 Vztahy medzi periférnym sledovaním, nesústredenosťou a fragmentárnym diváctvom bližšie definuje podkapitola 7.2.1 Ohnisková skupina väčšie mesto.

nejaká choroba, ktorá ma nezaujíma. Väčšinou to tak to vyjde, že vidíš to, čo nechceš.“

Režim dňa, tvorený spomenutými faktormi, zásadne ovplyvňuje sledovanie televízie a teda aj náhodnú, alebo cieľnú televíznu expozíciu. Do sledovania matky výrazným spôsobom vstupujú faktory, ktoré ovplyvňujú výber programu, dĺžku a čas sledovania. V kontexte rodiny ide o dva subjekty: partnera a deti. Partner v zásade ovplyvňuje sledovanie večer, ak hovoríme o matkinej náhodnej expozícii. Matky prispôsobujú svoje sledovanie režimu dieťaťa, pozerajú s deťmi rozprávky, alebo využívajú televíziu na to, aby mohli vykonávať inú činnosť, zatiaľ čo deti sledujú.

Umiestnenie televízie ovplyvňuje náhodné a cieľné sledovanie, ktoré vstupuje do vzťahu s periférnym sledovaním. Je to z toho dôvodu, že z periférneho sledovania môže vyplývať náhodné sledovanie: „Zvuk mi stačí, ale obraz nemusím vidieť, iba keď sa niečo deje, tak rýchlo príbehnem.“ Z náhodného a cieľného sledovania periférne sledovanie: „Keď ma to zaujme, tak malička chce, aby som sa hrala. Potom to mám len ako kulisu.“

Samotné sledovanie sa pritom spája s pocitom viny, nakoľko starostlivosť o domácnosť a dieťa je činnosť, ktorej je prikladaná väčšia dôležitosť: „Oddýchnem si pri tom, ale potom si uvedomím, čo všetko iné som mohla stihnúť.“

Iné formy sledovania televízie

Matky sú konzumentkami televíznej ponuky prostredníctvom alternatívnych foriem sledovania, pretože v dôsledku časovej zaneprázdnenosti (napr. kúpanie, uspávanie počas vysielania televíznych novín) a režimu dňa nemajú možnosť sledovať konkrétny program. Televízor tak nahrádza počítač a televízia je sledovaná prostredníctvom internetu. Z náhodného charakteru sledovania, ktorý respondentky mnohokrát zdôrazňovali, sa prostredníctvom takéhoto typu využívania televíznej ponuky, stáva cieľné sledovanie.

3.4 Dimenzia dôvodov sledovania

So sledovaným obsahom úzko súvisia aj dôvody sledovania. Televízia plní funkciu relaxačnú, získania času, vzdelávaciu a informačnú. Televízia je vnímaná ako relaxačné médium; pretože tento dôvod respondentky najviac prízvukovali. Na informačnú hodnotu je pritom potrebné nahliadať z dvoch uhlov pohľadu - ako významu a nahraditeľnosti. Na jednej strane jej bola pridelená informačná funkcia, na druhej strane, môže byť televízia v súčasnom mediálnom prostredí využívaná nielen ako hlavný, ale aj doplnkový zdroj informácií. Ten totiž nie je jedinečným atribútom televízie, ale

mnohokrát je doplnený aj inými informačnými zdrojmi. Respondentky tak naznačili, že význam televízie sa adaptuje na iné médiá prenosu a nahrádza tak jej deklarovanú úlohu.

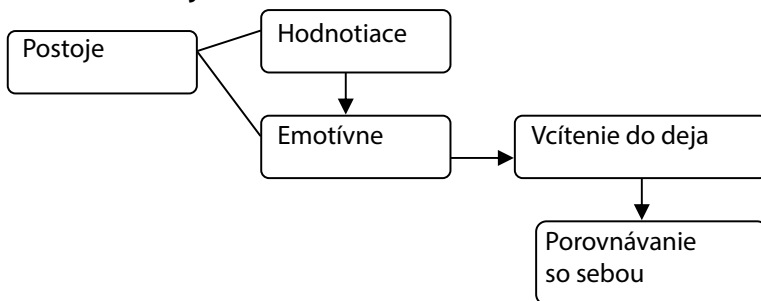
Ohniskové skupiny zohľadnili tiež potrebu vzdelávania, a to najmä pre deti. Dôvodom využívania televíznej ponuky je aj potreba získať čas, aby matky mohli vykonávať inú činnosť, zatiaľ čo deti sledujú. Význam televízie pre matku (potreba získať čas) sa odohráva mnohokrát v rámci významu televízie pre deti (vzdelávanie). Postoje k televízii sa podriaďujú kontrole, čo znamená, že televíziu vnímajú matky z hľadiska významu, ktorý im poskytuje.

Postavenie televízie dáva do kontrastu dôvody sledovania (význam televízie, ktorý jej prikladajú), s dôležitosťou televízie. Viaceré ženy sa vyjadrili, že dôležitosť televízie je popri iných médiách, najmä internete, nízka. S touto skutočnosťou súvisia aj iné formy sledovania televízie.

3.5 Kognitívna dimenzia

Ďalšou skutočnosťou, ktorá charakterizuje sledovanie televízie po nástupe na materskú dovolenku sú postoje voči televízii. Tie od samotného hodnotenia vysielania a následného uprednostnenia pozitívneho obsahu programu nad negatívnym prechádzajú k emotívnosti.

Schéma č. 2: Postoje k televízii



Je to z toho dôvodu, že dieťa mení pohľad na sledované programy, ktoré predtým matky vnímali odlišne (napríklad predstava vlastného dieťaťa na mieste jednotlivých postáv).

„Zbrane by napríklad nemali dávať do filmu. Predtým mi to vôbec nevadilo. Alebo si napríklad všímam, že nejaká žena je nevhodne oblečená, vyzývavá. Keby môj syn, alebo moja dcéra dovedol takú domov, tak posledný raz

je u mňa. Vkladám do toho filmu to, čo mám doma. Tak ma to asi ovplyvňuje. Predtým mi to bolo jedno.“

So zmenou sledovaných žánrov sa začínajú vynárať emócie, ktorým sa matky predtým vyhýbali. Táto skutočnosť je charakteristická obzvlášť pri sledovaní relácie *Modrého z neba*. Schéma demonštrovaných emócií začína súcitom: „*Naučila som sa súcitiť s deťmi, alebo rodinami, celý čas plačem. Ale neviem, či sa chcem do nich vcítiť.*“

Pokračuje vcítením do deja: „*Ja mám až zimomriavky z toho, že to je vôbec možné.*“

„*Asi ma to posilnilo, ako keby som sa chcela vžiť do tej úlohy. Možno si tak aj viac vážim život. Normálne mi to niečo dalo.*“

A vrcholí až porovnávaním so sebou a vlastným dieťaťom: „*Napríklad také sado-maso, že decko bolo zdravé, a od tretieho ročníka to začalo. Tak potom rozmýšľam a pozerám sa na druhý deň na malého, či náhodou tiež nezačne „pajdať“, alebo nejaké veci, čo tam boli, či náhodou nezačnú.*“

Charakter dňa chápaný na báze povinností a voľného času ovplyvňuje to, ako ženy vnímajú televíziu.

Ako relax: „*Oddýchnem si, až keď zaspia, niekedy ani nevnímam, čo v televízii ide, ale som rada, že mám pokoj od všetkých, že nikto odo mňa nič nechce. Vtedy si môžem sadnúť a mám chvíľku pre seba. Nemôžem však povedať, žeby mi chýbalo to, že viac času netrávim pri televízii.*“

Ako niečo, čo nie je dôležité: „*Nad televíziou pri malej vôbec nerozmýšľam.*“

Televízii je tak prisudzovaná nepatrná, alebo takmer žiadna dôležitosť, ktorá súvisí so spôsobom sledovania: „*Keď chcem nejakú informáciu, alebo niečo hľadám, tak využijem vždy internet. Pre mňa osobne je televízia asi na poslednom mieste.*“

V rámci kognitívnej dimenzie je možné tiež charakterizovať správanie ženského publika matiek na materskej dovolenke. Najčastejšie boli respondentky aktívne v analyzovaní aktuálnych tém (40,7 %). Matky niekoľkonásobne zdôraznili zamýšľanie sa nad odvysielaným (38,1 %) z hľadiska emocionálnej odozvy (napr. ľudské osudy). Pomerne častá sledovanosť súťažných relácií sa prejavila i v súvisiacej aktivite publika. Viac ako polovica matiek (51,9 %) háda odpovede s účastníkmi vedomostných súťaží. Znamená to, že každá druhá matka je v tomto smere aktívna.

Literatúra a zdroje:

Seiter, E.: *Mothers Watching Children Watching Television*. In *Television Studies: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, vol. IV. London: Routledge, 2003. 150-162. ISBN 0-415-25506-6, p. 154.

- Maříková, H. 2008. *Mateřství, rodina a práce z pohledu matek malých dětí*. In Gender, rovné příležitosti, výzkum [online]. 2008, roč. 8, č. 2, s. 48 [cit. 2013-08-27]. Dostupné na: http://www.genderonline.cz/uploads/65b77fff793a444bbac6643ea2e1d822270fa696_materstvi-rodina-a-prace.pdf. ISSN 1805-7632.
- Šedová, K.: *Děti a rodiče před televizí: Rodinná socializace dětského televizního diváctví*. Brno: 2007, Paido, edice pedagogické literatury. 2007, 157 s. ISBN 978-80-7315-149-2.
- Baslářová, I.: *Publikum soap opery Ordinace v růžové zahradě a jeho genderová vztahování se*: dizertačná práca [online]. Brno: Masarykova univerzita, 2011. 182 s. [cit. 2013-08-26]. Dostupné na: http://is.muni.cz/th/65296/fss_d/Baslarova_disertace.pdf.
- Lotz, A. D.: *Redesigning women: Television after the Network Era*. USA: University of Illinois Press. 2006, 240 p. ISBN-13 978-0-252073106.
- Umstead, T.: *Fright Delight for Women Viewers*. In *Multichannel News* [online]. 2011, vol 32, no. 6, p. 7 [cit. 2012-07-14]. Dostupné na: <http://connection.ebscohost.com/c/articles/58130090/fright-delight-women-viewers>. ISSN 1084-8339.
- Ruddock, A.: *Understanding Audiences. Theory and Method* [online]. London: SAGE Publications. 2001. 208 p. [cit. 2013-04-10]. Dostupné na: <http://www.uk.sagepub.com/books/Book209121>. ISBN 0-7619-6345-6.

Kontaktné údaje:

Mgr. Monika Domeniková
Filozofická fakulta
Katolícka univerzita
Hrabovská cesta 1
034 01 Ružomberok
monikadomenikova@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

SLOVENČINA V ELEKTRONICKÝCH MÉDIÁCH

Slovak Language in Mass Media

Andrej Habiňák

Abstrakt: Súčasnú dobu možno charakterizovať ako čas médií. Popri tých tradičných (noviny a časopisy, rádiá a televízie, ale aj film) stále viac dynamiku a úroveň kvality nášho života ovplyvňujú digitálne médiá. Disponujeme množstvom slovenských online novín, magazínov, časopisov, ktoré sa tešia návštevnosti a obľúbenosti. Svojim návštevníkom ponúkajú články z rôznych oblastí, podľa tematiky. Najobľúbenejšie sú magazíny pre ženy, o šoubiznise, zábave alebo bulvárne noviny a časopisy. Samozrejmosťou sú elektronické podoby našej mienkotvornej tlače SME, Pravda, ktoré si zachovávajú svoju štandardnú kvalitu. Aká je však situácia z pohľadu spisovného jazyka? Aká je právna ochrana našej reči v médiách na Slovensku? A aká v zahraničí?

Kľúčové slová: médiá, spisovný jazyk, jazyková kultúra, právna ochrana, regulačné orgány

Abstract: Current period might be characterized as the media era. Along with the traditional ones (newspapers and magazines, radio and television, film), the dynamics and quality of our lives are influenced by digital media. We have a variety of Slovak online newspapers and magazines at our disposal which are very popular and clicked on frequently. They provide their readers with various articles from many spheres, topic-based. The most popular ones are magazines for women, show business and entertainment magazines and tabloids. Common is also electronic version of the public opinion shaping press SME and PRAVDA which keep their standard quality. What about the situation regarding the standard language? What is the legal protection of our language in the media in Slovakia? And abroad?

Key words: media, standard language, linguistic culture, legal protection, regulatory organs

Azda jednou z najdiskutovanejších tém od roku 1989 v jazykovede je jazyková kultúra v slovenských médiách. Iste, teoretické práce na túto tému siahajú do 60tych rokov minulého storočia a prác napr. J. Ružičku. 27. – 29. októbra 1994 sa tiež v Budmericiach konala konferencia na tému Spisovná slovenčina a jazyková kultúra. Napriek všetkému úsiliu sa situácia výrazne nemení a tento stav vyvoláva reakciu i u samotných divákov, poslucháčov, čitateľov. Už dlhšie obdobie totiž prichádzajú do Jazykovedného ústavu Ľ. Štúra, redakcií tlačovín (nielen jazykovedných časopisov), rozhlasu, ministerstva kultúry, ap. od občanov podnety a sťažnosti týkajúce sa jazykovej úrovne v médiách na Slovensku. Tie poukazujú na časté chyby, ktoré sa objavujú v médiách. Je to pomerne široké spektrum nedostatkov a chýb. Najčastejšie sa spomínajú témy: nízka jazyková kultúra v slovenských denníkoch, nadmerné preberanie cudzích slov, časté používanie bohemizmov a anglicizmov, nízka jazyková úroveň hovorenej slovenčiny v elektronických médiách, nesprávne použitie geografických názvov, nesprávne predložkové väzby, prechyľovanie ženských priezvisk, ignorovanie mäkkosti a tvrdosti vo výslovnosti... Chyby verejnosť vníma vo všetkých jazykových rovinách, najmä vo zvukovej, gramatickej, lexikálnej. Pritom ako vyplýva z § 11 Zákona o štátnom jazyku, pri používaní slovenského jazyka v elektronických, ale aj tlačенých médiách sa vyžaduje rešpektovanie spisovnej normy slovenského jazyka (kodifikovanej podoby štátneho jazyka).

Predmetom tohto príspevku je teda interaktívny vzťah elektronických médií a spisovného jazyka. Na vedeckej konferencii o kultúre spisovnej slovenčiny v roku 1966 v Smoleniciach J. Ružička v úvodnom referáte konštatoval, že termín jazyková kultúra sa používa v štvorakom zmysle: po prvé sa ním chápe stav jazyka, nakoľko vyhovuje požiadavkám, ktoré sa kladú na spisovný jazyk, t. j. vypracovanosť jazyka, po druhé cieľavedomá starostlivosť o vypracovanosť jazyka, t. j. cibrenie jazyka, po tretie úroveň písomného a ústneho jazykového dorozumievania, t. j. úroveň jazykovej praxe, a po štvrté cieľavedomá starostlivosť o jazykovú prax, t. j. jazyková výchova (pozri Ružička, 1967, s. 9).

Miloš Mistrík zase definuje elektronické médiá ako nositeľa informácie v komunikácii takým spôsobom, že informáciu prenáša na báze spolupôsobenia elektrických a magnetických (elektromagnetických) polí. Komunikácia elektronickými masmédiami sa uskutočňuje:

1. v rozhlasovom vysielaní,
2. v televíznom vysielaní,
3. v internete,
4. v telefonickom spojení, prípadne pri zlúčení viacerých z nich
5. v multimédiách.

Tieto okruhy tvoria päť druhov masmédií. Poznáme aj iné médiá ako elektronické či tlačové (printové). Napríklad obrazové médiá (napr. fotografie), reklamné médiá (Mistrík 2004, s. 15-24).

Činnosť a pôsobenie elektronických médií v SR upravuje Zákon NR SR č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. V tejto právnej norme sa neuvádzajú konkrétne ustanovenia týkajúce sa slovenčiny ako vysielacieho jazyka, no je v nej odkaz na Zákon o štátnom jazyku: *Štátnym jazykom sa na účely § 3 až 8 rozumie slovenský jazyk v kodifikovanej podobe podľa § 2 ods. 3; tým sa nevylučuje používanie inojazyčných nových odborných pojmov, termínov alebo pomenovaní nových skutočností, na ktoré sa ešte neustálil a nekodifikoval v štátnom jazyku vhodný rovnocenný výraz, ako aj používanie nespisovných jazykových prostriedkov, ak ide o ich funkčné využitie, najmä v umeleckej tvorbe a v publicistike.* Dozor nad dodržiavaním zákona o štátnom jazyku v oblasti elektronických médií vykonáva Rada pre vysielanie a retransmisiu (popri iných úlohách súvisiacich s vysielaním a udeľovaním licencií). Jej povinnosťou je monitorovať rešpektovanie príslušných zákonných ustanovení, zhromažďovať a riešiť sťažnosti, ukladať sankcie za porušovanie zákona § 16 ods. 3 písm. e) zákona č. 308/2000 (ustanovenie týkajúce zákona o štátnom jazyku). Pri prvom prehrešku sa ukladá sankcia upozornenie na porušenie zákona a pri ďalších porušení pokuta vo výške od 99 do 1659 eur.

Kde je teda pes zakopaný? Slovensko má dostatok kodifikačných príručiek, legislatívu, ktorá pamätá i na štátny jazyk a jeho používanie. Sibyla Mislovičová, pracovníčka Jazykovedného ústavu Ľ. Štúra SAV, sformulovala skutočnosti, ktoré môžu súvisieť s úpadkovou tendenciou slovenčiny:

- bližší a častejší kontakt s cudzími jazykmi, najmä s angličtinou,
- internet, počítačová komunikácia, e-mail, mobilná komunikácia, chatovanie,
- nové prístupy v tvorbe prejavov v printových a neprintových médiách,
- zmena vzťahu používateľov slovenčiny k svojmu materinskému jazyku a k jazykovedcom,
- a iné (Mislovičová, 2009, s. 69).

Iný rozmer chápania tejto problematiky nám poskytuje zahraničie. Člen Rady pre vysielanie a retransmisiu Pavol Dinka píše v jednej zo svojich analýz o jazyku v slovenských elektronických médiách a pripája komparáciu právnych ustanovení o regulácii jazyka v elektronických médiách niektorých európskych štátov: Zákonná úprava vysielacieho jazyka v európskych elektronických médiách nemá jednotný (a ani nemusí mať) jednotný charakter, niekde kladú na dodržiavanie jazykových právnych noriem väčší dôraz, inde menší, predovšetkým v závislosti od toho, aké má

príslušný jazyk hierarchické postavenie v danom regióne, či ide o jazyk novší, bez hlbších tradícií, ohrozenejší atď. Masmediálne regulačné orgány sa týmto otázkam až natoľko nevenujú, ich rozhodovacia prax sa nemôže oprieť o nejaké zásadné skúsenosti. Práve táto skutočnosť viedla Kanceláriu Rady pre vysielanie a retransmisiu, aby sa obrátila na niektoré regulačné orgány v zahraničí s dopytom tohto znenia: „Zákon o štátnom jazyku v SR ukladá povinnosť elektronickým vysielateľom (TV a rádiá) vysielateľ iba v slovenskom jazyku. Existujú niektoré výnimky (vysielanie pre národnostné menšiny, jazykové kurzy, hudobné diela s inojazyčným textom), no v ostatných prípadoch musia vysielatelia zabezpečiť zrozumiteľnosť všetkým po slovensky hovoriacim občanom, či už prostredníctvom titulkov, alebo dabovaním. Špecifický režim platí pre český jazyk (Slováci plne rozumejú češtine), nemožno ho však uplatniť pri nijakom inom jazyku. Aká je regulácia (ak nejaká je) vysielacích jazykov (TV, rádio) vo vašej krajine?“ Na otázku dostala kancelária nasledujúce odpovede:

Arménsko: Lilit Gazazyanová, Národná komisia pre televíziu a rozhlas (NCTR): „V *Zákone o televízii a rozhlase v Arménskej republike*, v článku 5 nazvanom *Jazyk v televíznych a rozhlasových programoch sa hovorí: (1) Jazykom televíznych a rozhlasových programov na území Arménskej republiky je arménčina. (2) Programy zamerané na vyučovanie cudzích jazykov, rovnako aj piesne zahraničnej produkcie sa môžu vysielateľ bez prekladu do arménskeho jazyka. (3) Zakazuje sa používať názvy programov, reklamu a iné formáty iba v cudzom jazyku.*

Predchádzajúce ustanovenia sa nevzťahujú na programy zahraničného vysielania a vysielania pre národnostné menšiny.

Úlohou verejnoprávnych vysielateľov je zabezpečovať program pre národnostné menšiny, nemusí to byť však v jazyku národnostnej menšiny. Verejnoprávni vysielatelia, či už televízie, alebo rozhlasu môžu realizovať programy pre národnostné menšiny v jazyku menšiny, v televízii to však nesmie presiahnuť hodinu do týždňa a v rozhlase hodinu za deň.“

V Arménskej republike sú zákonné ustanovenia týkajúce sa úpravy vysielacieho jazyka podobné ako na Slovensku, prísnejšie sú však v oblasti vysielania pre národnostné menšiny, kde nevzniká jednoznačná povinnosť vysielateľ v menšinovom jazyku. Navyše televízne vysielanie nesmie presiahnuť hodinu do týždňa a rozhlasové hodinu za deň.

Belgicko: Dirk Peereman, radca Flámskeho regulačného úradu pre médiá (FRM), Brusel: „Na území Flámskej komunity v Belgicku sú rozhlasoví a televízni vysielatelia povinní vysielateľ výhradne v holandskom jazyku. Výnimky môže udeliť Flámska vláda. Mediálna vyhláška vo svojom

explanačnom memorande naznačuje, hovoriac o lineárnom televíznom vysielaní, že vysielatelia vo svojich programoch nemusia exkluzívne používať iba holandsčinu, ale holandský jazyk musí byť vždy prítomný. V memorande sa o nejakých ďalších možnostiach nehovoriť.“

Zo slov Dirka Peeremana vyplýva, že rozhlasové a televízne vysielanie pre Flámsku komunitu v Belgicku musí byť jednoznačne v holandsčine, vo výnimočných prípadoch možno použiť iný jazyk (francúzštinu), prirodzene, pri použití holandských titulkov. Táto úprava v podstate zodpovedá slovenskej.

Čierna Hora: Jadranka Vojvodičová, zástupkyňa riaditeľa Agentúry pre elektronické médiá (AEM): „Pokiaľ ide o Čiernu Horu, článok 55 Zákona o elektronických médiách reguluje nasledovné: Rozhlasoví a televízni vysielatelia sú povinní vyselať svoje programy v čiernohorskom jazyku, či už v latinke, alebo cyrilike, resp. v inom úradnom jazyku v súlade so zákonom. Používanie čiernohorského jazyka nie je povinné v týchto prípadoch: (1) Ak sa vysielajú filmy a iné audiovizuálne diela v pôvodnej podobe. (2) Ak sa vysielajú hudobné diela otextované čiastočne alebo úplne cudzím jazykom. (3) Ak sú vysielané programy čiastočne alebo úplne zamerané na výučbu cudzích jazykov. Používanie čiernohorského jazyka nie je povinné v programe určenom pre národnostné menšiny alebo etnické skupiny. Podľa ústavy Čiernej Hory krajina má popri čiernohorčine tieto úradné jazyky: srbčinu, bosniančinu, albánčinu a chorvátčinu. Navyše Pravidlá o programových štandardoch v elektronických médiách obsahujú kapitolu venovanú jazyku:

„8. kapitola: Jazyk a lingvistické pravidlá v programoch elektronických médií.

Článok 38

Vysielatelia sú povinní venovať pozornosť jazyku používanom vo verejnom styku, jeho etickej a politickej korektnosti, rovnako aj gramatickej presnosti.

Článok 39

(1) Elektronické médiá sú povinné vyselať rozhlasové a televízne programy v čiernohorskom jazyku, či už v latinke, alebo cyrilike, resp. v inom jazyku úradného styku v súlade s ústavou Čiernej Hory a Zákonom o elektronických médiách.

(2) Verejnoprávni vysielatelia, najmä národný verejnoprávny vysielateľ, majú zákonnú povinnosť propagovať a rozširovať čiernohorskú národnú a kultúrnu identitu a čiernohorské kultúrne dedičstvo, ďalej sú

- povinní zabezpečiť čo najvyšší podiel programov v čiernohorskom jazyku a v adekvátnom zastúpení používať čiernohorský jazyk v prekladaných programoch.*
- (3) *Vysielatelia sú povinní v primeranej miere používať čiernohorský jazyk v programoch vlastnej produkcie a prekladať všetky programy (titulkováním a dabovaním) vyrobené v iných jazykoch ako sú jazyky úradného styku v Čiernej Hore, a to bez požiadavky na kreatívnu interpretáciu prostredníctvom hercov.*

Článok 40

- (1) *Vysielatelia sú povinní zabezpečiť, že vysielací jazyk je gramaticky správny, najmä však pri programoch s dramatickým zameraním.*
- (2) *V spravodajstve, vo vzdelávacích a podobných programoch sa zakazujú nadávky, hanlivé výrazy a iné vulgarizmy, rovnako aj žargónové vyjadrenia. Možno ich použiť iba v adekvátnych výchovných a umeleckých kontextoch.*

Článok 41

- (1) *Verejnoprávni vysielatelia sú povinní zabezpečiť všeobecnú kvalitu vyjadrovania moderátorov a reportérov.*
- (2) *Národní verejnoprávni vysielatelia sú povinní zabezpečiť, aby programy pred odvysielaním skontrolovali odborní editori.“*

V Čiernej Hore je podľa ústavy z roku 2007 čiernohorčina prvý (nadaradený) úradný jazyk, hovorí ním 37 percent obyvateľstva. Ostatné jazyky – srbčina (43 percent obyvateľstva), bosniančina (5 percent obyvateľstva), albánčina (5 percent obyvateľstva), chorvátčina (2,5 percenta obyvateľstva) majú podobné postavenie ako menšinové jazyky v SR s výnimkou toho, že ich audiovizuálne umelecké diela sa nemusia dabovať či titulkovať. V roku 2004 sa z dialektu vytvoril samostatný jazyk čiernohorčina. Ako píše macedónsky literárny vedec Zvonko Taneski v *Despite Borders* (2 10. 2007), niektorí belehradskí vedci pokladajú čiernohorčinu za umelo vykonštruovaný jazyk, ktorý z historického hľadiska neexistuje. Podľa nich sa za tým skrýva úsilie „rasisticky orientovaných Čiernohorcov“ vniešť do srbského jazyka čiernohorský variant. (...) V každom prípade sa súčasná čiernohorčina píše latinkou, kým v modernej srbčine sa paralelne používa cyrilika a latinka. Treba však zdôrazniť, že Čiernohorci majú právo na svoju identitu, na svoj jazyk. Vysielatelia v Čiernej hore sú povinní vysielat väčšinu programov v čiernohorčine, nestanovuje sa však kvóta koľko a akých programov. Dabovanie môže byť v podobe simultánneho prekladu bez účasti hercov.

Rovnako sa im kladie za povinnosť vyhýbať sa neslušnému a vulgárnemu jazyku, čo v našich podmienkach predstavuje rešpektovanie Vyhlášky MK SR o jednotnom systéme označovania audiovizuálnych programov. Vo všeobecnosti je regulácia vysielacieho jazyka v mnohom podobná slovenskej regulácii.

Dánsko: Jette Fievé, vedúca poradkyňa pre knižnice a médiá, Dánska kultúrna agentúra (DAC): „V Dánsku nemáme legislatívne ustanovenia týkajúce sa výhradného vysielania v dánskom jazyku. Verejní vysielatelia majú povinnosť — okrem iných – poskytovať dánskemu obyvateľstvu čo najširšiu ponuku programov s dôrazom na dánsky jazyk a kultúru v duchu oddielu 10 Zákona o rozhlasovom a televíznom vysielaní. Tento zákon nezaväzuje vysielateľov vyselať iba v dánčine. Máme aj niekoľko lokálnych rozhlasových a televíznych staníc, ktoré vysielajú v iných jazykoch, ako je dánsky. Komerční vysielatelia môžu vyselať v akomkoľvek jazyku bez povinnosti titulkovať a dabovať jednotlivé programy.“

V Dánskom kráľovstve je úprava vysielacích jazykov voľnejšia ako v SR. Vysielatelia nie sú povinní vyselať v dánčine, komerčné vysielanie nie je vôbec jazykovo limitované. Niet však pochýb o tom, že väčšinu programov vyrábajú v dánskom jazyku. Zákon nič nehovorí o vysielaní pre nemeckú a laponskú národnostnú menšinu.

Fínsko: Hanna Heiskanenová, legislatívna poradkyňa pre komunikačný trh a služby a pre dohľad nad komunikačnými službami, Fínsky regulačný komunikačný úrad v Helsinkách (FCRA): „Vo Fínsku reguluje vysielací jazyk jedine Zákon o Yleisradio Oy, ktorý upravuje verejnoprávne vysielanie v celej našej krajine. V oddiele 7 sa konštatuje, že ‚verejnoprávne vysielanie musí brať do úvahy po fínsky a po švédsky hovoriacich občanov, a to vo vyváženej miere. Rovnako musí zabezpečovať vysielanie v sámskom a rómskom jazyku a aj v znakovkej reči, a tam, kde je to nevyhnutné, i v jazykoch ďalších etnických skupín.‘ Znamená to, že verejnoprávny vysielateľ Yleisradio poskytuje programy v niekoľkých jazykoch, ale počet programov pre jazykové minority je minimálny. Tieto programy sa nikdy nedabujú, zakaždým sú však dostupné titulky buď vo fínskom, alebo vo švédskom jazyku.“

Vo Fínsku jestvuje právna norma týkajúca sa vysielacieho jazyka iba pre verejnoprávne vysielanie. V komerčnej oblasti má vysielateľ na rozdiel od Slovenska voľnú ruku. Vysielanie pre menšiny je totožné so slovenským.

Francúzsko: Právnu úpravu vysielacieho jazyka vo Francúzsku monitoruje Najvyššia audiovizuálna rada (CSA), a to prostredníctvom Zákona o slobode komunikácie č. 86 – 1067 z 30. septembra 1986:

„Článok 21

Odhlíadnuc od jazykového originálu filmov a audiovizuálnych diel sú rozhlasové a televízne inštitúcie a služby povinné, nezávisle od metódy a distribúcie vysielania, vyselať všetky programy a reklamy vo francúzskom jazyku.

Predchádzajúci 1. paragraf sa nevzťahuje na hudobné diela alebo ich časti napísané v cudzom jazyku.

Predchádzajúci prvý paragraf sa nevzťahuje na programy, časti programov a reklamu vysielané do zahraničia, na jazykové kurzy alebo prenosy kultúrnych podujatí vysielané naživo.

Keď sa programy alebo reklama vysielané podľa 1. paragrafu tohto článku prekladajú do cudzieho jazyka, prezentácia vo francúzskom jazyku musí byť rovnako zrozumiteľná, presná a jasná ako v cudzom jazyku.

Článok 27

2) Vysielanie, najmä však v najsledovanejších hodinách, musí obsahovať najmenej 60 percent európskych filmov a audiovizuálnych diel, z toho najmenej 40 percent pôvodných francúzskych filmov a audiovizuálnych diel. V záujme zabezpečenia tejto povinnosti môže Najvyššia audiovizuálna rada každý rok určiť najsledovanejšie a najpočítavanejšie hodiny vo vzťahu k požiadavkám recipientov a k vyrábaným či programovaným dielam.

Článok 28

2)

- vysielanie hudby pre regionálny jazyk musí obsahovať najmenej 40 percent francúzskych piesní,*
- rádiá propagujúce národné kultúrne dedičstvo musia odvysielať 60 percent titulov z frankofónneho sveta, z toho 10 percent musí byť z najnovšej produkcie, minimálne jeden nový titul za hodinu,*
- rádiá špecializujúce sa na propagovanie mladých talentov sú povinné odvysielať 35 percent titulov z frankofónneho sveta, z toho 25 percent titulov od úplne nových talentov.“*

Francúzi považujú svoj jazyk za najväčšie kultúrne dedičstvo. Podľa nich je každý obyvateľ Francúzska Francúz, menšiny neakceptujú ani v jednom zákone, aj v Zákone o slobode komunikácie sa hovorí iba o regionálnom jazyku, a nie o menšinových jazykoch. Poznať a ovládať hovorený, čítaný a písaný francúzsky jazyk je nevyhnutnou podmienkou na úspešné spoločenské, sociálne a profesionálne začlenenie sa do francúzskej spoločnosti.

Zákon o používaní francúzskeho jazyka zo 4. augusta 1994 nadväzuje na bohaté tradície jeho ochrany vo všetkých smeroch, prirodzene, aj pred vplyvom angličtiny, pred amerikanizáciou. Na svetové aj európske pomery je veľmi prísny, používanie cudzieho jazyka bez francúzštiny je v mnohých prípadoch trestné, považuje sa za priestupok, rovnako aj vnášanie cudzojazyčných termínov do francúzštiny. Zákon o používaní francúzskeho jazyka nie je zďaleka jediným predpisom, ktorý upravuje jazykový režim vo Francúzsku. Najdôležitejšou normou je vykonávacie nariadenie z 3. marca 1995 prijaté na jej uplatňovanie, ktoré presne stanovuje, čo sú priestupky; niektoré ustanovenia Zákonníka práce účinného od 1. mája 2008 sa netýkajú len priestupkových pokút, ale aj samotných súdnych rozhodnutí. Kontrolou jazykového zákona a rozvojom francúzštiny sa zaoberá viacero inštitúcií. Generálne zastúpenie pre francúzsky jazyk a jazyky Francúzska je poverené medzirezortnou koordináciou v oblasti francúzskeho jazyka. Jeho súčasťou je Observatórium jazykových praktík (vzniklo v roku 1999), ktoré pripravuje štatistiky a zabezpečuje poznatky o jazykovej situácii vo Francúzsku a zároveň ich poskytuje príslušným orgánom zameraným na kultúrnu politiku štátu. Vrchná rada francúzskeho jazyka (je súčasťou ministerstva kultúry a komunikácie) študuje otázky týkajúce sa používania, propagovania, obohacovania a šírenia francúzskeho jazyka vo Francúzsku aj v zahraničí. Generálna komisia pre terminológiu a neológiu (patrí takisto pod ministerstvo kultúry a komunikácie) dbá o obohacovanie francúzskeho jazyka a o zjednocovanie francúzskej terminológie. Už spomínaná Najvyššia audiovizuálna rada zodpovedá za presadzovanie jazykového zákona v mediálnej elektronickej oblasti, dbá o kvalitu jazyka používaného v programoch rozhlasových a televíznych spoločností (napríklad súkromné analógové spoločnosti majú povinnosť určiť jedného poradcu pre francúzsky jazyk). Úrad pre odbornú reguláciu reklamy dozerá na správne používanie francúzskeho jazyka v reklame a má za úlohu odstrániť z televíznych a rozhlasových reklamných správ gramatické alebo pravopisné chyby, prípadne vulgarizmy.

Francúzska právna úprava vysielacieho jazyka v elektronických médiách je v porovnaní so slovenskou oveľa striktnější: nepozná vysielanie pre národnostné menšiny, televízne inojazyčné vysielanie musí byť dabované alebo otitulované (platí aj u nás, ale s výnimkami), v rámci hudobných programov vysielaných pre regionálne jazyky musí odznieť najmenej 40 percent francúzskych piesní (v našich podmienkach také ustanovenie nejestvuje), v programoch zameraných na kultúrne dedičstvo je povinnosť odvyselať najmenej 60 percent frankofónnych titulov z rozličných umeleckých oblastí (ani takú úpravu nepoznáme) a podobne.

Holandsko: Marcel Betzel, Výbor pre médiá: „V holandskom Zákone o médiách (2008) sa o ustanoveniach týkajúcich úpravy vysielacích jazykov hovorí iba v článkoch 2. 122 a 3. 24. Článok 2. 122 určuje staniciam národnej verejnej služby venovať najmenej 50 percent vysielacieho času programom vyrobeným v holandskom alebo frízskom jazyku. Frízsky jazyk je druhým úradným jazykom Holandska, rozpráva sa ním v jednej z dvanástich provincií krajiny. Článok 3. 24 stanovuje súkromným vysielateľom odvyselať najmenej 40 percent programov vyrobených v holandskom alebo vo frízskom jazyku. Súkromní vysielatelia, na rozdiel od verejnoprávných, môžu byť od tejto povinnosti čiastočne alebo úplne oslobodení. To je prípad niektorých špecializovaných kanálov.“

Holandský zákon je voľnejší ako slovenský. Súkromní vysielatelia môžu okrem úradných jazykov používať aj iné jazyky bez povinnosti ich dabovať či titulkovať.

Írsko: Declan McLoughlin, Írsky úrad pre vysielanie (BAI), Dublin: „Zákon o vysielaní z roku 2009 stanovuje širokú škálu povinností vzťahujúcich sa k írskemu jazyku. Uvediem niektoré kľúčové ustanovenia: 25 (2) (h) – povinnosťou Írskeho úradu pre vysielanie (BAI) je podporovať výrobu programov a vysielanie v írskom jazyku. 66 (2) (d) – povinnosť BAI brať do úvahy pri udeľovaní licencií na rozhlasové vysielanie množstvo, kvalitu a stupeň používania írskoho jazyka. 66 (3) – povinnosť BAI klásť osobitný dôraz pri udeľovaní rozhlasových licencií pre oblasť Gaeltacht, geografické územie, ktoré má špeciálny status, pretože na ňom žije veľký počet obyvateľov hovoriacich po írsky. 69 (9) – BAI je povinný pri rozvoji a zabezpečovaní archivácie programov osobitne prihliadať na programy vysielané v írskom jazyku. (...) Rozhlasové a televízne vysielanie v írskom jazyku má v Írsku priaznivú pozíciu. Financuje sa z poplatkov občanov a z vládnych dotácií. Realizuje sa na kanáloch verejnej služby RTÉ a TG4. Ostatných vysielateľov sa povinnosti súvisiace s jazykom netýkajú. Žiada sa však poznamenať, že pri rozhodovaní o udelenie licencie sa prihliada na množstvo programu vysielaného v írskom jazyku.

Ustanovenia o regulácii jazyka sa na rozdiel od Slovenska týkajú iba vysielateľov verejnej služby. Komerční vysielatelia majú voľnú ruku, nie však úplne, pretože pri udeľovaní licencií sa kladie dôraz na program v írskom jazyku. Pokojne sa môže stať, že ak záujemca tomuto kritériu nevyhoví, nemusí licenciu dostať. Nič konkrétnejšie sa v úprave nehovorí o vysielaní v menšinových jazykoch.

Izrael: Gidi Dorevitch, Úrad pre televíziu a rozhlas (SATR), oddelenie plánovania a rozvoja, Izrael: „Regulácia vysielateľov (okrem komerčných) stanovuje povinnosť, aby sa všetky nehebrejské programy prekladali do

hebrejského jazyka prostredníctvom titulkovania alebo dabovania. Výnimku tvoria: programy určené na výučbu cudzích jazykov, športové programy vysielané naživo zo zahraničia a hudobné klipy. Programy adresované deťom vo veku do sedem rokov, ktoré nie sú v hebrejčine, sa musia dabovať (deti nevedia ešte čítať). Treba poznamenať, že niektorí lokálni volní (nezakódovaní) vysielatelia (FTA) musia 5 percent programov odvyselať v arabčine a ďalších 5 percent v ruštine – a to z dôvodu, že ide o dve najväčšie jazykové komunity žijúce v Izraeli. Tieto programy sa musia prekladať do hebrejčiny. Ak to zosumarizujem, jazyková regulácia vysielateľov v Izraeli sa v mnohom podobá regulácii na Slovensku.“

Gidi Dorevitch má pravdu, že jazyková regulácia vysielateľov v Izraeli sa v mnohom podobá regulácii na Slovensku. Vysielanie pre národnostné menšiny však funguje v inom režime.

Litva: Birute Kersieneová, vedúca oddelenia verejných a medzinárodných vzťahov, Rozhlasová a televízna komisia (RTCL): „Ustanovenia týkajúce sa jazyka vysielaných programov sú zakotvené v Zákone o poskytovaní informácií verejnosti (základný zákon o vysielaní). Ide o článok 34 – Jazyk, v ktorom sa vyrábajú a rozširujú verejné informácie:

- 1. Verejné informácie sa musia spracúvať a rozširovať v štátnom jazyku alebo v inom jazyku v súlade s týmto zákonom, so Zákonom o štátnom jazyku a s Rezolúciou Štátnej komisie pre litovský jazyk, s výnimkou prípadov špecifikovaných v tomto zákone. Výrobcovia a rozširovatelia verejných informácií v kooperácii s kompetentnými štátnymi a samosprávnymi inštitúciami a agentúrami musia zabezpečiť tam, kde je to možné, prístup hendikepovaných ľudí k týmto informáciám.*
- 2. Rozhlasové a televízne programy vysielané v inom jazyku ako je litovčina sa musia prekladať do litovského jazyka alebo musia byť označené titulkami v litovskom jazyku. Výnimku tvoria výchovné, príležitostné a špeciálne programy, hudba, prevzaté zahraničné rozhlasové a (alebo) televízne programy alebo časť programov, rovnako aj programy vyrobené rozhlasovými a televíznymi vysielateľmi určené pre národnostné menšiny žijúce v Litve. Komisia berie do úvahy potreby národnostných menšín žijúcich na území, ktoré je pokryté rozhlasovým a (alebo) televíznym vysielaním, a tam, kde je to nevyhnutné, pri špecifikácii podmienok licencie, môže určiť podiel vysielaných a (alebo) prevzatých rozhlasových a (alebo) televíznych programov, resp. časť z nich, ktoré musia obsahovať rozhlasové a (alebo) televízne programy alebo časť z nich v jazyku národnostných menšín.*

3. *Vysielateľom televíznych programov sa zakazuje vysielat' audiovizuálne diela, ktoré boli preložené z oficiálneho jazyka Európskej únie do jazyka tretích štátov.*
4. *Keďže pri preberaní televíznych programov musí dať vysielateľ prednosť oficiálnym jazykom Európskej únie pred jazykmi tretích štátov, a to pri možnosti vybrať si medzi oficiálnym jazykom Európskej únie alebo jazykom tretieho štátu, vysielatelia sú povinní zabezpečiť všetky podmienky pre televízne programy alebo časť z nich tak, aby sa mohol program odvysielat' v oficiálnom jazyku Európskej únie."*

Právna úprava vysielacích jazykov sa značne približuje slovenskej verzii. Nezainteresovaného určite prekvapí ustanovenie týkajúce sa zákazu vysielat' televízne programy v jazyku tretích štátov, čiže v jazykoch mimo EÚ. Zrejme to smeruje k zákazu vysielat' v ruskom jazyku, čo je svojím spôsobom paradox, pretože v Litve žije početná ruská národnostná menšina. Prirodzene, na rovnako početnú poľskú národnostnú menšinu sa to nevzťahuje.

Podľa zákona možno z Litvy vysielat' iba v litovskom jazyku, každý zahraničný záujemca o vysielaciu licenciu by musel toto pravidlo dodržať. Podobné ustanovenia platia aj na Slovensku. Kvôli bližšiemu vysvetleniu sa Kancelária Rady pre vysielanie a retransmisiu obrátila na Birute Kersieneovú s doplňujúcou otázkou:

„Ak niekto chce poskytovať rozhlasové a televízne vysielanie z Litvy, povedzme, v slovenskom jazyku a dostane licenciu od kompetentných litovských orgánov, bude musieť použiť titulky (v televíznom vysielaní), resp. bude musieť pri rozhlasovom vysielaní vysielat' iba v litovskom jazyku (existuje možnosť vysielat' do zahraničia v rozličných jazykoch alebo je to možné iba v litovčine?), lebo ináč nedostane licenciu? Nedochoádza pri tejto legislatívnej praxi ku kolízii s článkom 56 Konsolidovaného znenia zmluvy o fungovaní Európskej únie (kto bude chcieť vysielat' celý program alebo časť programu bude mať dodatočné náklady na dabovanie a titulkovanie)?“

Faktom je, že článok 56 Konsolidovaného znenia zmluvy o fungovaní Európskej únie hovorí: „V rámci nasledujúcich ustanovení sú zakázané obmedzenia slobody poskytovať služby v Únii vo vzťahu k štátnym príslušníkom členských štátov, ktorí sa usadili v niektorom inom členskom štáte ako príjemca služieb.“

Európsky parlament a Rada môžu v súlade s riadnym legislatívnym postupom rozšíriť platnosť týchto ustanovení aj pre štátnych príslušníkov tretích štátov, ktorí poskytujú služby a sú usadení v rámci Únie."

Kersieneová na otázku odpovedala: „Máme niekoľko rozhlasových staníc, ktoré vysielajú svoj program v inom ako litovskom jazyku. Táto prax

však nie je vítaná. Programy sú určené iba pre menšiny žijúce v Litve alebo na hraniciach s Poľskom a Bieloruskom. Uskutočňuje sa to v duchu Zákona o poskytovaní informácií verejnosti. Existuje rozhlasový vysielateľ Znad Wilii, ktorý vysiela väčšinu programov v poľskom jazyku, ale časť aj v ruštine, bieloruštine a litovčine. Televíznych programov je menej a hoci sú výhradne venované menšinám, musia byť dabované alebo s titulkami. Nijaký vysielateľ sa nestožoval na porušovanie práv v tomto smere. Obávam sa, že Konsolidované znenie zmluvy o fungovaní Európskej únie neberie túto otázku do úvahy, žiaľ alebo našťastie.“

Prísne vzaté, toto ustanovenie by malo zabezpečiť rovnaké podmienky domácim aj zahraničným vysielateľom. Nazdávam sa však, že táto otázka nepatrí pod jurisdikciu Európskej únie, ale o tom až v závere.

Lotyšsko: Ina Porietevová, právny radca, Národná rada pre elektronické médiá (NEMCL): „Používanie jazyka vo vysielaní upravuje Zákon o masmédiách Lotyšskej republiky:

Článok 28 – Jazyk vo vysielaní a reklame

- (1) Každý vysielateľ používa jeden jazyk – jazyk vysielania, ak to tento zákon nestanovuje inak.
- (2) Časti vysielania, ktoré sú v iných jazykoch, sa musia preložiť do jazyku vysielania. Toto ustanovenie sa netýka časti vysielania v úradnom jazyku, vysielania výučby jazykov, interaktívneho priameho vysielania (keď sa spojenie medzi účastníkmi vysielania a prijímateľmi uskutočňuje v živom prenose, predstavení hudobných diel a medzištátnej spolupráce vo vysielaní počas živého prenosu.
- (3) Vysielateľ je povinný nahovoriť komentár k filmom, dabovať ich alebo titulkovať v úradnom jazyku. Dabing a hovorený komentár sa musí vysielat' paralelne s originálnou zvukovou stopou, rovnako aj titulkovanie – a to všetko musí byť v úradnom jazyku a v kvalite, ktorá zabezpečí účinné a dôsledné pochopenie textu originálneho jazyka. Filmy určené deťom sa musia dabovať alebo opatriť hovoreným komentárom v úradnom jazyku. Tieto ustanovenia sa nevzťahujú na retransmisiu a na také filmy, ktoré sa v súlade s vysielacím povolením a podmienkami činnosti relevantného elektronického masmédiá podliehajúceho Národnej rade pre elektronické masmédiá (NEMCL) prenášajú pre deti predškolského veku a prvého stupňa základnej školy (pre deti menších žijúcich v Lotyšsku), ďalej sa nevzťahujú na vysielateľov, ktorí využívajú satelitnú televíznu elektronickú komunikačnú sieť určenú pre iných prijímateľov ako sú obyvatelia Lotyšska. Hovorené komentáre k filmom môžu byť len v jednom jazyku s výnimkou originálnej zvukovej stopy.

- (4) *Televízne vysielanie v cudzích jazykoch, okrem živého vysielania, správ a vysielania jazykových kurzov, musí byť doplnené titulkami v lotyšskom jazyku. Táto podmienka sa netýka retransmisie, rovnako aj programov distribuovaných prostredníctvom satelitnej televíznej elektronickej komunikačnej siete, ktoré sú určené, v súlade s vysielacím povolením a podmienkami činnosti relevantného elektronického masmédiá podliehajúceho Národnej rade pre elektronické masmédiá (NEMCL), pre iných prijímateľov ako sú obyvatelia Lotyšska.*
- (5) *Ak verejnoprávne elektronické masmédiu produkuje a distribuuje televízne spravodajstvo v cudzom jazyku, je povinné zabezpečiť sumár relevantných správ v úradnom jazyku, a to vo forme rolovaného textu na dolnej lište obrazovky.*
- (6) *Reklama vo vysielaní musí byť v jazyku vysielania alebo v úradnom jazyku. Táto podmienka neplatí pre retransmisiu a aj pre programy distribuované prostredníctvom satelitnej televíznej elektronickej komunikačnej siete, ktoré sú, v súlade s vysielacím povolením a podmienkami činnosti relevantného elektronického masmédiá podliehajúceho Národnej rade pre elektronické masmédiá (NEMCL), určené pre iných prijímateľov ako sú obyvatelia Lotyšska.*
- (7) *Ak vláda príde k názoru, že na určitej časti územia štátu vznikne situácia, ktorá ohrozuje používanie úradného jazyka, alebo jeho používanie sa miňa účinku, vláda prijme opatrenia podporujúce používanie úradného jazyka na danom území.*

Článok 66 – Programy verejnoprávných elektronických masmédií

- (4) *Prvý program Lotyšského rozhlasu a Lotyšskej televízie je národným programom v lotyšskom jazyku. Druhý program Lotyšského rozhlasu a Lotyšskej televízie musí vysielat' v drvinej väčšine v úradnom jazyku. Časť ich vysielania sa môže rezervovať na vysielanie v iných jazykoch, vrátane filmov a divadelných predstavení s titulkami v úradnom jazyku."*

Právna úprava je podobná litovskej a možno povedať, že aj slovenskej. Netradičné (poznačené strachom o vlastný jazyk) je ustanovenie o tom, že štát môže zasiahnuť, ak by vznikla situácia ohrozujúca používanie úradného jazyka. Také niečo nenájde ani v litovskej, ani v slovenskej verzii. Keďže podmienky udeľovania licencií pre zahraničných záujemcov sú totožné s Litvou, aj v tomto prípade sa Kancelária Rady pre vysielanie a retransmisiu obrátila na Inu Porietevú s tou istou otázkou.

Jej odpoveď: „V Lotyšsku si zatiaľ nikto nestážoval na kolíziu ustanovení nášho masmediálneho zákona s článkom 56 Konsolidovaného znenia zmluvy o fungovaní Európskej únie. Ústavný súd Lotyšskej republiky v roku 2003 schválil zákonné ustanovenie, podľa ktorého vysielanie v cudzom jazyku nesmie presiahnuť 30 percent celkového vysielacieho času. Porušenie tohto ustanovenia sa pokladá za porušenie ústavy.“

Maďarsko: György Ocskó, medzinárodný právny poradca, Národný mediálny a informačno-komunikačný úrad (NMIA), Budapešť: „V Maďarsku nemáme zákonné ustanovenia upravujúce vysielací jazyk. V našom mediálnom zákone sú uvedené ustanovenia týkajúce sa maďarských diel.“ Maďarsko prijalo roku 2001 zákon o uverejňovaní hospodárskych reklám a obchodných nápisov, jednotlivých oznamov v maďarskom jazyku. Konštatuje sa v ňom, že maďarčina v súlade s myslením Maďarov bola a dodnes je schopná zabudovať vonkajšie vplyvy do systému jazyka. „Náš jazyk je verným zrkadlom historickej cesty maďarského národa, počnúc určujúcou úlohou latinského jazyka predstavujúceho spoločný zdroj európskej stredovekej kultúry až po reformu v 19. storočí zameranú na vedomé formovanie maďarského jazyka až do dnešných dní. Ochrana maďarského jazyka je vo verejnom záujme, vyžaduje si diferencovanú pozornosť spoločnosti, verejného života, najmä hospodárskych, politických a kultúrnych orgánov.“ Dodržiavanie zákona kontroluje príslušný štátny dozor.

Zákon je ozaj iba o reklame a verejných oznamoch. Maďarsko pozná aj zákon o právach národnostných a etnických menšín č. 77/1993, ten však obchádza hospodárske reklamy a nápisy v menšinových jazykoch. Zákon č. 1 z roku 1996 o rozhlasovom a televíznom vysielaní vôbec nehovorí o jazyku, a to z jednoduchého dôvodu – s iným vysielacím jazykom ako maďarským ani neráta, pravda, až na vysielateľa verejnej služby, ktorý má vo všeobecnej rovine zadefinovanú povinnosť vysielat' pre národnostné menšiny.

Nemecko: Katrin Heyeckhausová, referentka pre právo a Európu, Mediálny ústav Berlín: „V Nemecku neexistujú nijaké pravidlá, ktoré by ukladali povinnosť vysielat' v nemeckom alebo nejakom inom jazyku. Naopak, ustanovenia týkajúce sa vysielacích kvót v určitom jazyku by sa mohli pokladať za porušenie ústavnej slobody vysielania. Ani pokiaľ ide o verejnoprávne vysielanie, nejestvuje nijaké explicitné ustanovenie zaoberajúce sa plným alebo čiastočným vysielaním v nemeckom jazyku. Na druhej strane z ústavnej povinnosti zabezpečiť základné služby každému občanovi vyplýva všeobecná požiadavka realizovať väčšinové vysielanie v nemčine.“

Nemčina sa správa ako prirodzený živý organizmus, vydobyla si pozíciu svetového jazyka, nepotrebuje ochranu, ani právne záruky, ktoré by jej dodávali istotu. V germanofónnom svete nikomu ani nenapadne, aby sa ju

usiloval vytlačiť, resp. nahradiť iným jazykom. V Nemecku či v Rakúsku by si sotva vedeli predstaviť iný úradný a vysielací jazyk ako je nemčina. Prirodzenosť sa tu chápe ako povinnosť, akékoľvek zákonné úpravy súvisiace s materinskou rečou preto pokladajú za zbytočné a obmedzujúce.

Nórsko: Erik Langebeck, právny poradca, Masmediálny úrad Oslo (MMA): V Nórsku existujú štyria hlavní vysielatelia. Národná vysielateľská spoločnosť (NRK) je verejnoprávnym vysielateľom, vlastní ju štát, financovaná je prostredníctvom koncesionárskych poplatkov, programovo je nezávislá. Spolu s komerčnou TV2 pokrýva takmer 100 percent nórskeho obyvateľstva. NRK je povinná vysielateľ najmenej 25 percent pôvodných programov v dvoch úradných jazykoch – bokmål /v preklade knižný jazyk/ a nynorsk /v preklade nová nórcina/. (Nórsky jazyk nie je iba jeden, veľká väčšina obyvateľov v Nórsku hovorí formou bokmål, ktorá je vlastne ponórcenou dánčinou, používa ju zhruba 85 percent obyvateľstva. Druhou formou je nynorsk, jazyk vzniknutý z dialektu najmä vďaka pôsobeniu nórskeho osvietenstva. Oba nórske jazyky sú úplne rovnoprávne, deti sa v škole učia obidva.) Sámsky jazyk (patrí medzi ugrofínske jazyky, pôvodne ním hovorili Laponci, dnes menšinový jazyk používaný na severe Nórska) musí byť takisto zastúpený v rozhlasovom a televíznom vysielaní NRK. Rozsah zákon nestanovuje. Komerčná TV2 (s určitými povinnosťami vo vzťahu k verejnej službe) musí takisto používať oba úradné jazyky, pre ňu však neplatí 25 - percentné kvórum. Vo vzťahu k sámskemu jazyku ju neviažu nijaké povinnosti.“

Norma určujúca verejnoprávnemu vysielateľovi vysielateľ najmenej 25 percent pôvodných programov osciluje na úrovni zaužívej slovenskej praxe. Produkcia v dvoch formách nórciny je však náročná na čas, profesionalitu a predovšetkým na finančné prostriedky. Na druhej strane to obohacuje umeleckú tvorbu a rozvíja myslenie ľudí. Komerční vysielatelia nie sú v tomto smere nejako zvlášť zvýhodnení.

Poľsko: Halina Rosteková, zástupkyňa riaditeľa, Národná rada pre vysielanie: „V Poľsku neexistuje špecifická povinnosť vysielateľov vysielateľ iba v poľskom jazyku. Máme síce jazykový zákon, ale ten nepokrýva médiá. V praxi všetky poľské médiá vysielajú v poľštine a inojazyčný text sa niekedy označuje titulkami. Zaujímali by nás ustanovenia vo vašich zákonoch, ktoré sa týkajú tejto otázky.“

Poľská úprava je voľnejšia ako u nás. Zákon o poľskom jazyku zo 7. októbra 1999 je podobný nášmu. Vysielanie v elektronických médiách rešpektuje zákon o národnostných menšinách a etnických skupinách z roku 2005 asi v tom rozsahu ako na Slovensku.

Španielsko: Soledat Balaguer, kabinet predsedníctva Katalánskej audiovizuálnej rady v Barcelone: „V Španielsku máme päť úradných jazykov – popri hlavnom – španielčine (kastíľčine), sú to ešte baskitčina, galícijčina, katalánčina a arančina. Vo východnej časti Španielska, v Katalánsku sa v súčasnosti riadime dvoma zákonmi, ktoré regulujú vysielanie v katalánskom a aranézskom jazyku – Zákon 1/1998 zo 7. januára a Zákon 22/2005 z 29. decembra o vysielaní v Katalánsku. Zákon 1/1998, články 25 a 26 ustanovujú kvóty, ktoré musia naplniť verejnoprávni aj komerční vysielatelia. Zákon o vysielaní v Katalánsku, v článku 86 upravuje povinnosti vysielateľov týkajúce sa katalánskeho a aranézskeho jazyka, ale aj otázky týkajúce sa ich kultúr. Povinnosti a normy obsiahnuté v obidvoch zákonoch sú ďalej rozpracované v Generálnej inštrukcii o používaní katalánskeho a aranézskeho jazyka v audiovizuálnych médiách. Verejnoprávni vysielatelia na území Katalánska sú povinní vyselať svoje programy v katalánčine a na teritóriu Val d’Aran v aranézskom jazyku. Vo výnimočných prípadoch sa môže brať do úvahy cieľová skupina recipientov v inom jazyku ako katalánskom a aranézskom, prirodzene, v súlade s kritériami ustanovenými Katalánskou vysielacou radou a v rámci ustanovení jazykovej legislatívy. Komerční rozhlasoví vysielatelia sú povinní vyselať najmenej 50 percent svojich programov v katalánčine, v hudobných žánroch musia dbať na primerané zastúpenie katalánskych umelcov a najmenej 25 percent odvysielaných skladieb musí byť v katalánskom alebo aranézskom jazyku. Komerční televízni vysielatelia sú povinní odvyselať najmenej 50 percent vlastných programov v katalánskom alebo aranézskom jazyku, v hudobnom vysielaní sú povinní dbať na primerané zastúpenie katalánskych umelcov a najmenej 25 percent hudobnej produkcie musí byť v katalánskom alebo v aranézskom jazyku. Spomínaná Inštrukcia poskytuje možnosť komerčným vysielateľom, ktorých programová štruktúra sa viac ako 75 percentami orientuje na hudbu, požiadať o výnimku z ustanovenia o 25 percentnom kvóre.“

Katalánčina a arančina majú v Španielsku osobitné postavenie, možno povedať, že takmer také silné ako štátny jazyk v SR. Pri verejnoprávných vysielateľoch nie sú v podstate nijaké rozdiely, komerční vysielatelia sa nemusia až natoľko riadiť jazykovou právnou normou. Nepochybne to vyplýva z toho, že Katalánci nemajú vlastný štát a vzhľadom na významný status tohto národa v Španielskom kráľovstve si svoje jazykové práva vydobyli prirodzenou cestou. Rovnakým právam sa z hľadiska rovnosti teší aj arančina (Dinka, 2012).

Ak by sme sa chceli pokusiť zosumarizovať vyššie uvedené, najprísnejšie právne normy súvisiace s jazykovou reguláciou majú Arménsko, Bosna a Hercegovina Francúzsko, Litva a Lotyšsko; miernejšie Belgicko, Čierna

Hora, Izrael, Katalánsko a Slovensko; značne voľné, otvárajúce vysielateľom dvere, zase Dánsko, Holandsko, Írsko, Nemecko, Nórsko, Poľsko; neutrálne sú vo Fínsku a Maďarsku.

Aké sú teda perspektívy ochrany mediálneho publika a spisovnej slovenčiny? Čo je nutné zmeniť v masmediálnej praxi? Naše odporúčania možno formulovať takto:

1. Podmieniť prijatie nového pracovníka masmédií prijímacím pohovorom zo slovenského jazyka. Overiť si jeho jazykové zručnosti, predovšetkým ortografické a ortofonické.
2. Neustále zvyšovať (udržiavať) jazykovú pripravenosť pracovníkov masmédií pravidelnými hodinami, kurzami slovenského jazyka a vystupovaním pred kamerou/mikrofónom. Nutné sú jazykové tréningy a neskôr i previerky. To treba upraviť konkrétnym záväzným predpisom, inak sa jazyková kultúra v médiách nikdy nezlepší.
3. Médium, inštitúcia, zamestnávateľ by mal hodnotiť (i finančne) jazykový prejav redaktorov a moderátorov z hľadiska dodržiavania spisovnej normy slovenského jazyka.

Treba si uvedomiť, pripomenúť, že médiá sú dnes skutočnou učebnicou materinského jazyka. Ak je čítanie kníh ortografickou a lexikálnou učebnicou slovenčiny, potom médiá majú podobný status, no ten je ešte doplnený o fonetickú zložku. A denne vplýva na všetky vrstvy obyvateľstva. O to je zodpovednosť elektronických médií voči obyvateľstvu väčšia.

Literatúra a zdroje:

DINKA, P.: Jazyk a elektronické médiá. Dostupné: <http://noveslovo.sk/node/54852>

MISLOVIČOVÁ, S.: *Je stav jazykovej kultúry na začiatku nového tisícročia skutočne v katastrofálnom stave?* In: Jazyková kultúra na Slovensku na začiatku tretieho tisícročia. Bratislava: VEDA, 2009. 69-70s. ISBN 978-80-224-1052-6.

MISTRÍK, M.: *Masmédiá. Elektronické masmédiá.* In: Kolokvium 1-2. Trnava: FMKUCM v Trnave, 2004. 15-24s. ISBN 80-89034-73-X.

POVAŽAJ, M.: *Jazyková kultúra na Slovensku na začiatku tretieho tisícročia.* In: Jazyková kultúra na Slovensku na začiatku tretieho tisícročia. Bratislava: VEDA, 2009. 10-15s. ISBN 978-80-224-1052-6.

RUŽIČKA, J.: *Problémy jazykovej kultúry.* In: Kultúra spisovnej slovenčiny. Red. J. Ružička. Bratislava, Vydavateľstvo SAV 1967, s. 9—22.

Zákon NR SR č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov.

Správa o stave vysielania v Slovenskej republike a o činnosti Rady pre vysielanie a retransmisiu za rok 2011.

Kontaktné údaje:

PaedDr. Andrej Habiňák, PhD.

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Nám. J. Herdu 2

917 01 Trnava

andrej.habinak@ucm.sk

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

KRÁTKY POHĽAD NA SOCIÁLNE MÉDIÁ – OD ZÁVISLOSTI K DETOXU

Social Media Short – from Addiction to Detox

Katarína Haluzová

Abstrakt: Príspevok sa snaží, na pozadí príslovia – dobrý sluha, ale zlý pán, reflektovať sociálne médiá. Načrtáva dve aktuálne tendencie, ktoré sa čoraz viac spájajú s danými médiami, a to závislosť a detoxikáciu.

Kľúčové slová: sociálne médiá, závislosť na sociálnych médiách, detoxikácia od sociálnych médií

Abstract: The paper tries to reflect the social media, in the background proverb – a good servant but a bad master. It presents two current tendencies in given media – social media addiction and detox.

Key words: social media, social media addiction, social media detox

Úvod

Sociálne médiá a veci s nimi súvisiace majú čoraz väčší vplyv na náš život. Jedným z prejavov je skutočnosť, že mnoho ľudí žije najmä v on-line svete. Žije prostredníctvom rôznych platforiem sociálnych médií. Tí, ktorí sú pohltení silou týchto médií, stoja pred rozcestníkom a majú na výber dve cesty. Buď „služobníckovú“. Stačí jedno kliknutie a vydajú sa po ceste k závislosti na sociálnych médiách. Alebo vymaňujúcu, pretože rovnako stačí jedno kliknutie a sú bližšie k detoxikácii od sociálnych médií. Cieľom príspevku je pokúsiť sa podať krátky obraz o dvoch aktuálnych, ale protichodných „trendoch“, ktoré súvisia so sociálnymi médiami.

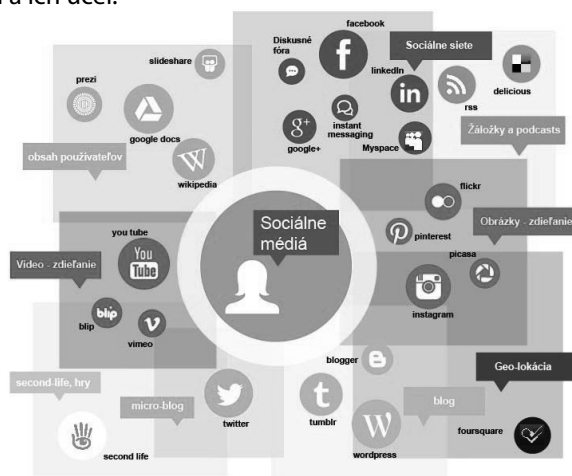
Sociálne médiá

Sociálne médiá sú médiá sociálnej interakcie v on-line prostredí. Túto tézu prehlbujú Saffo a Brake (2009, s. 6) vo svojej publikácii – The Social Media Bible. Konštatujú, že: „sociálne médiá zahrňujú aktivity, postupy a správanie ľudí v komunitách, ktorí sa stretávajú on-line, aby šírili informácie, vedomosti a názory prostredníctvom konverzačných médií. Konverzačné

mediá sú webové aplikácie, ktoré umožňujú vytvárať a jednoducho sprostredkovať obsah v podobe slov, obrazov, videí a audia“. Typológia sociálnych médií je vcelku zložitá a dynamická. Je obťažne ich klasifikovať do určitých typov. Pretože neustály vývoj nových a modifikácia starých sociálnych médií, nepodporuje konzistentnosť v klasifikácii týchto médií. Je bežné, že niektoré služby využívali princípy z niekoľkých druhov sociálnych médií, čím sa narúša už tak nestála klasifikačná schéma. Sociálne média zahŕňajú široké spektrum komunikačných a tvorivých nástrojov. Na druhú stranu je vcelku možné zdefinovať primárny účel, resp. charakter daného typu média, vďaka čomu je možné prezentovať ich rôznorodosť. Do skupiny sociálnych médií patria:

- sociálne siete, B2B sociálne siete,
- blogy, micro-blogy,
- diskusné skupiny a fóra,
- geo-lokačné systémy,
- webové nástroje na publikovanie obsahu vytvoreného používateľmi,
- wiki nástroje,
- sociálne záložkovacie systémy,
- podcasty,
- nástroje na zdieľanie multimédií, fotografií, hudby,
- virtuálne svety apod. (Solis 2013).

Na obr. č. 1 je vizuálny prehľad najbežnejších typov platforiem sociálnych médií a ich účel.



Obr. 1: Mapa sociálnych médií

Sociálne médiá – dobrý sluha

V tom, čo sociálne médiá prinášajú používateľom, je skrytá hodnota, ale hlavne motivácia na ich využívanie. Dosvedčujú to aj nespočetné aktivity vykonané v rámci týchto médií. Čísla, v akých ľudia po celom svete využívajú sociálne médiá sú obrovské. Približne v priebehu 60 sekúnd je poslaných 2,5 milióna nových statusov, správ a komentárov na facebook, 278 tisíc „tweetov“ a 204 miliónov e-mailov. Ďalej je zhruba 1,8 miliónkrát použité „páči sa mi“, resp. tlačidlo „like“ na facebooku, Rovnako sa uskutoční asi 11 tisíc biznis vyhľadávaní na LinkedIn. Načíta sa (uploadne sa) približne 210 tisíc fotografií na Instagram, 72 hodín videa na You Tube a pod. (Grimes 2013). Tieto údaje dokresľujú obraz o tom, že dnešná spoločnosť a komunikácia v nej je postavená do veľkej miery práve na sociálnych médiách. Benefity sociálnych médií pre používateľov vyplývajú zo základných znakov týchto médií. K hlavným zámerom patrí snaha poskytnúť priestor:

- **na komunikovanie, interaktivitu a konverzáciu.** Komunikácia v sociálnych médiách je postavená na princípe, že každý používateľ môže byť príjemcom aj producentom informácie. Z hľadiska komunikačného modelu ide o peer to peer komunikáciu. Tým sa len potvrdzuje, že sociálne médiá treba chápať ako konverzačné médiá, teda nástroje na „obojsmerný“, príp. „mnohostranný“ rozhovor.
- **na tvorbu obsahu.** Sociálne médiá umožňujú svojim používateľom vytvárať obsah (napr. komentáre, príspevky do blogu a pod.), ale aj ho meniť, opravovať, dopĺňať (napr. obsah v systéme wiki).
- **na „zdieľanie“¹** – sociálne médiá umožňujú používateľom deliť sa o akýkoľvek typ informácií (textových, obrazových, vizuálnych, audiálnych, audiovizuálnych), a to na základe preposielania dokončených informačných obsahov, alebo hyperliniek na dané informačné obsahy medzi jednotlivými užívateľmi, alebo sociálnymi médiami.
- **na hodnotenie informácií samotnými používateľmi.** Hodnotenie pomáha používateľom sociálnych médií orientovať sa v kvalite obsahu média, prípadne utvrdiť alebo vyvrátiť názor na nejakú tému.
- **pre „kolektívnu múdrosť“.** Sociálne médiá podporujú a udržiavajú u svojich používateľov určitú mieru stálej informovanosti. Tú budujú spoluúčasťou – záujmom prispievať a vyjadrovať svoj názor v daných médiách, ale aj hodnotením informácií.

1 Uvedomujeme si nesprávnosť termínu „zdieľanie“. Ide však o zaužívaný pojem v danej problematike.

- **pre „sociálny kapitál“.** Sociálne médiá umožňujú prepájať ľudí, budovať vzťahy, vytvárať komunity, čo vedie k rýchlejšej a efektívnej komunikácii.
- **pre prepojenosť.** Keďže väčšina sociálnych médií obsahuje odkazy na ďalšie stránky, zdroje a osoby.
- **ktorý nebude viazaný časom, priestorom, dostupnosťou alebo prístupom.** Sociálne médiá sú otvorené k prístupu pre všetkých a sú vďaka internetu dostupné 24/7 (Bewley 2008; Mayfield 2008).

Sociálne médiá – zlý pán

Z výskumov, ktoré sa realizovali v oblasti sociálnych médií vyplýva, že aktivity na internete/ aktivity v sociálnych médiách patria medzi jeden z častých spôsobov, ako trávia ľudia svoj čas. Nebolo by na tom nič zlé, keby čas, ktorý ľudia strávia pri týchto médiách nepresahoval rozumnú mieru. V súvislosti s uvedeným sa naskytá otázka, či argumenty o popularite, atraktivite a najmä úžitku sociálnych médií, nezakrývajú určitý novodobý problém, ktorý sa môže dotýkať každého používateľa sociálnych médií. Existenciu určitého rizika závislosti na sociálnych médiách.

Infografiky *How people spend their time online* (2012) a *Is social media bad for your health?* (2014) zobrazujú internetovú realitu poslednej doby za posledné dva roky. Vychádzajú zo štúdií, ktoré realizovali výskumné centrá, ako napr. Pew Research Center, Nielsen a pod. v spolupráci s internetovými portálmi, napr. so SocialNewsDaily, Mashable, Huffington post. Uvádza sa v nich napr. koľko času ľudia priemerne trávia na internete. Akými aktivitami si vyplňajú tento čas. Ako sociálne médiá ovplyvňujú mentálne dispozície človeka a iné. Z infografík vyplývajú nasledujúce skutočnosti, a to:

- približne 30 % zo svetovej populácie ľudí môžeme zaradiť do on-line populácie,
- používatelia internetu trávia priemerne 16 hodín mesačne on-line a z toho 23 hodín týždenne sú pripojení na sociálne médiá (čo je cca 14 % celkového týždenného času),
- priemerný užívateľ internetu trávi okolo:
 - 22 % svojho času na sociálnych sieťach,
 - 21 % svojho času vyhľadávaním,
 - 20 % svojho času čítaním rôzneho obsahu,
 - 19 % svojho času venuje e-mailom a on-line komunikácii
 - a 5% svojho času strávi on-line nakupovaním (všetky menované činnosti sa spájajú so sociálnymi médiami),

- 38 % používateľov kontroluje svoje kontá na sociálnych médiách ihneď po zobudení (ešte v posteli),
- 67 % používateľov sa obáva, že prídu o „niečo“, ak nebude neustále pripojení na sociálne médiá (How people... 2012; Is social media... 2014).

Práve fakty o čase trávenom na sociálnych médiách a rovnako správanie ľudí, ktorí až nadmerne využívajú sociálne médiá začali vyvolávať diskusiu o závislosti na sociálnych médiách, resp. od aktivít, ktoré sociálne médiá umožňujú.

Závislosť na sociálnych médiách môžeme charakterizovať, ako kompulzívne navštevovanie a realizovanie sa na sociálnych médiách, ktoré môže interferovať dôležité súčasti života človeka (prácu, osobný život, zdravie a pod.) (Walker c2014). Ľudia môžu byť ohrození závislosťou na sociálnych médiách, ak:

- trávajú nadmerné množstvo času premýšľaním o sociálnych médiách z hľadiska ich osobného použitia,
- majú nutkavý pocit (a ten má tendenciu narastať), že musia používať sociálne médiá v akejkoľvek situácii,
- sú nervózni, popudliví, pretože nemôžu, prípadne majú zakázané používať sociálne médiá,
- sa už neúspešne pokúsili znížiť používanie sociálnych médií (Anderssen et al. 2012).

Na otázku, prečo sa pri práci so sociálnymi médiami ľuďom navodzujú podobné pocity, ako pri užívaní alkoholu alebo drog, odpovedá štúdia Harvardskej univerzity (Matsalla 2013; Walker c2014; Meshi, Morawetz a Heekeren 2013). Spoločným znakom všetkých závislostí, teda aj závislosti na sociálnych médiách, sú rýchlo a jednoducho získané príjemné pocity. Tie súvisia s časťou mozgu, označovanou ako Nucleus accumbens, ktorá zohráva dôležitú úlohu pri procesoch odmeňovania, potešenia, závislosti, strachu a pod.

Detox

Diskutuje sa nielen o závislosti na sociálnych médiách, ale aj o otázke ochrany pred týmto stavom. Jednou z možností, ako znížiť závislosť na sociálnych médiách je prevencia, ktorá má podobu tzv. digitálneho detoxu. Ten vymedzujeme ako určitý spôsob očisty. Ide o dobu, počas ktorej sa osoby vyhýbajú používaniu elektronických zariadení (počítač, tablet, smartphone) na pripojenie k internetu, k sociálnym médiám (Digital detox c2014).

Digitálny detox môže mať podobu úplného „odstrihnutia“ od sociálnych médií, čo je však v súvislosti s dnešným e-vekom priam nemožné. Uvažujme skôr o jeho miernejšej podobe. S digitálnym detoxom môžu značne pomôcť špeciálne navrhnuté aplikácie. Ich funkcie sú navrhnuté tak, aby upozorňovali používateľov na čas strávený na sociálnych médiách, prípadne blokovali prístup na sociálne médiá, eventuálne vypli elektronické zariadenia na určitú čas.

Ide napr. o aplikácie ako **Digital Detox** (obrázok č. 2) alebo **Pause** (obrázok č. 3)², ktorých cieľom je pomôcť používateľom znížiť závislosť na sociálnych médiách. V kontexte závislosti sa v správaní používateľov prejavuje jedna charakteristická črta, a to „trvalo čiastočná pozornosť“ (Stone [s.d.]) voči sociálnym médiám. Práve tento zlozvyk sa snažia potlačiť, príp. odstrániť spomínané aplikácie.

Aplikácia Digital Detox jednoducho „vypne“ zariadenie na čas, ktorý si určí používateľ. Ak používateľ túto aplikáciu použije, tento stav sa dá len ťažko zvrátiť, musí vypršať doba, na ktorú bol digitálny detox nastavený. Počas detoxu napr. pri mobilnom telefóne bude fungovať len núdzové volanie, ostatné funkcie budú neaktívne (Digital Detox [s.d.]).

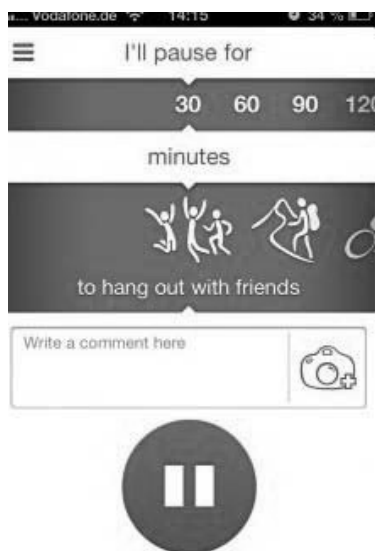
2 Obe sú prístupné pre zariadenia s operačným systémom Android, aplikácia Pause funguje aj s Apple.



Obr. 2: Aplikácia Digital Detox

Zdroj: Digital Detox: Take over your headspace [cit. 28. 3. 2014]. Dostupné na: <https://tirl.org/software/digitaldetox/>

Podobne je navrhnutá aj aplikácia Pause. V tomto prípade sa zariadenie po spustení „pauzy“, prepne do režimu lietadlo. Čo znamená, že sa vypnú všetky prostriedky bezdrôtovej komunikácie na zariadení spolu s GSM sieťou. Prednosťou tejto aplikácie je možnosť sledovať svoj progres v čase strávenom mimo sieť a navyše ho porovnávať so svojimi priateľmi (Pause [s.d.]).



Obr. 3: Aplikácia Pause

Zdroj: Pause. Pause the digital. Start the real [cit. 28. 3. 2014]. Dostupné na: <http://www.pause-app.com/>

Aplikácie pre digitálny detox pripomínajú používateľom, že čas sa dá tráviť aj inak ako na sociálnych médiách. Čím daný aplikačný trend „spúšťa“ revolúciu, ktorá je zameraná na opätovné objavenie sociálnej interakcie vo fyzickom svete.

Záver

Daný príspevok sa snaží upriamiť pozornosť na dva súčasné trendy, ktoré sa stávajú čoraz viac diskutovanou témou. V kontexte týchto trendov je však dôležité podotknúť, že oba trendy závisia v prvom rade od samotného používateľa, a od toho ako sa k nim postaví. Či otázku závislosti bude považovať za bezpredmetnú a bude sa ochraňovať falošným pocitom dôvery. Alebo predsa len považuje o jeho miere zahltenia sociálnymi médiami, a pokúsi sa o prevenciu.

Príspevok bol vypracovaný v rámci riešenia grantovej úlohy KEGA 133UK-4/2013 MIKS - Mediálne a informačné kompetencie pre znalostnú spoločnosť.

Literatúra a zdroje:

- ANDREASSEN, C. et al., 2012. Development of a Facebook addiction scale. In: *Psychological Reports* [online]. 2012, 110(2), 501-517 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://www.amsciepub.com/doi/abs/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Digital Detox* [online]. Oxford Dictionaries, c2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/digital-detox>
- How people spend their times online* [online]. 2012 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://www.go-gulf.ae/blog/online-time/>
- Is social media bad for your health?* [online]. 2014 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://www.fix.com/blog/is-social-media-bad-for-your-health-infographic/>
- Pause* [online]. [s.d.] [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://www.pause-app.com/>
- BEWLEY, P. 2008. *Social Media and the distinction from industrial media* [online]. 2008 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://www.jpatrickbewley.com/2008/11/social-media-and-distinction-from.html>
- GRIMES, T. 2013. *What happens online in 60 seconds?* [online]. Socialmedia Today, 2013 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://socialmediatoday.com/timgrimes/1619306/what-happens-online-60-seconds-infographic>
- MATSALLA, B. 2013. *Social media addiction* [online]. Guardian Liberty Voice, 2013 [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://guardianlv.com/2013/12/social-media-addiction/>
- MAYFIELD, A. 2008. *What is social media?* [online]. [S.l.]: ICrossing, 2008 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf
- MESHI, D., MORAWETZ, C. a H. Heekeren, 2013. *Nucleus accumbens response to gains in reputation for the self relative to gains for others predicts social media use*. In: *Human Neuroscience* [online]. 2013, 7, 439 [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3757324/>
- SAFKO, L. a D. K. BRAKE. 2009. *The social media bible*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2009. ISBN 978-0-470-41155-1.
- SOLIS, B. 2013. *The 2013 Social Media Landscape* [online]. BrianSolis, 2013 [cit. 2014-03-27]. Dostupné na: <http://www.briansolis.com/2013/07/the-2013-social-media-landscape-infographic/#>

STONE, L. [s.d.]. *Continuous Partial Attention* [online]. Linda Stone [s.d.] [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://lindastone.net/qa/continuous-partial-attention/>

WALKER, L. c2014. *What is social networking addiction?* [online]. About.com, c2014 [cit. 2014-03-28]. Dostupné na: <http://personalweb.about.com/od/socialmediaaddiction/a/Social-Networking-Addiction.htm>

Kontaktné údaje:

Mgr. Katarína Haluzová

Filozofická fakulta

Univerzita Komenského v Bratislave

Gondova 2

814 99 Bratislava

haluzova2@uniba.sk; haluzova.katka@gmail.com

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

MEDIÁLNE KOMPETENCIE RODIČOV. TEORETICKÝ NÁČRT PROBLEMATIKY MERANIA ÚROVNE MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI DOSPELEJ POPULÁCIE

Media Competencies of Parents. Theoretical Concept
of Measuring Media Literacy of Adult Population

Pavel Izrael

Abstrakt: Problematika mediálnej gramotnosti je jednou z dôležitých oblastí, ktoré reflektuje výskum, vzdelávanie i politika. V rámci mediálnej gramotnosti sa ako naliehavá ukazuje potreba vytvorenia nástrojov na meranie jej úrovne. Vzhľadom na širokospektrálnosť problematiky je však pri vývoji nástroja na meranie gramotnosti nutné definovať oblasti kompetencií, jednotlivé kompetencie kategorizovať a špecifikovať ich obsah, berúc do úvahy cieľovú skupinu populácie a tiež druh média. Špecifickú skupinu predstavujú rodičia, ktorí by okrem individuálnych kompetencií mali disponovať nadstavbovými kompetenciami vedúcimi k odovzdávaniu individuálnych kompetencií. Autor v predloženom texte načrtáva problematiku mediálnej gramotnosti rodičov a predkladá rámec merania nadstavbových kompetencií rodičov spolu s návrhom niekoľkých konkrétnych otázok použiteľných v prípadnom dotazníku.

Kľúčové slová: Mediálna gramotnosť, mediálna výchova v rodine, rodičia, rodičovská televízia, médiá

Abstract: Media literacy is one of the issues being reflected in research, education and policy making. Within the realm of media literacy, it seems urgent to develop tools for measuring the level of media literacy. Given to complexity of the issue, it is necessary to define areas of competencies, categorize them and specify their content while taking into consideration a target group and a media type. A specific sub-group of adult population, is parents, who in addition to individual competencies should master follow-up competencies aimed at children in order to develop their individual competencies. The author deals with the issue of media literacy of parents and propose a framework for measuring the aforementioned follow-up

competencies with a group of questions that might be used in a questionnaire for measuring media literacy.

Úvod

Civilizačný progres ľudstva je neoddeliteľne spojený so schopnosťou človeka učiť sa, či už na základe vlastnej skúsenosti alebo sprostredkovanne, a schopnosťou objavovať niečo nové v závislosti od špecifik konkrétnej doby. S určitou mierou zovšeobecnenia možno tvrdiť, že tieto dve schopnosti sú previazané so schopnosťou porozumieť obsahom komunikovaným na interpersonálnej aj kolektívnej úrovni na jednej strane, a schopnosťou takéto obsahy tvoriť na strane druhej. Na základnej úrovni ide o porozumenie jazykovému kódu (v zmysle abecedy) a jeho zvládnutie, čo sa následne prejaví v zručnostiach ako čítanie, písanie a porozumenie. V takomto prípade hovoríme o základnej gramotnosti, ktorá v mnohých národoch významne rástla počas obdobia renesancie, humanizmu a priemyselnej revolúcie. Predstavitelia štátov a inteligencia si postupne uvedomili, že gramotnosť umožňuje jednotlivcom plnšie realizovať ich osobný potenciál, čo následne prispieva k rozvoju celej spoločnosti. Hoci stále existujú krajiny, v ktorých z dôvodu ekonomických a politických prekážok je stále vysoký počet negramotných obyvateľov, napr. Čad 65 %, Gambia 48 %, Guatemala 24 %, ¹ vo väčšine krajín je buď úroveň gramotnosti vysoká alebo má rastúcu tendenciu. V dnešnej dobe sa však už nehovorí len o základnej gramotnosti, ale v súvislosti s rozvojom komunikačných technológií sa v posledných desaťročiach spomína mediálna gramotnosť.

1 Mediálna gramotnosť ako odpoveď na vývin spoločnosti

Rozvoj základnej gramotnosti v mnohom súvisel s vývojom písma a rozšírením knižnice, čo následne prinieslo rozmach vo vede, kultúre a priemysle. Objavenie sa elektronických médií (telefón, film, rozhlas, televízia) a následne digitálnych médií a Internetu viedlo k rozvoju audiovizuálnej a následne digitálnej gramotnosti ako predpokladu lepšej adaptácie sa zmenenému komunikačnému prostrediu. Medzi viditeľné zmeny v spoločnosti súvisiace s etablovaním týchto médií patrí napr. silná komercializácia, ktorá so sebou nesie to, že z príjemateľa mediálnych obsahov sa stáva zákazník/konzument. Ďalším javom je globalizácia informácií, ich široká

1 Ide o údaje z roku 2011 zverejnené na stránke CIA v sekcii faktov o svete. Dostupné online: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2103.html>

dostupnosť a bezprecedentné prostriedky na ich transfer, čo môže prispieť k rozvoju vedomostnej spoločnosti. Na druhej strane, negatívnym následkom týchto javov je informačná saturácia, keď je jednotlivec zahltený informáciami až do takej miery, že pri nedôslednej selekcii nie je schopný z nich vyťažiť potrebné benefity a nie je schopný informácie transformovať na vedomosti. Svedčia o tom aj výsledky hodnotenia organizácie OBSE v rámci PISA hodnotenia, keď za posledných 12 rokov sa v prípade mnohých vyspelých krajín, ako napr. Kanada, Fínsko, Švédsko prejavilo zhoršenie čitateľských kompetencií.² Za povšimnutie stojí práve skutočnosť, že vzorku tvoria adolescenti vo veku 15 rokov, čo pokrýva generácie mladých ľudí narodených od roku 1985, teda spadajúcich do obdobia tzv. digitálnej revolúcie. Hoci na vytvorenie relevantného záveru o súvisi medzi čitateľskou gramotnosťou a informáciami (v zmysle dostupnosti či jednoduchého a rýchleho šírenia) by bola potrebná podrobná analýza, existujú náznaky, že informačný boom nemusí automaticky viesť k vzdelanostnej spoločnosti. Čo sa však ukazuje ako nevyhnutne potrebné, je rozšírenie palety kompetencií aj následný rozvoj kompetencií jednotlivcov, aby boli schopní efektívne identifikovať potenciál ukrytý v dostupných informáciách a aby ho vedeli funkčne a efektívne využiť pre vlastný osobnostný rast, rozvoj najbližšej komunity i celej spoločnosti.

Hoci digitálna éra stále trvá, z pohľadu gramotnosti sa v súčasnosti namiesto spojenia s atribútom digitálna využíva všeobecnejší pojem mediálna gramotnosť, ktorý v sebe reflektuje proces konvergencie médií, ktorý napomohol zmenu paradigmy vnímania publika médií smerom od relatívne pasívneho prijímateľa mediálnych obsahov k ich tvorcovi. Aj keď aspekt tvorby je prítomný v koncepte základnej gramotnosti, v súvislosti s médiami sa koncept prijímateľa – tvorcu objavuje až s príchodom WEBu 2.0. Unikátnosť nových médií vidí Pier Cesare Rivoltella v aspektoch ako a) multimedialita príjmu, multimodalita produkcie; b) prenosnosť a prepojitelnosť, ktoré zvyšujú autonómnosť používateľov a uľahčujú multitasking.³ Jednotlivec sa zrazu ocitá v prostredí „popretkávanom“ médiami a jeho efektívne zapojenie sa do chodu spoločnosti je vo veľkej miere podmienené existenciou aspoň základnej schopnosti používať dostupné médiá.

2 OBSE. [online]. Reading Proficiency: PISA 2012. [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://www.oecd.org/statistics/>

3 PIER CESARE RIVOLTELLA. *Screen Generation. Gli adolescenti e le prospettive dell'educazione nell'età dei media digitali*. Milano, Vita en pensiero, 2006. Cit. Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/study.pdf>

Koncept mediálnej gramotnosti si nemožno predstaviť ako niečo nemenné, ale skôr ako dynamickú štruktúru reflektujúcu kontinuitu a dynamizmy vedeckého výskumu, rozvoja spoločnosti a médií. Teoretická a praktická koncepcia mediálnej gramotnosti je čiastočne determinovaná mediálnou výchovou, pre ktorú predstavuje edukačný cieľ korelujúci so zmenami v komunikačných technológiách. Je však potrebné uviesť, že sama mediálna výchova prešla určitým vývinom. Potter spomína tri doterajšie paradigmy v mediálnej výchove a aktuálne pridáva štvrtú. Prvá paradigma spočívala v prístupe k médiám ako hrozbe, pred ktorou je potrebné sa chrániť – zvlášť to platí v prípade detí. Takto sa cieľom mediálnej výchovy stala ochrana pred negatívnym vplyvom. V rámci druhej paradigmy došlo k zmene postoja k médiám, a to v tom, že nie všetky médiá predstavovali hrozbu. Tým sa pozornosť mediálnej výchovy sústredila na oblasť selekcie správnych obsahov. Tretia paradigma (po 70. rokoch 20. storočia) je charakteristická zdôrazňovaním semiotickej roviny v zmysle mediálnej prezentácie určitých javov. Z tohto dôvodu sa ukazovalo ako potrebné viesť ľudí ku kritickému prijímaniu obsahov. Na pozadí reality Na začiatku 21. storočia Potter zdôrazňuje potrebu zmeny perspektívy nazerania na obsah mediálnej výchovy (teda nevyhnutne aj mediálnej gramotnosti). Štvrtú paradigmu Potter charakterizuje ako prístup, v ktorom je dominantným princípom uschopnenie jednotlivcov na vlastné rozhodovanie a interpretáciu.⁴ Potter týmto svojím návrhom nepopiera existenciu negatívnych účinkov médií ani prítomnosť ideológie v mediálnych obsahoch, ale zdôrazňuje, že v centre pozornosti mediálnej výchovy stojí jednotlivec, ktorého nie je dôležité naučiť napríklad odmietať nejaký mediálny obsah, ale urobiť vedomé a premyslené rozhodnutie, ako ku konkrétnemu obsahu pristúpi.⁵ Štvrtá paradigma stavia na predchádzajúcich troch, pretože robenie premyslených rozhodnutí a výber z viacerých možností sú možné len vtedy, keď jednotlivec disponuje patričnými poznatkami o fungovaní médií (účinky, ideológia, manipulácia, marketing) a zároveň pozná samého seba (potreby, záujmy, slabé a silné stránky, túžby). Takto bude vedieť, čo si z mediálnej ponuky vybrať a ako to posúdiť.

4 POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, s. 56-57

5 POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, s. 57

2 Mediálna gramotnosť a kompetencie

Všeobecne sa akceptuje, že mediálna gramotnosť má byť výsledkom rozličných procesov a aktivít v rámci mediálnej výchovy. Pre samotnú mediálnu výchovu je tak nevyhnutné presne definovať edukačný cieľ a následne špecifikovať jeho obsah. Vyššie je spomenuté, ako sa v spoločnosti a tiež medzi odborníkmi menil prístup k médiám, čo následne ovplyvnilo aj nazeranie na mediálnu výchovu. Z tohto je možné usúdiť, že definovanie obsahu mediálnej gramotnosti musí brať ohľad na aktuálny stav rozvoja médií, výsledky výskumu naprieč spektrom vedeckých disciplín – psychológie, sociológie, teológie, medicíny, estetiky, etiky atď. Na druhej strane, aj v mediálnej výchove existuje nemenný rámec, v ktorom sa môžu naplňať jednotlivého edukačné ciele. Týmto rámcom sú tri oblasti fungovania človeka: kognitívna, socio-afektívna a psycho-motorická.

Ako ciele vzdelávacieho procesu sa v odbornej literatúre veľmi často uvádzajú kompetencie, pod ktorými sa rozumie súhrn vedomostí, zručností, schopností, postojov a hodnotových orientácií⁶. Aj pre mediálnu výchovu sú stanovené kompetencie, pričom sa prístupy jednotlivých odborníkov líšia mierou konkrétnosti i obsahového zamerania. OFCOM, nezávislý regulačný úrad vo Veľkej Británii, vo svojej definícii mediálnej gramotnosti tvrdí, že ju tvorí schopnosť prístupu k médiám, schopnosť porozumieť médiám a schopnosť tvoriť mediálne obsahy a to všetko v pestrosti prostredia.⁷ V definícii mediálnej gramotnosti prijatej expertnou skupinou Európskej komisie nájdeme, že ide o schopnosť prístupu k médiám, schopnosť analyzovať a hodnotiť obrazy, zvuky a posolstvá, a schopnosť kompetentne komunikovať prostredníctvom dostupných médií.⁸ Meta-analýza 165 vedeckých článkov okrem iného ukázala, že väčšina odborníkov pristupuje k mediálnej gramotnosti v zmysle vedomostí a zručností potrebných pre jednotlivca, aby mohol analyzovať, hodnotiť a tvoriť mediálne posolstvá.

6 BLAŠKO, M.: *Kvalita v systéme modernej výučby*. [online] Košice: Technická univerzita, 2013 s. 47 [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://web.tuke.sk/kip/main.php?om=1300&res=low&menu=1310>

7 Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe. [online] [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/study.pdf>

8 Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, [online]. Final Report, April 2011. s. 19 [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/final-report-ml-study-2011.pdf>

Pričom sa to primárne dotýka nasledovných štyroch oblastí: mediálny priemysel, mediálne posolstvá, mediálne publikum a účinky médií.⁹

Podľa Pottera sloboda v rozhodovaní, napr. v tom, či si človek nejaký mediálny obsah vyberie alebo ho odmietne, nevyhnutne stojí na dvoch zložkách – kompetenciách a zručnostiach. Mediálne kompetencie Potter definuje ako schopnosti získané v skorých rokoch života a neskôr uplatňované automaticky. Kompetencia buď je alebo nie je. Zručnosti vníma ako nástroje alebo prostriedky, ktoré možno praxou rozvíjať, a tak môžu nabrať rozličnú kvalitatívnu úroveň, či už v prípade jedného človeka naprieč jeho životom alebo medzi jednotlivcami s dôrazom na ich rozdiely medzi osobami.¹⁰

Jedným z problémov pri konceptualizácii mediálnej gramotnosti je určitá terminologická rozkolísanosť. Ako príklad možno uviesť, že Potter medzi základné mediálne zručnosti (v angl. origináli: skills) radí napríklad analýzu, hodnotenie, indukciu, ktoré však v slovenskom kontexte neradíme k zručnostiam, ale k schopnostiam. Hoci Potterova argumentácia o potrebe rozlišovať kompetencie a zručnosti je legitímna, nie je jednoduché ju preniesť do slovenského diskurzu o mediálnej gramotnosti. Jednou z možností je uvažovať o kompetenciách ako schopnostiach a zručnostiach na základnej úrovni. Sám Potter ako príklad uvádza schopnosť čítať, keď zvládnutie jazykového kódu označuje ako kompetenciu, ktorá je podmienkou pre to, aby jednotlivec mohol rozvíjať svoju konkrétnu „zručnosť“ v čítaní, napr. lepšie porozumenie textu.¹¹

Ak sa aplikuje takýto prístup, možno pri mediálnej gramotnosti hovoriť o základných schopnostiach (schopnosť porozumieť jazykovému kódu,¹² schopnosť identifikácie ustálených štruktúr v komunikácii a schopnosť pridelenia významu). Potter definuje sedem kľúčových mediálnych zručností: analýzu – schopnosť rozložiť mediálny komunikát na zmysluplné elementy; hodnotenie – schopnosť posúdiť hodnotu určitého elementu na základe porovnania s určitým kritériom; porovnanie – schopnosť identifikovať podobnosti a odlišnosti medzi jednotlivými elementmi; indukciu – schopnosť identifikovať v komunikátoch nejaký vzorec a na základe neho dospieť k zo- všeobecnieniu; dedukciu – schopnosť použiť všeobecné pravidlo na nejakú

9 MARTENS, H. *Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions*. Journal of Media Literacy Education 2:1 (2010), s. 3.

10 POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, s. 54

11 Tamže, s. 55

12 Pojem jazyk je tu použitý v širokom zmysle; ako sústava znakov a prostriedkov na vyjadrenie určitého obsahu.

konkrétnu situáciu/jav a dospieť k záveru; syntézu – schopnosť spojenia viacerých elementov do novej poznatkovej štruktúry; abstrakciu – schopnosť identifikovať podstatné elementy z komunikátu a vytvoriť z nich nový komunikát vypovedajúci o podstate toho pôvodného.¹³ Potter svoj teoretický konštrukt nepredkladá ako komplexný model mediálnej gramotnosti, ale aplikuje ho len na kognitívnu oblasť človeka. Bez úmyslu relativizovať význam Potterovho prístupu, zdá sa byť potrebné pri definovaní mediálnej gramotnosti neobchádzať aj afektívnu a psychomotorickú oblasť človeka.

Do psychomotorickej oblasti spadá široká varieta zručností spájaných s médiami. Môže ísť o zručnosti týkajúce sa používania médií (počítačové a digitálne zručnosti, práca s kamerou), ale patria sem aj zručnosti naviazané na tvorbu mediálneho obsahu, ktoré sú akoby nadstavbou predošlých technických zručností. Sonia Livingstonová tvrdí, že aspekt tvorby sa pri diskusii o mediálnej gramotnosti často spomína ako posledný krok, keď už sú zvládnuté oblasti prístupu k médiám a porozumenia mediálnym obsahom. Podľa nej by aspekt tvorby obsahu a oblasť porozumenia mali stáť v centre mediálnej gramotnosti, pretože cez ne sa priamo rozvíja aj kompetencia prístupu k médiám, teda lokalizácii komunikačných prostriedkov a obsahov.¹⁴

Je zrejmé, že k zadefinovaniu mediálnej gramotnosti pristupujú jednotliví odborníci odlišne, hoci je možné nájsť spoločné oblasti. S určitou dávkou zovšeobecnenia a v úsilí o určité zjednodušenie možno tvrdiť, že mediálna gramotnosť odkazuje na súhrn vedomostí a zručností vo vzťahu k médiám: vedomostí o mediálnom priemysle (mediálny systém, vlastníctvo, marketing, finančné a politické motívy, atď.); o mediálnych posolstvách (špecifiká obsahov v jednotlivých médiách, estetické aspekty, výrobné techniky); o publiku médií (poznanie procesov spojených s príjmom mediálnych obsahov) a o účinkoch médií (existuje široká varieta účinkov, napr. vplyv reklamy, agenda setting, stereotypy, modely správania, postoje, hodnoty, závislosť). V otázke zručností a schopností sa tiež ukazujú viaceré oblasti. Prvou oblasťou sú zručnosti týkajúce sa prístupu k médiám a lokalizácii konkrétneho obsahu. Medzi ne môžeme napr. zaradiť aj schopnosť vyhnúť sa negatívnym obsahom, pričom v súčasnosti sa to týka hlavne internetu a príkladom je zvládnutie nastavenia antivírusového programu či filtra obsahu webových stránok. Martens odvolávajúci sa na Pottera tvrdí, že čo sa týka oblastí analýzy a hodnotenia, ide zväčša o kognitívne zručnosti

13 POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, s. 118 – 135.

14 LIVINGSTONE, S.: *Media literacy – challenges ahead* (online). London: LSE Research Online. s. 10-11 [cit. 2014-04-21]. Dostupné na: <http://eprints.lse.ac.uk/551/>

a schopnosti spojené s porozumením, ako napr. analýza, indukcia, abstrakcia, syntéza; a schopnosť kritického hodnotenia

2.1 Kompetencie rodičov vo vzťahu k deťom

Zjednodušene povedané, úloha rodičov je dobre pripraviť dieťa na život, či už ide o formáciu charakteru, alebo rozvoj vedomostí či zručností, a to v rozličných oblastiach. Rodičia ako primárni aktéri výchovy sú nevyhnutne potrební aj v oblasti mediálnej výchovy. Tak ako je rodič prvou osobou, ktorá dieťaťu sprostredkováva pohľad na svet, rodič je aj prvou osobou, ktorú dieťa vidí v interakcii s médiami. Či už rodič koná úmyselne alebo neúmyselne, svojimi činmi, postojmi – verbalizovanými i neverbalizovanými – stáva sa pre dieťa modelom správania. V súlade s teóriou sociálneho učenia je rodič nositeľom takých atribútov, ktoré zvyšujú pravdepodobnosť, že dieťaťom rozlíšené vzorce správania – aj vo vzťahu k médiám – budú osvojené a aplikované.¹⁵ Nie nadarmo, reflektujúc historickú skúsenosť, platí latinské príslovie *verba movent, exempla trahunt* (slová povzbudzujú, príklady tiahnu). Príklad rodiča je aj v otázke vzťahu k médiám pre dieťa veľmi významný.

Ak prijmeme tvrdenie, že v rámci mediálnej výchovy v rodine je základným cieľom „formovanie spôsobilosti detí a mládeže kriticky (kvalitatívne rozlišujúco) posudzovať mediálne šírené posolstvá, objavovať v nich to hodnotné, pozitívne formujúce ich osobnostný rast, ale tiež rozpoznávať negatívne mediálne vplyvy prednostne na svoju osobnosť a snažiť sa ich zodpovedným prístupom eliminovať“,¹⁶ vyvstáva otázka, do akej miery sú rodičia schopní viesť dieťa k správneému prístupu k médiám. Odhliadnuc od faktorov ako napr. vplyv rovesníckych skupín alebo školská mediálna výchova, kľúčov oblasťou spôsobilosti rodičov realizovať mediálnu výchovu v rodine sú ich vlastné mediálne kompetencie, o ktorých už v texte bola reč. Popri základných kompetenciách – môžeme o nich hovoriť ako individuálnych, pretože vo svojej podstate ich jedinec využíva pre seba – môžeme hovoriť aj o nadstavbových kompetenciách, ktoré reflektujú spôsobilosť jednotlivca odovzdávať kompetencie ďalej. To znamená, že rodič by mal disponovať kompetenciami, na základe ktorých dokáže byť dieťaťu nápomocný v budovaní jeho individuálnych kompetencií. Z tohto hľadiska nadstavbové kompetencie rodičov kopírujú štruktúru individuálnych kompetencií, len

15 BANDURA, A.: *Social cognitive theory of mass communication*. In *Media Effects. Advances in theory and research*, ed. Bryant, J M.B., OLIVER, New York: Routhledge, 2009, s. 94-124

16 KAČINOVÁ, V.: *Mediálna výchova v rodine*. In Rončáková, T. (ed.) *Rodina a médiá*. Zborník zo svetovej konferencie. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2008, S. 377 – 386.

s tým rozdielom, že u rodičov ide o mieru schopnosti rozvíjať u detí jednotlivé kompetencie.

Pri aplikovaní všeobecne akceptovaného modelu mediálnych kompetencií (prístup, analýza, hodnotenie, tvorba) možno načrtnúť zjednodušenú schému nadstavbových kompetencií rodičov nasledovne:

Oblasť prístupu k médiám

- Schopnosť rodičov viesť deti k diferencovanému a selektívnemu používaniu médií
- Schopnosť rodičov viesť deti k zodpovednému používaniu médií z pohľadu vhodnej časovej proporcionality vzhľadom na iné aktivity (štúdium, fyzická aktivita, spoločný čas rodiny, čítanie, umelecké aktivity, komunitná angažovanosť atď.
- Schopnosť rodičov viesť deti k bezpečnému používaniu médií (zvlášť tzv. nových médií), napr. vysvetliť deťom nastavenie bezpečnostných prvkov pri používaní internetu (ochrana súkromia na sociálnych sieťach, nastavenie filtrovacích programov s cieľom predísť tomu, aby deti boli vystavené nebezpečným obsahom

Oblasť analýzy a hodnotenia mediálnych obsahov

- Schopnosť rodičov viesť deti ku kritickému prijímaniu mediálnych obsahov, pod čím možno rozumieť aj sprostredkovanie kritérií na posudzovanie ich kvality. To nevyhnutne súvisí s axiologickou rovinou výchovy v zmysle formovania hodnôt a postojov, ktoré budú slúžiť ako prizma či reflexná plocha na posúdenie a porovnanie kvality mediálnych obsahov.
- Spôsobilosť rodičov uschopniť deti na identifikáciu obsahov s možnými nebezpečnými prvkami, teda ide o obsahy, ktoré predstavujú pre deti riziko, prípadne priamo hrozbu.
- Schopnosť rodičov vyberať deťom kvalitné mediálne obsahy, ktoré im pomôžu rozvíjať schopnosť hodnotiť a rozlišovať, keďže krása, akoby odraz božského, inšpiruje a oživuje srdcia a mysle mladých, pokým ošklivosť a vulgárnosť majú na ich postoje a správanie devastujúci vplyv.¹⁷

17 BENEDIKT XVI: Posolstvo Svätého Otca Benedikta XVI k 41. Svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov. Deti a komunikačné prostriedky: výzva pre výchovu z 20. Mája 2007. s. 1.

Oblasť tvorby mediálnych obsahov

- Schopnosť rodičov viesť deti k tvorbe takých mediálnych obsahov, prostredníctvom ktorých budú na jednej strane rozvíjať svoj potenciál, napr. umelecké sklony – písanie, grafika, tvorba videa, vzťah k žurnalistike atď. no na strane druhej budú tie obsahy reflektovať etické a morálne spoločenské normy a formy správania, budú rešpektovať základné ľudské hodnoty, z ktorých možno uviesť napr. úctu k ľudskej dôstojnosti.

Naznačené oblasti nadstavbových mediálnych kompetencií rodičov ukazujú komplexnosť a širokospektrálnosť tejto problematiky aj v zmysle načrtnutia vhodného teoretického konceptu.

2.2 Problémy spojené s meraním úrovne mediálnej gramotnosti

Ako to je uvedené vyššie, mediálna gramotnosť predstavuje komplexnú, viacero rovín obsahujúcu oblasť, z čoho vyplývajú minimálne dve výzvy týkajúce sa merania jej úrovne. Ak je cieľom výskumníkov zmerať celkovú úroveň mediálnej gramotnosti jednotlivcov, široká varieta kompetencií, ktoré môžu variovať podľa druhu média, nevyhnutne vedie k vytvoreniu nástroja, ktorý bude pre svoj rozsah ťažko použiteľný v praxi. Len meranie kompetencií týkajúcich sa nových médií pozostáva zo 60 položiek.¹⁸ Kompetencie naviazané na televíziu, ale týkajúce sa len porozumenia a hodnotenia obsahov ako správy, dokumenty a talkshow merala Rosenbaumová pomocou 89 položiek.¹⁹ Druhá výzva alebo problém spočíva v tom, že ak sa pri meraní sústreďí pozornosť len na určitú parciálnu oblasť, resp. nepôjde o hĺbkovú sondu do mediálnych kompetencií, výsledky takéhoto merania neponúknu celostný obraz o mediálnej gramotnosti jednotlivca či spoločnosti.

Ďalšia otázka je spojená ani nie tak s obsahom ako formou, teda spôsobom, akým sa testovanie bude diať. Anglická odborníčka Sonia Livingstonová vidí možnú inšpiráciu vo vzdelávacom systéme a ilustruje to rozvíjaním klasickej gramotnosti dospelaj populácie v rámci celoživotného vzdelávania. Progres v čítaní a písaní je v takomto modeli monitorovaný pomocou tradičného pedagogického testovania vedomostí a zručností.

18 LITERAT, I.: *Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool*. Conference paper. Teachers College Educational Technology Conference (TCETC), New York. Máj 2011.

19 ROSENBAUM, J.E. *Measuring media literacy: Youngsters, television, and democracy*. Radboud Universiteit Nijmegen. 2012. S. 160 – 186.

Livingstonová argumentuje, že progres v oblasti klasickej gramotnosti by sa nemohol merať pomocou prieskumov a na základe tohto sa domnieva, že hodnotenie mediálnej gramotnosti by malo byť inšpirované modelom hodnotenia klasickej gramotnosti.²⁰ Livingstonovej návrh je opodstatnený, ale je možné ho aplikovať len v prípade merania mediálnej gramotnosti ako výstupu určitého edukačného procesu či už je vzdelávanie určené deťom, alebo dospelým; či sa uskutočňuje v škole ako súčasť kurikula, alebo ide o neinštitucionalizované vzdelávanie. Vždy je však potrebné nastaviť testovanie podľa obsahu vzdelávania. Tým sa však otvára otázka, ako možno merať mediálnu gramotnosť u tých jednotlivcov, ktorí nie sú vzdelávaní, nie sú vzdelávaní systematicky (môžu sa napr. vzdelávať nepriamo cez webové stránky zamerané na zvyšovanie mediálnej gramotnosti), prípadne nie sú vzdelávaní vôbec.

K meraniu mediálnej gramotnosti rodičov možno pristúpiť z pohľadu rodičovskej mediácie, pod ktorou sa rozumejú aktivity rodiča smerujúce k regulácii používania médií – nielen v zmysle reštriktívnych opatrení – ako aktivity, ktorých cieľom je dať na správnu mieru interakciu detí a médií.²¹ Ide teda o rôzne metódy, spôsoby, formy a prístupy, akými rodičia usmerňujú alebo ovplyvňujú používanie médií ich deťmi.²² V rámci rodičovskej mediácie poznáme tri hlavné stratégie, ktoré môžu rodičia využiť na úpravu mediálnych účinkov televízie: aktívnu mediáciu (deťom/s deťmi sa o mediálnych obsahoch rozpráva), reštriktívnu mediáciu (vytvárajú sa pravidlá obmedzujúce používanie médií) a „sociálne spolu-sledovanie“ (rodičia prijímajú mediálne obsahy spolu s deťmi).²³ Toto trichotomické členenie je najrozšírenejšie a používalo sa hlavne v súvislosti so sledovaním televízie, ale v súčasnosti sa jej využitie rozširuje aj na iné médiá, hlavne internet a počítačové hry. Trochu detailnejší pohľad na tri oblasti rodičovskej mediácie ponúka Vrabc v odkaze na Livingstonovú.²⁴

20 LIVINGSTONE, S.: *Media literacy – challenges ahead*. London: LSE Research Online, [cit. 2014-04-21]. Dostupné na: <http://eprints.lse.ac.uk/551/>

21 NATHANSON, A.I.: *Parental Mediation Strategies*. In: Wolfgang Donsbach (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. 2008. [online] [cit. 2014-04-21]. Dostupné na: http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnodeid=g9781405131995_chunk_g978140513199521_ss7-1.

22 VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013, s. 114

23 NATHANSON, A. I.: „Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children’s aggression.“ In: *Communication Research* 26: 1999, 124 – 143.

24 VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013, s. 114

- Reštriktívna mediácia: nastavenie pravidiel o dobe, umiestnení alebo obsahu, obmedzenia času alebo inej činnosti, zákazu určitej činnosti alebo webových stránok),
- Aktívna mediácia: (diskusia o mediálnom obsahu, možnostiach výberu, inštruktážna interpretácia, kritika mediálneho obsahu, hodnotiace komentáre),
- Spoločné používanie (spoločné sledovanie, zdieľanie činnosti, byť prítomný, ale nekomentovať).

Spomenuté tri typy rodičovskej mediácie spomína aj Potter, keď ich uvádza ako spôsoby budovania mediálnej gramotnosti, výhradne so zameraním sa na deti, pričom hlavnými aktérmi sú rodičia a cieľom ich pôsobenia je vo väčšine prípadov ochrana detí pred negatívnymi účinkami médií.²⁵ Výskum v tejto oblasti sa najčastejšie realizuje v troch líniách. Prvou je zisťovanie, ako často rodičia aplikujú konkrétnu stratégiu.²⁶ Do druhej línie patria štúdie, ktoré sa sústreďia na identifikáciu prediktorov alebo korelátov jednotlivých stratégií, ako to napríklad skúmal Warren.²⁷ V tretej línii výskumu sa nachádzajú štúdie zamerané na efektivitu a účinky rodičovskej mediácie, zväčša z pohľadu rezistentnosti detí voči negatívnym obsahom, resp. účinkom negatívnych obsahov, ako je napr. strach.²⁸ Zistenia z týchto troch línií výskumu sú nesmierne dôležité a užitočné pre pochopenie situácie v domácnostiach z pohľadu používania médií a interakcie rodičov s deťmi práve v otázke médií. Jeden aspekt však ostáva nepovšimnutý a tým je schopnosť rodičov aktívne a efektívne využiť potenciál rodičovskej mediácie. Je zrejmé, že zistenie toho, či a ako často rodičia aplikujú určitú mediačnú stratégiu, môže poukazovať aj na spôsobilosť rodičov takto konať, ale napríklad za nízkej frekvenciou výskytu nejakej mediačnej stratégie môžu stáť iné faktory: nezáujem rodiča, nízke povedomie o potrebe rodinnej mediálnej výchovy, vek dieťaťa a iné.

25 POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, s. 232.

26 VANDEWATER, E. A., PARK, S. -E., HUANG, X., & WARTELLA, E. A.: *No, you can't watch that!": Parental rules and young children's media use*. *American Behavioral Scientist*, 2005, č. 48, 608–623.

27 WARREN, R.: *Parental mediation of children's television viewing in low-income families*. *Journal of Communication*, 2005, 55, 847–863.

28 PAAVONEN, E. J., ROINE, M., PENNONEN, M., & LAHIKAINEN, A. R.: *Do parental co-viewing and discussions mitigate TV-induced fears in young children?* *Child: Care, Health and Development*, 2009, 35, 773–780.

Záver

Zdá sa, že by bolo prospešné zisťovať aj mieru schopnosti rodičov implementovať stratégie rodičovskej mediácie a mieru povedomia o potrebe takejto implementácie. Existuje viacero spôsobov, ako merať mieru schopnosti, ale ak sa výskumník potrebuje dostať k väčšiemu množstvu dát, dotazníková metóda stále ponúka viac výhod ako nevýhod. Mieru schopnosti môžeme zisťovať tak, že respondenti musia svoju schopnosť dokázať, napr. prácou s textom, obrázkami. Takto vo veľkej miere postupovala Rosenbaumová, ktorá skúmala mediálnu gramotnosť vo vzťahu k vybraným televíznym obsahom.²⁹ Iným spôsobom je nechať rodičov ohodnotiť svoje schopnosti prostredníctvom tvrdení, pri ktorých určia mieru svojej schopnosti. Mieru povedomia je možné zisťovať prostredníctvom otázok smerujúcich zisteniu toho, akú dôležitosť rodičia prikladajú konkrétnym oblastiam rodinnej mediálnej výchovy a praktikám používania médií v rodine.

Tak ako to zvyčajne pri takejto forme výskumu, existuje značná pravdepodobnosť, že rodičia ponúknu mierne prilepšený obraz svojich zručností. Jedným zo spôsobov, ako toto riziko znížiť, je adresovanie identických otázok deťom, ktoré majú zhodnotiť mieru schopnosti rodičov, čím sa môže zistiť miera zhody medzi rodičmi a deťmi, a takým spôsobom lepšie interpretovať získané dáta. Inou možnosťou je kombinácia kvantitatívnych a kvalitatívnych metód.³⁰

Potreba skúmania stavu mediálnej výchovy v rodinách a vyvíjanie formačných aktivít pre rodičov s cieľom rozvíjania ich mediálnej gramotnosti sa javí ako potrebné a nevyhnutné, zvlášť preto, že základy mediálnych návykov, rozvíjanie hodnôt a postojov vedúcich ku kritickému prístupu k médiám sa kladú v rodinách. Tento príspevok má prispieť k odbornej diskusii o mediálnej výchove v rodine, a to v konkrétnej oblasti mediálnej gramotnosti rodičov.

Literatúra a zdroje:

- BANDURA, A. (2009) „Social cognitive theory of mass communication“ In *Media Effects. Advances in theory and research*, ed. Bryant, J M.B., Oliver, New York: Routledge, 2009, s. 94-124
- BENEDIKT XVI: Posolstvo Svätého Otca Benedikta XVI k 41. Svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov. Deti a komunikačné

29 ROSENBAUM, J.E. *Measuring media literacy: Youngsters, television, and democracy*. Radboud Universiteit Nijmegen. 2012, 307 s.

30 VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013, s. 116

- prostriedky: výzva pre výchovu z 20. Mája 2007. 2 s. Dostupné online: <http://www.kbs.sk/obsah/sekcia/h/dokumenty-a-vyhlasenia/p/dokumenty-papezov/c/posolstvo-masmedia-2007>
- BLAŠKO, M.: *Kvalita v systéme modernej výučby*. [online] Košice: Technická univerzita, 201, [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://web.tuke.sk/kip/main.php?om=1300&res=low&menu=1310>
- COURTOIS, C. Vanwynsberghe, H. Paulussen, S. Verdegem, P.: *Why and How should we Measure digital media literacy?* Zagreb conference: "New Challenges and methodological innovations in European media audience research". 7 – 9 April, 2011
- KAČINOVÁ, V.: *Mediálna výchova v rodine*. In Rončáková, T. (ed.) *Rodina a médiá*. Zborník zo svetovej konferencie. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2008, S. 377 – 386. ISBN 9788080844219
- LITERAT, I.: *Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool*. Conference paper. Teachers College Educational Technology Conference (TCETC), New York. Máj 2011.
- LIVINGSTONE, S.: *Media literacy – challenges ahead*. London: LSE Research Online, [cit. 2014-04-21]. Dostupné na: <http://eprints.lse.ac.uk/551/>
- MARTENS, H.: *Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions*. *Journal of Media Literacy Education* 2:1 (2010), 1 – 22, [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://altechconsultants.netfirms.com/jmle1/index.php/JMLE/article/viewFile/71/44>
- NATHANSON, A.I.: *Parental Mediation Strategies*. [online]. In: Wolfgang Donsbach (ed.) *The International Encyclopedia of Communication*. 2008. [online] [cit. 2014-04-21]. Dostupné na: http://www.communicationencyclopedia.com/public/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g978140513199521_ss7-1.
- NATHANSON, A. I.: „Identifying and explaining the relationship between parental mediation and children’s aggression.“ In: *Communication Research* 26: 1999, 124 – 143.
- PAAVONEN, E. J., ROINE, M., PENNONEN, M., & LAHIKAINEN, A. R.: *Do parental co-viewing and discussions mitigate TV-induced fears in young children?* *Child: Care, Health and Development*, 2009, 35, 773–780.
- POTTER, W.J.: *Theory of Media Literacy. A cognitive Approach*. London: Sage, 2004, ISBN 9780761929529
- ROSENBAUM, J.E.: *Measuring media literacy: Youngsters, television, and democracy*. Radboud Universiteit Nijmegen. 2012, 307 s.
- Study on the Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe*. [online]. [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/studies/study.pdf>

Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report, April 2011. [online]. [cit. 2014-04-12]. Dostupné na: <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/media-literacy/studies/final-report-ml-study-2011.pdf>

VANDEWATER, E. A., PARK, S. -E., HUANG, X., & WARTELLA, E. A.: *No, you can't watch that": Parental rules and young children's media use*. *American Behavioral Scientist*, 2005, 48, 608–623.

VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013, 224. s. ISBN 9788081055072

WARREN, R.: *Parental mediation of children's television viewing in low-income families*. *Journal of Communication*, 2005, 55, 847–863.

Príloha: Návrh možných otázok do dotazníka na zisťovanie mediálnej gramotnosti rodičov v oblasti nadstavbových mediálnych kompetencií. Navrhnutá škála:

Vôbec trochu viac-menej dostatočne úplne (hodnoty: 1 – 5)
(miera schopnosti)

- Som schopný pomôcť svojmu dieťaťu pochopiť, čo sleduje v televízii.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu, prečo sú niektoré veci, čo robia televízne postavy, zlé.
- Som schopný vysvetliť motívy konania televíznych postáv.
- Som schopný vysvetliť, čo niektoré veci v televízii znamenajú.
- Som schopný vysvetliť, prečo sú niektoré veci, čo robia televízne postavy, dobré.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu rozdiel medzi komerčnou a verejnoprávnou televíziou.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu, ako funguje reklama.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu, ako reklama vplyva na fungovanie televízie.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu rozdiel medzi skutočným svetom a televíznou realitou.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu rozdiel medzi správou a vyjadrením názoru.
- Som schopný vysvetliť dieťaťu, prečo je potrebné overovať si informácie z viacerých zdrojov.

(miera povedomia – zisťuje sa súhlas s tvrdením)

- Je potrebné zabrániť dieťaťu sledovať určité programy.
- Je potrebné vopred určiť deťom programy, ktoré sa smú sledovať.
- Je potrebné určiť konkrétny čas, keď dieťa môže sledovať televíziu.

- Je potrebné povedať svojmu dieťaťu, aby vyplo televízor, ak pozerá nevhodný program.
- Je potrebné obmedzovať deťom čas strávený sledovaním televízie.
- Je dôležité, aby dieťa nemalo vo svojej izbe televízor.
- Je dôležité, aby dieťa pri robení domácich úloh a učení sa nemalo zapnutý televízor.
- Je dôležité, aby dieťa trávilo viac času inými aktivitami ako sledovaním televízie a používaním počítača (vrátane internetu) na zábavu a komunikáciu.
- Je potrebné zaviesť v rodine tzv. čas bez televízie. (Na určitú dobu, napr. niekoľko dní, sa v rodine nebude sledovať televízia, pričom tento čas nebude možné tráviť používaním počítača, tabletu, hracej konzoly alebo mobilného telefónu (hry, internet).

Kontaktné údaje:

Mgr. Pavel Izrael, PhD.

Filozofická fakulta

Katolícka univerzita

Hrabovská cesta 1

034 01 Ružomberok

izrael@ku.sk

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

OCHRANA DUŠEVNÉHO VLASTNÍCTVA NA INTERNETE

Denisa Jánošová

Abstrakt: Internet má mnoho výhod, ktoré môžete využiť vo svoj prospech, ako neobmedzené šírenie informácií, rýchlosť, prístup k službám kedykoľvek a kdekoľvek. Tieto výhody internetu však vedia využiť aj podvodníci. Spoliehajú predovšetkým na anonymitu a malú mieru kontroly vo virtuálnom prostredí, ako aj neznalosť a neopatrnosť ostatných užívateľov internetu. Internet zvädza aj bežných užívateľov k tomu, aby niektoré zákony obchádzali, napríklad keď si sťahujú z internetu hudbu alebo filmy, aj keď za ne nezaplatia.

Kľúčové slová: Internet, ochrana, právo, duševné vlastníctvo, tvorivá činnosť, pirátstvo, softvér

Abstract: The Internet has many advantages, which you can use to your advantage, as the unlimited dissemination of information, speed, access to the services at any time and anywhere. These benefits, however, they can also take advantage of Internet scammers. In particular, rely on the anonymity and a small degree of control in a virtual environment, as well as ignorance and carelessness of other Internet users. The Internet pulls even ordinary users to some of the laws were circumvented by, for example, when you download from the Internet, music or movies, even if they do not pay for them.

Keywords: Internet, privacy, intellectual property, law, creative activity, piracy, software

Úvod

Výsledky tvorivej duševnej činnosti - duševné vlastníctvo sú v dnešnej znalostnej spoločnosti životne dôležitým obchodným aktívom, ktoré podporuje inováciu, a sú hybnou silou rozvoja ekonomiky, predpokladom konkurencieschopnosti a generujú ďalšiu tvorivosť prostredníctvom primeranej návratnosti investícií.

Fenoménom dnešnej doby je najmä dynamicky sa rozvíjajúca oblasť digitálneho prostredia a informačných technológií. Mechanizmy, ktoré sa doteraz uplatňovali v rámci trhu členských krajín EÚ na boj proti falšovaniu a autorskému pirátstvu, strácajú na efektívnosti, keďže porušovatelia práv duševného vlastníctva sú nielen čoraz vynaliezavejší, ale tiež dobre technologicky vybavení a organizovaní v skupinách. Od začiatku tohto storočia porušovatelia začali ťažiť primárne z rozdrobenosti právnych systémov jednotlivých členských krajín EÚ, ktoré nie sú dostatočne harmonizované (napr. v EÚ dnes existuje samostatných 27 právnych systémov autorského práva), ale aj z časom prekonanej legislatívy EÚ. Logickým dôsledkom takto rozdrobeného trhu je pokles účinnosti vymožitelnosti práv duševného vlastníctva, pričom tu existujú právne systémy, ktoré majú len minimálnu praktickú skúsenosť s bojom proti ich porušovaniu. Medzi ne patrí aj Slovenská republika. Doménou, kde sa v súčasnosti porušovanie práv duševného vlastníctva objavuje azda najčastejšie v kontexte disponovania s nelegálnym obsahom chránených diel a disponovania s falzifikátmi, je internet. A práve v jeho prostredí je nárast porušovania práv duševného vlastníctva alarmujúci.

Duševné vlastníctvo na internete

Možno povedať, že práve internet priniesol do každodenného života človeka toľko zmien za krátku dobu, čo sa dá porovnať len s účinkami priemyselných revolúcií predchádzajúcich storočí. V globálnom meradle preto EÚ, USA, Japonsko a ďalšie vyspelé ekonomiky sveta stoja pred otázkou aplikovania účinnejšieho rámca pre vymožitelnosť práv duševného vlastníctva, ktorý by sa dokázal prispôsobiť novému prostrediu. V kontexte EÚ skutočnosť, že žijeme v digitálnej dobe, je nutné zohľadniť vo všetkých jej politikách s cieľom vytvoriť príťažlivú a cenovo dostupnú legálnu ponuku pre všetkých, od poskytovateľov digitálneho obsahu až po bežných spotrebiteľov.

Slovensko ako členská krajina EÚ a signatár medzinárodných dohôd bude pri presadzovaní práv duševného vlastníctva za každých okolností zohľadňovať rovnováhu medzi komerčnými záujmami priemyslu vrátane držiteľov práv a ochranou práv a slobôd používateľov internetu, ktoré boli prijaté ako súčasť telekomunikačného balíčka EÚ (Internet Freedom Provision). Medzi ne patrí princíp prezumpcie nevinoty, slobody prejavu, práva na súkromie, práva na informácie a práva na spravodlivý proces.

Slovensko bude v tomto smere podporovať najmä zvyšovanie povedomia o duševnom vlastníctve, prevenciu pred represiou vo vzťahu

k porušovaniu duševného vlastníctva, pričom uprednostní cestu rôznych informačných kampaní na zvyšovanie on-line gramotnosti a ochrany práv v digitálnom prostredí.

Základom ochrany duševného vlastníctva na Slovensku je kolektívne spravovanie autorských práv. Toto spravovanie vychádza z Autorského zákona č. 618/2003 Z.z. v znení neskorších zmien a doplnkov.

„Autorské právo poskytuje právnu ochranu subjektívnym právam a právom chráneným záujmom fyzických aj právnických osôb v súvislosti s vytvorením a používaním autorských diel a iných predmetov autorskoprávnej ochrany. Tieto subjektívne práva môžu byť majetkovej alebo osobnostnej povahy.“

[Lazíková, 2013] Predstavuje súhrn právnych noriem, ktoré sú súčasťou súkromného práva a patria do systému všeobecného súkromného práva, presnejšie do podsystemu práva duševného vlastníctva. Autorský zákon poskytuje právnu ochranu nielen výhradným majetkovým právam, ktoré vznikli oprávneným subjektom v súvislosti s vytvorením a použitím predmetov autorskoprávnej ochrany, ale aj tzv. osobnostným právam podmieneným tvorivou duševnou činnosťou človeka.

Predmetom právnej úpravy autorského zákona sú nielen literárne, iné umelecké a vedecké diela, ale aj umelecké výkony, zvukové a zvukovo-obrazové záznamy, vysielačie a databázy. Na základe uvedeného môžeme teda rozlišovať autorské právo v užšom slova zmysle, ktoré poskytuje právnu ochranu iba autorským dielam, a autorské právo v širšom slova zmysle, kam okrem autorských diel možno zaradiť aj práva príbuzné autorskému právu a práva súvisiace s autorským právom, kam patria práva výrobcov zvukových a zvukovo-obrazových záznamov a práva vysielačov.

Predmetom autorského práva je nehmotný statok /napr. hudobná skladba/, ktorý však musí byť vyjadrený takým spôsobom, aby ho bolo možné vnímať ľudskými zmyslami. Tento nehmotný statok je výsledkom tvorivej duševnej činnosti človeka a prejavom jeho jedinečnej osobnosti, preto nie je možné, aby dve fyzické osoby vytvorili dve totožné autorské diela. Z toho vyplýva, že predmet autorského práva je individuálne určený. Na rozdiel od vecného vlastníckeho práva je predmet autorského práva nescudziteľný, t.j. nie je možné previesť majetkové právo k dielu alebo k umeleckému výkonu na inú osobu počas života autora alebo výkonného umelca a osobnostné autorské právo ani po ich smrti.

Práva autora, výkonného umelca, výrobcu zvukového, zvukovo-obrazového záznamu a vysielača, ktoré garantuje autorský zákon, sú často predmetom neoprávnených zásahov iných osôb najčastejšie za účelom získania majetkového prospechu, ale častokrát aj z nevedomosti. Preto je potrebné, aby oprávnené osoby bdeli nad svojimi právami, ktoré im autorský zákon

priznáva, avšak vzhľadom na charakter a povahu autorských práv si napríklad autor alebo výkonný umelec nevystačí len s bdelosťou nad svojimi právami. V niektorých prípadoch nie je možné postihnúť všetky prípadné neoprávnené zásahy iných subjektov do ich práv a právom chránených záujmov. Autor v súčasnosti nemá šancu sám zistiť, koľkokrát bolo jeho dielo rozmnožené, výkonný umelec nemá možnosť zistiť, koľkokrát a kde všade sa hrala jeho pieseň, ktorú naspieval. Autorský zákon rieši tento problém v piatej časti, ktorá upravuje kolektívnu správu práv.

Kolektívna správa má svoje korene v relatívne dávnej histórii. Už v roku 1824 bola vo Francúzsku založená spoločnosť SACD hudobnými skladateľmi a ich vydavateľmi. Ich príklad nasledovali autori slovenských diel a neskôr aj autori diel výtvarných umení. Na území Slovenska bola prvá organizácia kolektívnej správy založená až v roku 1919.

V súčasnosti pôsobí na Slovenku šesť organizácií kolektívnej správy, z ktorých najstaršie sú SLOVGRAM /1991/, zameraný na kolektívnu správu výkonných umelcov, výrobcov zvukových a zvukovo-obrazových záznamov, a LITA /1993/, zameraná na ochranu autorských práv k literárnym, dramatickým, hudobno-dramatickým, choreografickým, audiovizuálnym, fotografickým a výtvarným dielam.

Kolektívna správa práv je právny inštitút zastúpenia, účelom ktorého je zákonné alebo zmluvné spravovanie majetkových práv autorov, výkonných umelcov a iných subjektov, ktorým autorský zákon poskytuje ochranu, sprístupňovanie predmetov ochrany prostredníctvom licenčných zmlúv tretím osobám a ochrana autorských práv, ktoré sú predmetom kolektívnej správy, pred ohrozením, poškodením alebo iným neoprávneným zásahom.

Organizácie kolektívnej ochrany

Kolektívna správa je zastupovanie viacerých osôb, ktoré majú majetkové práva k predmetu ochrany (autori, výkonní umelci, výrobcovia záznamov). Autorské odmeny a primerané odmeny sa vysporadúvajú prostredníctvom organizácií kolektívnej správy. Organizácia kolektívnej správy je právnická osoba, ktorej bolo udelené oprávnenie na výkon kolektívnej správy. Každá organizácia kolektívnej správy spravuje práva len vo vybraných odboroch, podľa vzťahu ku konkrétnym predmetom ochrany, v rozsahu oprávnenia udeleného Ministerstvom kultúry Slovenskej republiky. K organizáciám kolektívnej správy patrí:

- **SOZA** – Slovenský ochranný zväz autorský pre práva **k hudobným dielam**. Zaoberá sa výkonom kolektívnej správy majetkových práv autorov a iných nositeľov práv k hudobným dielam (www.soza.sk);

- **LITA** – autorská spoločnosť, ktorá sa zameriava na výkon kolektívnej správy majetkových práv autorov a iných nositeľov práv **k literárnym, dramatickým, hudobnodramatickým, choreografickým, audiovizuálnym, fotografickým dielam, dielam výtvarného umenia, architektonickým dielam alebo dielam úžitkového umenia**. V súčasnosti má spoločný výber s OZIS (www.lita.sk);
- **OZIS** – Ochranné združenie interpretov v Slovenska, zastupuje **výkonných umelcov** pri ochrane ich majetkových práv a uvedenia týchto práv do praxe (www.ozis.sk);
- **SLOVGRAM** - Nezávislá spoločnosť výkonných umelcov. Na základe platnej licencie zastupuje a chráni práva **výkonných umelcov a výrobcov zvukových a zvukovo-obrazových záznamov** (www.slovgram.sk);
- **SAPA** - Slovenská asociácia producentov v audiovizii (www.sapa.cc);
- **AGICOA Europe Slovensko** - úlohou tejto neziskovej organizácie je výber a prerozdelenie odmien a primeraných odmien za retransmisii diel, práva ku ktorým vykonávajú nezávislí producenti (www.agicoa.sk);

Na základe uvedeného je však treba podotknúť, že pre internet neplatia žiadne zvláštne zákony, je treba sa riadiť všeobecne záväznými právnymi normami. Neexistuje teda žiadny zákon o poskytovaní služieb na internete, ale živnostenský zákon a občiansky a obchodný zákonník, neexistuje žiadny zákon o elektronickej pošte, ale zákon o poštových službách a telekomunikačný zákon, neexistuje žiadny zákon o manipulácii s autorskými dielami zverejňovanými na nástenkách internetu, ale autorský zákon, atď.

Jedným z mnohých problémov, ktoré sú v súčasnosti veľmi diskutovateľnými je aj softvérové pirátstvo.

Softvérové pirátstvo

Softvérové pirátstvo je neoprávnené používanie softvéru, ktorý je chránený autorským právom. K pirátstvu môže dochádzať pri kopírovaní, sťahovaní, zdieľaní alebo aj pri samotnom predaji softvéru. Ďalšou častou formou pirátstva je inštalácia viacerých kópií softvéru do osobných alebo pracovných počítačov nad rámec zakúpenej licencie.

Veľa ľudí si neuvedomuje, že pri nákupe softvéru si nekupuje vlastný softvér (program), ale len licenciu t.j. súhlas na jeho používanie. Táto licencia určuje, akým spôsobom možno so softvérom zaobchádzať – napríklad koľkokrát je možné softvér nainštalovať – takže je potrebné si veľmi dobre

prečítať podmienky licenčnej zmluvy. Pokiaľ urobíte viac kópií, ako to povoľuje licencia, dopúšťate sa pirátstva.

Na Slovensku proti takýmto aktivitám už niekoľko rokov bojuje spoločnosť Business Software Alliance (BSA). Je to neziskové profesijné združenie, ktorého cieľom je podporovať dosahovanie cieľov firmami z oblasti softvérového priemyslu a súvisiacich výrobcov hardvéru. Venuje sa presadzovaniu podmienok bezpečného a legálneho digitálneho sveta. BSA má ústredie vo Washingtone DC a pôsobí vo viac než 80 krajinách. Na Slovensku je zastúpená právnym zastúpením v Bratislave.

BSA chráni práva duševného vlastníctva poskytovateľov softvéru, presadzuje legislatívu v oblasti softvérových autorských práv a podnecuje jej dodržiavanie.

Mnohé slovenské firmy a fyzické osoby sa budú musieť tento rok zodpovedať zo softvérového pirátstva. Protipirátska organizácia BSA (Business Software Alliance) dostala minulý rok viac než tri stovky oznámení na firmy, ktoré pre podnikanie používajú nelegálny softvér. Na zozname sú aj osoby distribuujúce nelegálny softvér.

Počet oznámení o nelegálnom používaní softvéru minulý rok opäť vzrástol. Pravdepodobne aj vplyvom hospodárskej krízy niektoré firmy neváhali podať oznámenie na nekalú konkurenciu. Najviac oznámení organizácia BSA dostala od technicky zameraných spoločností – konštruktérov, architektov, dizajnérov či graфикov.

Ak sa podozrenie z pirátstva dokáže, firmy za to draho platia. Podľa štatistik BSA odškodné za nelegálne používanie softvéru pre výrobcov vzrástlo minulý rok o 20 percent. Priemerná výška náhrady škody určenej poškodeným výrobcom softvéru minulý rok vzrástla na 6-tisíc eur. Tento rok pravdepodobne znovu narastie, keďže poškodení výrobcovia softvéru chcú maximálne uplatniť svoje právne nároky. Zaplatenie odškodného pritom neznamená aj potrebnú legalizáciu pirátskeho softvéru, ten si musia firmy kúpiť zvlášť. Manažéri firmami sa snažia takmer vždy s poškodenými výrobcami softvéru dohodnúť mimosúdne, pretože nik nechce mať záznam v registri trestov.

Internetová mafia sa stáva nebezpečnejšou

Internetové softvérové pirátstvo začína byť organizovaným zločinom. V minulosti bolo pirátstvo doménou najmä jednotlivcov, dnes na pirátstve začínajú vo veľkom zarábať organizované skupiny. Svoje obete lákajú na podozrivo lacný softvér. Dá sa predpokladať, že tento rok bude takýchto lákavých ponúk pribúdať. Podvodníci dnes už ponúkajú rôzne možnosti

platieb vrátane zákazníckej podpory. Kradnutý nelicencovaný softvér predávajú prostredníctvom falšných internetových obchodov alebo aukčných portálov typu eBay. Paradoxne sa internetová mafia zameriava najviac na krajiny s nízkym podielom pirátskeho softvéru, teda tam, kde sa nelegálne používa zhruba 20 až 50 percent softvéru. Pre podvodníkov je perspektívne aj Slovensko, kde sa nelegálne používa 43 percent softvéru. Počet otázok na legálnosť softvéru prostredníctvom web stránky www.bsa.sk sa v priebehu roka zvýšil o 25 percent. Najčastejšie sa otázky týkajú internetového pirátstva.

Množstvo nelegálneho softvéru šíreného internetom je enormné. Protipirátska organizácia BSA počas prvej polovice minulého roka na výmenných (P2P) a torrentových sieťach identifikovala nelegálny softvér v hodnote takmer pol miliardy eur (celosvetovo). Táto čiastka je pri tom len kvapkou v mori oproti skutočne predanej hodnote. Gangy sa angažujú aj v ďalšej trestnej činnosti, napríklad v zneužívaní identifikačných údajov platobných kariet, krádežiach identity či šírení pornografie.

Kto nie je pirátom

Ak už bolo dielo zverejnené - film mal premiéru v kine, pieseň v rádiu a podobne - a vy si ho sťahujete výhradne pre svoju potrebu, autorské právo neporušujete. Musíte však byť fyzická osoba a nesmiete ho následne zverejňovať - nesmiete toto dielo dať k dispozícii ďalším osobám. Rozmnoženiu diela podľa § 24 ods. 1 autorského zákona možno zhotoviť výlučne pre osobnú potrebu. Príslušná európska smernica pritom používa pojem „private use“, teda súkromná potreba, čo možno vykladať širšie ako je potreba osobná. Účel zhotovenia rozmnoženiiny pre osobnú potrebu pritom nesmie byť priamo ani nepriamo obchodný.

Sťahovanie teda nie je možné za účelom zárobku. Ak sú splnené tieto podmienky, nemusíte mať súhlas autora na stiahnutie filmu či hudby a nemusíte uhradiť autorovi odmenu. Autor určitú satisfakciu za pirátske sťahovanie svojho diela dostáva tak či tak. Jedným z argumentov pre neobmedzené rozmnožovanie pre osobnú potrebu bez ohľadu na povahu zdroja je aj existencia tzv. pirátskej dane, ktorá sa platí vo výške niekoľkých percent z ceny každého nenahrátého nosiča alebo rozmnožovacieho zariadenia umiestneného na príslušný trh.

Rozmnožovanie pre osobnú potrebu sa nevzťahuje napríklad na počítačové programy. „Podobne to platí aj pre notový záznam hudobného diela alebo celé literárne dielo, či jeho podstatnú časť.

Zákony nie sú jednoznačné

Legálnosť sťahovania hudby a filmov je na súdoch niekedy spochybňovaná. Už viackrát sa na pôde najmä zahraničných súdov dôvodilo, že ak si stiahneme z internetu zadarmo niečo, čo sa za obvyklých okolností predáva v obchode, získavame tak nepriamy obchodný prospech - nadobudneme zadarmo niečo, za čo by sme inak museli platiť. Myslíme si, že tento argument o nepriamom obchodnom prospechu nie je správny a nemožno ho bez posúdenia konkrétnych okolností aplikovať na všetky prípady.

„Rozšírenie internetu vyvoláva aj niekoľko etických otázok, týkajúcich sa ochrany súkromia, bezpečnosti a dôveryhodnosti údajov, autorského práva a práv na duševné vlastníctvo, pornografie, stránok vyvolávajúcich nenávisť, či šíriacich pod rúškom serióznych správ ohováranie a osočovanie, ako i mnohých iných problémov.“[Mešťánková, 2013]

Podľa niektorých názorov musí byť zdroj, z ktorého si fyzická osoba zhotovuje rozmnoženinu diela pre osobnú potrebu, legálny. Teda dielo, ktoré zamýšľame z internetu skopírovať, má byť zverejnené oprávnené, so súhlasom nositeľa práv. To však často býva problém.

Ak by bol používateľ povinný vždy skúmať, či autorské dielo, ktoré zamýšľa stiahnuť (rozmnožiť pre osobnú potrebu) je zverejnené oprávnené, so súhlasom nositeľa práv, ale to by sme spochybnili podstatu fungovania internetu.

SOZA si najme kontrolórov

Podľa marketingovej manažérky Slovenského ochranného zväzu autorského (SOZA) Kataríny Tomandlovej sú hudobné diela majetkom autorov, preto s nimi nemožno nakladať bez súhlasu tvorcov. „Každý majiteľ internetovej stránky, ktorá je poskytovateľom downloadingu hudobných diel, je v zmysle Autorského zákona povinný získať licenciu/súhlas na verejné sprístupňovanie hudobných diel prostredníctvom elektronickej komunikačnej siete a zaplatiť prostredníctvom SOZA autorské odmeny autorom hudobných diel“, upozorňuje.

Stránky ako Rapidshare, CZ share a podobne zväz nerieši, lebo ich server nie je umiestnený na Slovensku. Tie, ktoré majú servery na našom území, však nezisková organizácia sama od seba vyhľadáva a ak ich prevádzkovatelia neprídu sami s iniciatívou platiť, vyzýva ich k tomu sama.

SOZA v rámci svojich protipiráckych aktivít pripravuje v najbližšej dobe s pomocou externých pracovníkov jeho podstatne rozsiahlejšie monitorovanie. Pokiaľ prevádzkovateľ nájdenej stránky nebude mať so SOZA uzavretú licenčnú zmluvu a nezareaguje na výzvu ohľadom vysporiadania

si autorských práv, SOZA to bude brať ako bezdôvodné obohatenie sa. „Podľa potreby môže (zväz) podať podnet na prešetrenie trestného činu za neoprávnené nakladanie s dielami, ktoré sú predmetom autorského práva“, vysvetľuje Tomandlová.

Záver

Porušovanie práv duševného vlastníctva v jeho rôznych formách je dnes určite jedným z dominantných foriem porušovania práva v oblasti informačných technológií, a to v celosvetovom meradle.

Podľa súčasne platnej legislatívy Slovenskej republiky (Autorský zákon, 618/2003 Z.z., a §283 Trestného zákona) je porušovanie autorského práva považovateľné za trestný čin s vážnymi dôsledkami – možnosť odňatia slobody do 5 rokov, vysoké pokuty alebo prepadnutie majetku.

Aké sú dôvody, že softvérové pirátstvo je tak rozšíreným a to v celosvetovom meradle? Aspoň niekoľko základných dôvodov:

1. nízka úroveň všeobecno-právneho povedomia
2. vysoké náklady na obstaranie legálnej licencie
3. ľahká replikovateľnosť spôsobená základnými vlastnosťami SW
 - kópia je vytvoriteľná v rovnakej kvalite ako originál
 - vytvorením kópie nedochádza k obmedzeniu strany vlastniacej originál
4. existencia nekontrolovateľného komunikačného kanálu (Internet) umožňujúceho získanie pirátskeho SW
5. zneužívanie fenoménu SW pirátstva ako prostriedku konkurenčného boja medzi predajcami výpočtovej techniky – „zabudnuté“ inštalácie SW na disku predávaného počítača ako výhoda pri nákupe nového počítača u konkurenčného predajcu
6. zložitá kontrolovateľnosť vytvára priestor pre rôzne „podnikateľské“ aktivity súvisiace s nelegálnym rozmnožovaním a predajom SW
7. možno až prehnane dynamický vývoj nových verzií vyžadujúci pomerne časté a nákladné investície
8. dynamický vývoj prináša so sebou aj ďalší sekundárny jav – chybovosť, ktorá je síce on-line u väčšiny vývojárskych spoločností odstraňovaná, ale u používateľa vyvoláva efekt znechutenia a odmietavého stanoviska k vynakladaniu prostriedkov na legálnu aktualizáciu
9. reálny stav ekonomík – najmä v krajinách bývalého socialistického bloku väčšina používateľov (ziskové i neziskové organizácie, štátna správa, školstvo, ...) rieši často existenčné či prevádzkové otázky pri ktorých otázka riešenia licenčnej politiky má nižšiu prioritu

V najbližšom období by sme sa mali zamerať na tieto uvedené hlavné dôvody, inak sa s daným problémom nebudeme schopní vyrovnáť.

Literatúra a zdroje:

- CHOVANEK, J. – PALÚŠ, I.: *Lexikón ústavného práva*. Bratislava: Procom. 2004. 261 s. ISBN 8085717131.
- KRSKOVÁ, A.: *Úvod do štúdia práva*. Bratislava: Akadémia Policajného zboru v Bratislave. 1997. 166 s. ISBN 8080540330.
- LAZÍKOVÁ, J.: *Autorský zákon – komentár*. Bratislava: IURA EDITION. 2013. 479 s. ISBN 9788080785932.
- MEŠŤÁNKOVÁ, M.: Internet = nepriateľ? Iba ak mu to sami dovoľíme. In: *Dotyk zla: mediálna výchova a výchova médií - Megatrendy a médiá*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013. ISBN 978- 80-8105-478-5, str. 125- 139.
- SMEJKAL, V.: *Internet a §§§*. Praha: Grada. 2001. 284 s. ISBN 8024700581.

Kontaktné údaje:

PhDr. Denisa Jánošová, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
djanosova@azet.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

KRÍZA AUTOREGULÁCIE AKO DÔSLEDOK KRÍZY ŽURNALIZMU

The Crisis of Self-regulation as a Result of the Crisis of Journalism

Imrich Jenča

Abstrakt: Autoregulácia výkonu žurnalistickej činnosti jednotlivca je úzko spojená s inštitucionálnou autoreguláciou žurnalistiky. Kolektívna autoregulácia zase vychádza z demokratických tradícií spoločnosti a z postavenia a autority novinárskych profesijných organizácií v nej. Mediálne prostredie transformujúcich sa krajín strednej Európy stojí preto pred neľahkou úlohou – i keď autoregulácia jednotlivca a novinárskych inštitúcií na úrovni redakcií prešla istým prerodom, výsledok zďaleka nenapĺňa požiadavky rozvinutej demokratickej spoločnosti. Problémom je však aj (alebo predovšetkým) autorita profesijných novinárskych organizácií. Zdá sa, že bezprostredne po zmene spoločenského zriadenia bol ich status vyšší ako je dnes. Súčasná profesijné štruktúry bojujú o existenciu, názorové či generačné rozpory medzi nimi zase atomizujú odbornú novinársku obec, čo znižuje váhu ich slova v spoločnosti. Dôsledkom tohto stavu je strata prestíže novinárskeho povolania. Oprávnené preto môžeme hovoriť o kríze žurnalizmu.

Kľúčové slová: autoregulácia, autorita, profesijné organizácie, demokratická spoločnosť, kríza žurnalizmu

Abstract: Text. The self-regulation of the performance of journalistic activities by an individual is closely linked to the institutional self-regulation of journalism. Collective self-regulation in turn is based on democratic traditions of the society and on the position and authority of professional journalistic organizations in it. Media environment of the transition countries of Central Europe is therefore facing a difficult task – even after the self-regulation of the individual and of the journalistic institutions on the level of editorial offices went through a certain rebirth, the result falls short of requirements of a developed democratic society by far. The problem, however, is also (or especially) the authority of professional journalistic organizations. It appears that immediately after the change of the social structure their status was higher than it is today. The current professional

institutions struggle for existence, opinion or generational conflicts between them atomize the professional journalistic community and reduce the weight of their words in society. The consequence of this situation is the loss of prestige of the journalistic profession. Therefore, we can rightfully talk about the crisis of journalism.

Key words: self-regulation, authority, professional organizations, democratic society, journalism crisis

Mediálna ochrana publika je dôležitá aj v prípade, keď médiá fungujú korektne, v zmysle zásad vyspelej demokracie. Čo potom, keď médiá korektne nefungujú – je to akoby dešifrovanie dvojitého kódovania: jeden kód tvorí obsah novinárskeho prejavu (a postoj autora v ňom), v druhom kóde sú zašifrované záujmy médií. I keď o novinárskej obci hovoríme ako o strážkyni demokracie, ona sama zreteľne odzrkadľuje aktuálny stav spoločnosti. Je totiž objektom i subjektom jej pohybu, pravda, ako subjekt má v spoločnosti výnimočné postavenie. Postavenie, a teda aj tomu zodpovedajúce záväzky a povinnosti. Príspevok sme nazvali Kríza autoregulácie ako dôsledok krízy žurnalizmu, no je namieste hovoriť o kríze žurnalizmu? V kontexte postavenia novinárskej obce by sme tým totiž naznačovali aj krízu spoločnosti, a to sa už niekomu môže zdať prisilné tvrdenie. Miera slobody médií je však i mierou demokracie spoločnosti, ak teda majú v spoločnosti problémy médií, potom má problémy i samotná spoločnosť. Analogicky to bude platiť aj v prípade použitia termínu kríza. A asi to nebude náhoda, že pred niekoľkými dňami sa na internete objavil blog Miroslavy Kernovej s názvom Milý syndikát novinárov, socializmus sa dávno skončil,¹ v ktorom sa zaoberá úlohou a súčasným postavením najväčšej novinárskej organizácie na Slovensku. Rovnako nebude náhodou, že Inštitút pre verejné otázky (IVO) v rámci projektu IVO Barometer za rok 2013² hodnotí sféru fungovania nezávislých médií a médií verejnej služby ako dlhodobo najhoršiu z hodnotených oblastí.

Autoregulácia výkonu žurnalistickej činnosti jednotlivca je úzko spojená s inštitucionálnou autoreguláciou žurnalistiky. Kolektívna autoregulácia zase vychádza z demokratických tradícií spoločnosti a z postavenia

1 <http://omediach.blog.sme.sk/c/353821/Mily-syndikat-novinarov-socializmus-sa-davno-skoncil.html>

2 <http://www.ivo.sk/7106/sk/aktuality/-ivo-barometer-kvalita-democracie-na-slovensku-za-prve-dva-stvrtroky-2013>

a autority novinárskych profesijných organizácii v nej. Zastavme sa teda najprv pri profesijných alebo inak sa deklarujúcich organizáciách žurnalistov. Po roku 1989 vznikli viaceré, spomeňme Slovenskú asociáciu novinárov, Slovenský syndikát novinárov, Network Slovakia, Úniu slovenský novinárov, Slovenský zväz novinárov, AEJ (Association of European Journalists, GINN (Združenie nezávislých investigatívnych novinárov pre ochranu verejného záujmu a boj proti korupcii). Z uvedených združení mal najsilnejšie zázemie Slovenský syndikát novinárov, ktorý sa stal nástupníckou organizáciou prednovembrového Zväzu novinárov Slovenska (SZN). I keď sa objavujú tvrdenia, že členská základňa SSN sa skladala najmä z aktívnych novinárov prednovembrového obdobia, nie je to tak. Na druhej strane faktom zostáva, že aktívni novinári v poslednom období záujem o členstvo v tejto organizácii neprejavovali. Analýzu vývoja členskej základne, a teda aj analýzu záujmu novinárov o samotný syndikát, nech si urobí predsedníctvo tejto organizácie ako súčasť reflexie dôvodov jej nastávajúceho zániku. Deštrukciu tejto organizácie totiž zapríčinili predovšetkým vlastné, vnútorné problémy. Syndikát novinárov má však za sebou obdobie, keď jeho slovo v spoločnosti malo váhu. Boli to najmä posledné roky starého a prvé roky nového milénia, pravda, v tom čase najväčšiu profesijnú organizáciu novinárov inak vnímali aj vrcholoví politici. Práve v tomto období vznikla napríklad Tlačová rada Slovenskej republiky, ktorá mala a má ako autoregulatívny orgán novinárskej obce riešiť podnety na nedodržiavanie novinárskej etiky. No profesijný partner dialógu o médiách v spoločnosti v čase vzniku ponovembrovej mediálnej legislatívy sa postupne stal iba glosátorom diania v spoločnosti, namiesto aktívneho ovplyvňovania mediálneho prostredia sa obmedzil na dodatočnú formuláciu vyhlásení a stanovísk k mediálnym aktivitám politického spektra. Čím viac sa syndikát sústreďoval na vlastné problémy so samotnou existenciou a zmysluplnou náplňou činnosti, tým rýchlejšie odchádzal z mediálnej scény. V poslednom období je schopný rozvíriť hladinu verejnej a odbornej mienky len výpredajom nehnuteľného majetku. Prípadne usvedčením s porušovania autorského zákona pri nelegálnom preberaní textov z iných médií.³ Nikto sa zatiaľ nepozastavil ani nad prepojením Akadémie médií a syndikátom – jedna vec je prenájom priestorov najmladšej vysokej školy na Slovensku, druhá nadštandardná pozornosť novej žurnalistickej školy na oficiálnej stránke syndikátu.

Vážnym a stále nedoriešeným problémom zostáva komparácia Etického kódexu Syndikátu novinárov s kódexami iných novinárskych organizácií,

3 <http://medialne.blog.etrend.shk/mediawatch/we-syndikatu-novinarov-prebera-bez-suhlasu-cudzie-texty-problem-v-tom-nevidi.html>

no súčasne aj možnosti jeho uplatnenia v spoločnosti. Položme si totiž základnú otázku – som povinný ako respondent (občan) rešpektovať etický kódex nejakej profesijnej organizácie, ktorý nemá v spoločnosti všeobecnú platnosť? Som povinný ako občan strpieť obmedzenia, ktoré mi z takéhoto kódexu vyplývajú? V etickom kódexe, ktorý sa v roku 2011 premenoval z Etického kódexu SSN na Etický kódex novinára⁴ (čo môže byť pre novinársku obec zavádzajúce, keďže tá nemusí vedieť, že Slovenský syndikát nie je reprezentantom všetkých novinárov), sa v prechodnom a záverečnom ustanovení píše, že kódex bol schválený po tom, čo sa k nemu pripojili ďalšie novinárske a profesijné organizácie a redakcie podľa priloženého zoznamu. V zozname pristupujúcich organizácií je uvedených 6 redakcií tlačných periodík, jedno združenie lokálnych televízií, jedna celoplošná televízia, jedna celoplošná rozhlasová inštitúcia, jedno vydavateľstvo. K tomu tri či štyri iné mediálne inštitúcie, no žiadna ďalšia profesijná novinárska organizácia. Pritom v texte poslednej úpravy kódexu okrem problematického schvaľovania používania tzv. mimoriadnych prostriedkov (teda utajované spôsoby nahrávania, vrátane skrytej kamery či mikrofónu), sa objavuje aj súhlas na zverejňovanie neoverených informácií, či zverejňovanie informácií zo súkromia osôb, ktoré nie sú verejne činné a ich súkromie je inak chránené, a tiež súhlas s odmietnutím poskytnutia informácie, v akom kontexte sa výpoveď respondenta má v mediálnom celku použiť. To všetko, okrem iného, v záujme ochrany morálky a základných spoločenských hodnôt. Tak to deklaruje text kódexu. Nikomu zo syndikátu (ale ani širšej novinárskej obce) neprekáža tá vágna formulácia? Základné spoločenské hodnoty si určuje redakcia? Novinár? A čo s morálkou? Určuje ju šéfredaktor? Šéfredaktor liberál, šéfredaktor scientológ, šéfredaktor bigotný katolík? Zaujímavé by bolo aj zistenie, ako sa s týmto etickým kódexom vysporiadala Rada pre vysielanie a retransmisiu ako kontrolný orgán audiovizuálneho vysielania?

Aby sme si uvedomili zásadné zmeny v kódexe, uvediem práva respondenta, ktoré mu zaručoval predchádzajúci kódex:

- poskytovať informácie (fakty) a vysvetľovať vzťahy medzi nimi nie je to isté; analýza problémunie je súčasťou obligatórneho (povinného) informačného procesu,
- poskytovateľ informácie nie je povinný vysvetľovať,
- poskytovateľ informácie má právo nekomentovať,
- poskytovateľ informácie má právo poznať zámer redaktora a spôsob použitia informácie v kontexte celého príspevku,

4 <http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>

- poskytovateľ informácie má právo na kontrolu svojej výpovede – a to aj v prípade, ak je jeho výpoveď zachytená na nosiči audiovizuálneho média (zostrih nahrávky),
- poskytovateľ informácie má právo dodatočne nesúhlasiť s uverejnením rozhovoru (ak nešlo o poskytovanie obligatórnej informácie),
- poskytovateľ informácie má právo na dodatočnú opravu chybné zaznamenananej alebo zle pochopenej informácie.⁵

Priznám sa, celkom ma pobavilo zistenie, že v zozname organizácií, ktoré ku kódexu pristúpili, je stále vedený Slovenský rozhlas. Stalo sa to v roku 2011, za rozhlas podpísala pristúpenie ku kódexu vtedajšia riaditeľka M. Zemková. Dnes už táto organizácia neexistuje. Vztahuje sa pristúpenie aj na nástupnícku organizáciu? Alebo na STV, teda dnes druhú polovicu verejnoprávnej inštitúcie, sa kódex nevzťahuje? A aká je korelácia medzi etickým kódexom a Štatútom programového pracovníka a spolupracovníka RTVS? Uvediem príklad v súvislosti so zdrojmi a spôsobmi získavania informácií, na ktoré som poukázal v predchádzajúcom texte (na získanie nahrávky nie je vlastne potrebný súhlas dotknutej osoby, netreba ju autorizovať ani vysvetľovať v kontexte jej použitia). V štatúte programových pracovníkov a spolupracovníkov RTVS sa v tejto súvislosti píše: *Na získanie zvukového, obrazového a zvukovoobrazového záznamu potrebujú (redaktori) súhlas účinkujúceho, rovnako ako na jeho odvysielanie. Všetky takto získané zvukové, obrazové a zvukovoobrazové záznamy podliehajú štandardným postupom editovania a redigovania. A ďalej: Každý účinkujúci musí byť vopred oboznámený s podstatou reportáže, príspevku alebo programu, so všetkými podstatnými faktami a výhradami, ktoré súvisia alebo by mohli súvisieť s jeho postojmi a vyjadreniami.*⁶ Inými slovami – účinkujúci (poskytovateľ informácie) má právo poznať kontext použitia svojej výpovede; toto právo mu nemožno uberať. Aj vy ste si položili otázku, ktorý kódex potom dodržiava redaktor verejnoprávnej inštitúcie, ak je súčasne členom Slovenského syndikátu novinárov?

Nechuť novinárov združovať sa po roku 1989 len do jednej profesijnej organizácie bola pochopiteľná, no atomizáciu novinárskych združení možno z dnešného pohľadu hodnotiť ako kontraproduktívnu. Novinárska obec, roztrieštená do rôznych minizdružení, nie je schopná prezentovať sa na verejnosti ako celok. Politikom takýto stav vyhovuje, machiavellistické

5 JENČA, I.: *Postoje respondentu*. In: Otázky žurnalistiky. Roč. 47, číslo 1 – 2 (2004), s. 67 – 72.

6 <http://www.rtv.slovensko.sk/o-rtvs/statut-rozhlasu-a-televizie-slovenska>

„rozdeľuj a panuj“ ani nebolo treba plánovať, strážcovia demokracie si začali vylamovať zuby sami. Prispela k tomu aj široko sa rozmáhajúca taktika zastrašovania médií politickými špičkami žalobami o vysoké odškodné; vari nikde v Európe nie je taká disproporcía medzi náhradou škody za poškodenie zdravia a ujmou na cti politika. Kolektívneho odsúdenia tohto stavu médiá nie sú v súčasnosti schopné.

Všeobecnú vážnosť napokon nedosiahla ani Tlačová rada, akceptácia jej rozhodnutí je mizivá, samotné jej závery nemajú na autoreguláciu novinárov či redakcií prakticky žiaden vplyv. Napokon, aj samotná rada má svoje problémy s autoreguláciou, keďže má (mala) vo svojich radoch člena vedenia mienkotvorného denníka a šéfredaktorku vydavateľstva, aj keď to stanovky rady nedovoľujú. Odborné stanoviská k aktuálnemu mediálnemu daniu sa neobjavujú ani na stránkach ostatných združení, novinárska obec akoby nebola schopná vlastnej kritickej reflexie. Keď sa potom objaví zásadné porušenie etických princípov novinárskej práce celou redakciou alebo dokonca samotným médiom (napr. TA3 s listinou spriaznených a ignorovaných organizácií, prípadne všeobecne rozšírené zaväzovanie si novinárov rôznymi formami darov), odborná obec z toho nie je schopná urobiť žiadne závery. Rovnako nie je schopná žiadnej investigatívy vo svojich radoch – vyslovujú sa viaceré podozrenia so spriaznenosťou niektorých médií s politickou špičkou, so zrejým príklonom viacerých médií k rôznym politickým stranám, čo sa ukazuje najmä v čase volieb, s výberom komentátorov, ktorí sa neusilujú svoju neobjektívitu ani skrývať, s krížovým vlastníctvom médií a podobne, no všetko zostáva odbornou obcou nepovšimnuté. Strážcovia demokracie sa k týmto konkrétnym témam radšej nevyjadrujú, možno v mene nejakému deformovanému pocitu solidárnosti. Bez ich zásadnejšieho ohlasu tak zatiaľ zostáva aj ignorovanie mienkotvorného denníka predstaviteľmi vlády, čo je jav vo vyspelej demokracii nevidaný a neakceptovateľný. Autoregulácia na inštitucionálnej úrovni jednoducho nefunguje.

Ak prechádza niečo beztrestne médiu, prečo by podobný postup nemohla voliť redakcia? Redaktorka zahraničného vysielania verejnoprávneho média bola usvedčená s vykrádania cudzieho článku, napriek tomu je pre médiu verejnej služby dôveryhodnou novinárkou, ktorá naďalej zastáva miesto zahranično-politickej komentátorky. Zatiaľ čo by ju vo vyspelej demokracii tento čin v žurnalistike doživotne diskvalifikoval, u nás to v médiu, ktoré má objektivitu uloženú zákonom, neprekáža. Spomenúť by sme mohli aj ďalšie kauzy – vymysleného autora Edwina Grassmeiera v denníku Sme, vymyslený článok o alkoholizme otca známeho speváka a pod. Napokon, v tomto smere možno odporúčať monografiu Problémy v etike a profesionalizme slovenských novinárov, ktoré pripravil Stredoeurópsky inštitút

pre ekonomické a sociálne reformy INEKO; ten približuje aj ďalšie formy profesionálnych prešľapov slovenských novinárov.⁷ Publikácia je z roku 2003, no aktuálna je dodnes. Paradoxne, etiku novinárov v súčasnosti strážia predovšetkým blogeri a mimovládne organizácie, nie odborná novinárska obec.

Do tohto prostredia vstupujú noví novinári, ktorí iné prostredie a štýl práce nepoznajú. Ktosi im možno na začiatku profesionálnej kariéry povie čosi o etickom kódexe redakcie (ten si redakcie doplnili zväčša až po prevalení škandálu s prijímaním rôznych darov), no keď takýto človek zistí, že sa mu po prevzatí kompletného článku z PR agentúry bez odkazu na zdroj nič nestane, v budúcnosti sa tým zaoberať vôbec nebude. Viacerí teoretici médií odhadujú, že takmer 60 % obsahu novín dnes pochádza z takýchto zdrojov. Výskum správania sa slovenských novinárov v kontakte s pracovníkmi PR agentúr, ktorý v roku 2003 urobila agentúra Donath-Burson-Marsteller na vzorke 410 novinárov, píšucich pre tlačene médiá; presne popisuje, akým spôsobom úspešne osloviť slovenského novinára.⁸ S článkom, ktorý by sa touto problematikou zaoberal so žurnalistického hľadiska, som sa doteraz nestretol. Mimochodom, dary... Už ich všetky renomované redakcie odmietli a zakotvili si to aj do redakčných kódexov. Napriek tomu sa napr. autá veselo testujú ďalej. Teda – renomovaná automobilka požičia redakcii na týždeň najmodernejšie auto. Keď sa všetci povožia, napíše sa oslavný článok, aby sa mal budúci potenciálny majiteľ akože podľa čoho rozhodovať... Už sa niekto v takomto teste stretol s kritikou značky? Už niekto v tejto súvislosti počul výrok redaktora – auto značky „xy“ si nekupujte, je zlé? Teda dar-nedar? Patrí tam aj „kontrola“ letovísk pred otvorením sezóny? Isteže, dary-nedary fungujú veselo ďalej.

Aj keď mediálne školy chrlia jedného absolventa za druhým, ešte stále jedna tretina žurnalistov v novinách má nižšie ako vysokoškolské vzdelanie, jedna tretina nenovinárske vysokoškolské vzdelanie, a len zvyšok prešlo žurnalistickou vysokoškolskou prípravou. Vysnívaná profesia bez príslušného vzdelania, pocit vlastnej dôležitosti (podporovaný rozporuplným etickým manuálom), kontakt so svetom „veľkej politiky“, tolerovaná absencia životných skúseností, to všetko robí z novinárskej profesie atraktívne povolanie. Pre naplnenie takéhoto sna je ne jeden mladý človek ochotný plniť

7 V načrtnutom kontexte možno odkázať aj na literatúru Pavla Dinku, ktorý sa problémom slovenských médií venuje dlhodobo – Slovenské masmédiá (2008), Žurnalisti (2010), Mediálne pasce verus mozog v nádrži (2013).

8 Ako udáva autor výskumu, prieskum je porovnateľný s prieskumom novinárov vo Veľkej Británii, ktorý pre Burson-Marsteller vykonala spoločnosť The Survey Shop.

v médiách akékoľvek úlohy. I také, ktoré sú v konečnom dôsledku v rozpore s autoreguláciou novinára, redakcie i médií. Ved' – neznalosť zákona a právnych noriem síce neospravedľuje – no rozhodne uľahčuje život. Okrem profesionálnej prípravy, profesionálnej novinárskej prípravy, absen-tuje v podobných prípadoch aj to, čo Immanuel Kant nazval kategorickým imperatívom. Ako hovorí C. Tresmontant, významný francúzsky katolícky filozof, v kontexte vnútornej slobody si nevystačíme len s pojmi etika a morálka, ide o podstatne hlbší problém.⁹ Podstatu ľudskej slobody, nevy-hnutného atribútu autoregulácie, T. Akvinský spája s „libertas a coactione“ (slobodou od vonkajšie nátlaku) a „libertas a necassitate“ (slobodou od vnútornej nutnosti).¹⁰ Sloboda od vonkajšieho nátlaku sa etickým kódexom regulovať dá, sloboda od vnútornej nutnosti je otázkou mravnej vyspelosti jednotlivca. A jej základ určite netvorí desať bodov nejakého etického red-akčného či všeobecného novinárskeho kódexu: „Nikto nemôže so mňa sňať dôstojnosť i bremeno slobodného zaujatia stanoviska, za ktoré musím sám niesť zodpovednosť.“¹¹ Sloboda myslenia je náročná záležitosť, nie každý ju zvládne, i keď o vlastnej vnútornej slobode mnohí v novinách nemajú žiad-ne pochybnosti. K poznaniu, že opak je pravdou, je však cesta oveľa dlhšia.

Dôvodov na optimizmus v súčasnosti veľa nie je, žiaľ, zatiaľ môžeme len opakovane konštatovať – súčasné profesijné novinárske štruktúry bo-jujú o existenciu, názorové či generačné rozpory medzi nimi zase atomi-zujú odbornú novinársku obec, čo v konečnom dôsledku znižuje váhu ich slova v spoločnosti. Následkom tohto stavu je strata prestíže novinárske-ho povolania v očiach publika. Oprávnené preto môžeme hovoriť o kríze žurnalizmu.

Literatúra a zdroje:

- CORETH, E.: *Co je člověk?* 4. vydanie. Zvon : Praha 1994. 211 s. ISBN 80-7113-098-2
- JENČA, I.: *Postoje respondentů*. In: *Otázky žurnalistiky*. Roč. 47, číslo 1 – 2 (2004), s. 67 – 72.
- TRESMONTANT, C.: *Otázky naší doby. Filozoficko-teologický slovník*. Barrister and Principal : Brno 2004. 479 s. ISBN 80-86598-94-2
- <http://omediach.blog.sme.sk/c/353821/Mily-syndikat-novinarov-socializmus-sa-davno-skoncil.html>

9 TRESMONTANT, C.: *Otázky naší doby. Filozoficko-teologický slovník*. Barrister and Principal : Brno 2004, s. 129.

10 CORETH, E.: *Co je člověk?* Zvon : Praha 1994, s. 91.

11 CORETH, E.: *Co je člověk?* Zvon : Praha 1994, s. 95.

<http://www.ivo.sk/7106/sk/aktuality/-ivo-barometer-kvalita-demokracie-na-slovensku-za-prve-dva-stvrtroky-2013>

<http://medialne.blog.etrend.sk/mediawatch/web-syndikatu-novinarov-prebera-bez-suhlasu-cudzie-texty-problem-v-tom-nevidi.html>

<http://www.ssn.sk/eticky-kodex-novinara/>

<http://www.rtv.slovenska.sk/o-rtvs/statut-rozhlasu-a-televizie-slovenska>

Kontaktné údaje:

doc. PhDr. Imrich Jenča, PhD.

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Námestie Jozefa Herdu 2

917 01 Trnava

im.jenca@gmail.com

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

INTERNET AKO VÝZVA K AKTÍVNEJ A HODNOTNEJ PARTICIPÁCII JEDNOTLIVCA NA KOMUNIKÁCIÍ

Internet as a Challenge to an Active and Valuable Participation of Individuals in Communication

Viera Kačinová

Abstrakt: Cieľom príspevku je analyzovať fenomén aktívnej participácie mladých ľudí na komunikácii v prostredí internetu a paradoxy, ktoré digitálna komunikácia so sebou prináša. Príspevok zároveň načrtáva možnosti výchovného usmerňovania komunikačnej aktivity jednotlivca na internete, aby sa z nej stalo niečo pozitívne a osobnostne obohacujúce.

Kľúčové slová: internet, užívateľ, digitálna participatívna kultúra, spontánnosť, impulzivnosť, hodnoty

Abstract: The aim of the present paper is to analyze the phenomenon of active participation of young people in communication on the internet and to analyze the paradoxes that digital communication entails. The paper also outlines educational guidance options of communication activity of an individual on the internet in order to turn it into something positive and rewarding in terms of personality.

Key words: internet, user, participatory digital culture, spontaneity, impulsiveness, values

1 Digitálni prozumentí ako tvorcovia participatívnej kultúry

Analyzovať fenomén aktívnej participácie mladých ľudí na komunikácii v prostredí internetu znamená prednostne reflektovať zmeny v prvkoch tradičného modelu masovej komunikácie na úrovni mediálneho publika, ktoré podnietila generácia nových médií 2 a 3. Pasívni príjemcovia mediálnych obsahov sa menia na aktívnych užívateľov (schopných selektovať z prijímaných obsahov), z ktorých sa stávajú aktívni komunikátori. Internet je platformou aktivít tzv. prozumentov, aktívnych konzumentov, ktorí sú zároveň producentmi vlastných mediálnych obsahov. Množstvo mladých ľudí, ktorí

vytvárajú a udržiavajú aktívnym spôsobom komunikačný priestor, sebaaprezentáciu a šíria vlastné obsahy v sieti neustále stúpa.¹ Značná časť mladých ľudí je aktívnou súčasťou špecifického prostredia vytvoreného prostredníctvom on-line komunikačných nástrojov, ktorú Jenkins označuje participatívna kultúra. Jej charakteristickými znakmi podľa uvedeného autora sú:

- kultúra s relatívne malými prekážkami vyjadrenia sa (umeleckého a občianskej angažovanosti),
- silná podpora vlastnej tvorby a jej komunikovania,
- výskyt istého druhu neformálneho mentorstva, kedy sa skúsenejší účastníci snažia odovzdať svoje vedomosti menej skúseným,
- existencia sociálnej podpory, súdržnosti, akceptácie jednotlivých členov.²

Uvedená kultúra zahŕňa rôzne formy aktívnej participácie mladých v on-line priestore v rámci formálneho a neformálneho členstva v záujmových on-line komunitách ako sú Friendster, Facebook, MySpace až po rôzne vyjadrenia vlastnej tvorivosti prostredníctvom zábavných videí, zinov, www stránok či blogov. Je možné sem zahrnúť formy participácie voľnočasového, ale i proaktívneho charakteru - občiansko-politické aktivity a angažovanosť mladých vo veciach verejných³.

V ďalšej časti príspevku načrtneme výklad základných charakteristických znakov participatívnej kultúry so zohľadnením aktívnych komunikačných praktík mladých ľudí a ich motívov v prostredí internetu a budeme ju ponímať ako výzvu v rámci edukačného pôsobenia.

2 Digitálna participatívna kultúra - kultúra slobodného vyjadrenia sa mladého človeka

Internet je miestom kultivácie a šírenia pluralizmu poznania, myslenia, pocitov, postojov, hodnôt, v rámci garantovanej a len minimálne

1 ARANDA, D., SÁNCHEZ- NAVARRO, J., - TABERNERO, C. et al.: *Transformemos el ocio digital : Un proyecto de socialización en el tiempo libre*. [online]. Barcelona : Centre d'Estudis, 2010, p. 12. [2014 – 04 – 28]. ISBN: 978-84-694-1410-1. Dostupné na: <http://fundesplai.org/arxius/PDFs/Publicacions/LibroTransformemos-el-ocio-digital-2010.pdf>

2 JENKINS, H.: et al.: *Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century*. [online]. Chicago : The MacArthur Foundation, 2009, p. 11- 12. [cit. 2014 – 04 – 24]. ISBN 978-0-262-51362-3. Dostupné na: <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>

3 VRABEC, N.: Digitálni domorodci na Slovensku : komunikácia a nová identita mládeže v on-line prostredí. In: *Communication Today*, ISSN: 1338-130X, 2010, č. 1, s. 88.

obmedzovanej realizácie slobody prejavu jednotlivca. Možnosť slobodného vyjadrenia zahŕňa všetky oblasti komunikatívneho, kreatívneho a spoločenského využívania daného média človekom. Samotní používatelia internetových aplikácií ako sociálne siete či Fotolog ich považujú za miesto, kde vyjadrujú slobodne svoje problémy týkajúce sa bežných situácií, skupinového či individuálneho charakteru.⁴ Prostredníctvom tvorby statusov, zapájania sa do on-line diskusií, komunikuje mladý človek druhým výsledky reflexie podmienok vlastnej existencie, predstavy o vlastnej identite. Sloboda prejavu jednotlivca na internete je umocnená *impulzívnosťou* či *spontánnosťou*, ktoré sú charakteristickými užívateľskými aktivitami, resp. typickými kvalitami správania mladého človeka v on-line komunikácii. Patria medzi disinhibičné prejavy človeka v on-line komunikácii⁵, vyplývajúce z charakteru internetu ako disinhibovaného priestoru, ako prostredia bez zábran⁶. Spoločnými znakmi impulzívneho a spontánneho prejavu človeka na internete je náhlosť v konaní, vopred neuvážené, nepremyslené konanie (vzťahuje sa na dané správanie človeka a jeho dôsledky)⁷.

V ďalšej časti príspevku analyzujeme faktory, ktoré podmieňujú impulzívne či spontánne prejavy človeka v internetovej komunikácii ako aj ich prejavy a dôsledky:

A. Rýchlosť komunikácie

Typickou charakteristikou nových médií je rýchlosť, ktorá umožňuje užívateľovi šíriť informácie - zverejniť a zviditeľniť ostatným vlastné myšlienky,

-
- 4 JUAREZ, D. A. – BARROSO, A.G. – NAVARRO, J.S.: *Una discusión sobre ocio digital y aprendizaje: Algunos mitos y una paradoja sobre las redes sociales y los videojuegos*, [online], p.4 [cit. 2014 – 05 – 1]. ISBN 978-0-262-51362- Dostupné na: <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/je%203/Daniel%20Aranda%20-%20Jose%20Antonio%20Gabelas.pdf>
 - 5 Z. Vybíral uvádza ako niektoré z prejavov on-line disinhibície: nezdržanlivosť, pudové správanie, impulzívne rozhodovanie (Výzkum disinhibice u mladých uživatelů chatu. In: PLAŇAVA, I., PILÁT, M. Děti, mládež a rodiny v období transformace. Brno: Barrister & Principal, 2002, s. 281. ISBN 80-86598-36-5
 - 6 ŠMAHEL, D.: Psychologie a internet. *Děti dospělými, dospělí dětmi*. Brno : Triton, 2003, s. 13. ISBN 80-7254-360-1
 - 7 Psychologický slovník od autorov: Hartl, P. – Hartlová, H. definuje impulzívne správanie ako: „uskutočnenie okamžitého nápadu, bez zábran, prevedené so značnou energiou, pri vedomí“ (s. 245). Spontánnosť ako kvalita označuje prirodzenosť, bezprostrednosť, náhlosť, živelnosť, dopredu neuvážený, nie vždy plne si uvedomovaný čin, (2000, s. 558).

pocity v podobe správy, komentára a to spontánne (v zmysle zverejnenia prvého, čo mu príde na rozum bez predchádzajúcej myšlienkovej reflexie).

Digitálna generácia zároveň disponuje schopnosťou rýchlo sa adaptovať a reagovať na informáciu - rýchlo vyberať a spracovať šírené informácie. Výber informácie však často krátko zodpovedá rýchlemu impulzu, ktorý nie vždy je človekom reflektovaný a neimplikuje ani následnú reflexiu z jeho strany. Mladému človeku v kyberkultúre, ktorý je vzťahovaný do rýchlych zmien, chýba čas na dlhšie premýšľanie. „*V dlhšom a hlbavejšom premýšľaní by hrozilo zaostávanie, zmarenie mnohých príležitostí. Individuum v tejto rýchlosti nemôže zapájať všetky svoje schopnosti a mohutnosti. Na správnu a rýchlu orientáciu potrebuje operačný rozum, ktorý vo veľkej rýchlosti spracuje a vyhodnotí daný stav a určí ako konať ďalej*“⁸. Daný charakter on-line kultúry odráža priamo aktuálne postmoderné kultúrno-spoločenské prostredie, ktorej charakteristickými znakmi sú rýchlosť a nepokoj.

Neželaným dôsledkom rýchlosti komunikácie je riziko omylu tak na strane strany širiteľa ako aj na strane príjemcu informácií. Rýchlosť on-line komunikačného procesu môže spôsobiť šírenie nepravdivých informácií či informácií problematických vo vzťahu k druhej osobe (napr. jej dobrej povesti), môže sťažovať overovanie a kontrolu kvality šírených informácií. Daný jav zodpovedá komunikačnej kultúre na internete: „*V sieti sú všetci „novinármi“, ale málo z nich sú zároveň aj „editormi*“⁹. Riziko omylu vyplýva z určitej netrepezlivosti v konaní či myslení vyprodukovanej rýchlosťou komunikačného procesu. V rámci tvorby textového komentára môže chcieť mladý človek prísť na riešenie problému príliš rýchlo, pričom preskakuje bezprostredné kroky potrebné k vytvoreniu správneho úsudku (kritická analýza, komparácia, syntéza informácií).¹⁰

Rýchlosť komunikácie môže zároveň *sťažovať reflexiu vlastného správania* aj v zmysle *uvedomenia si možných dôsledkov svojho konania voči sebe i druhým*. Presvedčenie, že je potrebné predovšetkým rýchlo konať, môže potlačiť do úzadia potrebu konať dobre (v zmysle dodržiavania určitých etických pravidiel). Tento postoj ako uvádzajú Fernandez a Sala ich robí

8 GÁLIK, S.: *Duchovný rozmer krízy súčasného človeka*. Bratislava : Iris, 2010, s. 21. ISBN 80-969360-2-6.

9 PÉREZ-LATRE, F.J: Paradojas de la comunicación digital. In: *Acepresa*. [online]. 29. 6. 2011. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: <http://www.acepresa.com/articulos/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>

10 FERNANDEZ, F. G. – SALA, X. B.: *EDUCAR HIJ@S INTERACTIV@S. : Una reflexión práctica sobre las pantallas*, Madrid : Foro Generaciones Interactivas, 2010, p. 13. ISBN: 84-8081-066-1

veľmi zraniteľnými a ľahko manipulovateľnými¹¹, resp. umožňuje problematické formy správania voči druhých osobám. Podľa Pérez-Latreho určitá skupina internetových užívateľov preukazuje nedostatok empatie, ktorá môže byť uľahčená "automatickosťou" alebo dištanciou v komunikácií medzi osobami, ktoré namiesto toho, aby spolu komunikovali si len vymieňajú správy.¹²

Paradoxom digitálnej komunikácie je, že hoci môže človeka informačne obohatiť, zároveň ho však nemusí urobiť múdrejším (viest' k povrchnosti vo vnímaní reality, k strate schopnosti reflexie, hlbšieho premýšľania).

B. Anonymita virtuálneho priestoru, fyzická separácia vysielateľa a príjemcu informácií

Anonymita virtuálneho priestoru resp. fyzické oddelenie medzi účastníkmi komunikácie umožňuje človeku viac sa otvoriť, eliminovať určité bariéry v komunikácii, prekonať strach spontánne sa vyjadriť, stratiť alebo odložiť zábrany, stud, pretože mu dáva pocit ochrany a slobody zároveň.

Fyzické oddelenie medzi vysielateľom a príjemcom v sieti predisponuje človeka vyjadriť veci, ktoré by tvárou v tvár vypovedal len v prípade, že by mal k tomu vážny dôvod.¹³

Človek tak môže vysloviť akýkoľvek postoj na úrovni žiadateľnej intenzity na škále od extrémne pozitívneho až k extrémne negatívneho. V pozitívnom zmysle môže anonymita či dištančný spôsob komunikácie uľahčiť následnú reálnu komunikáciu face to face. Spontánne vypovedanie niečoho osobnejšieho v súvislosti s vlastným prežívaním resp. o kvalite vzťahu k druhému človeku môže slúžiť ako báza pre nadviazanie či posilnenie vzťahov v realite (príkladom sú reálne priateľstvá, manželstvá, ktorých základom bola komunikácia vo virtuálnom priestore). Na strane druhej je bezprostrednými reakciami človek vystavený riziku zneužitia údajov osobnejšej povahy, resp. negatívnym reakciám zo strany druhých vo vzťahu k vlastnej osobe, napr. v podobe elektronického šikanovania, diskriminácie, agresívneho či vulgárneho správania.

Výsledky výskumu Dospievajúci vo virtuálnom priestore preukázali, že 49,8 % žiakov ZŠ sa stretáva na internete s nadávaním a vysmievaním,

11 tamže

12 PÉREZ-LATRE, F.J: Paradojas de la comunicación digital. In: Acepresa. [online]. 29. 6. 2011. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: <http://www.acepresa.com/articulos/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>

13 BRINGUÉ, X. - LEDESMA, J. R, ORTIZ, J. A - SÁDABA, Ch.: *Adolescentes con personalidad*. educación del carácter através del cine en el mundo digital. Libro del estudiante 2, Madrid : AcP., 2012, p. 77

42,6 % ZŠ s ohováraním, šírením nepravdivých informácií a 30,0 % so sexuálnymi narážkami a komentármi. Zároveň sú mladí ľudia samotnými aktérmi uvedeného negatívneho správania voči druhým: „*Mladí ľudia sami priznávajú, že na internete si najčastejšie robia srandu z iných*“ (59 % respondentov), *vysmieávajú sa alebo nadávajú niekomu* (49,8 % respondentov) a *fotografujú alebo natáčajú iných v trápnych situáciách a potom to zverejnia* (16,5 %).¹⁴ Z výsledkov ďalej vyplýva, že si žiaci často ani neuvedomujú, že sa jedná o negatívne javy (ako napr. v prípade kyberšikanovania), považujú to za spôsob zábavy, respektíve si neuvedomujú závažnosť svojho konania¹⁵.

Špecifickým problémom spojeným s aktívnou a autentickou participáciou mladých vo virtuálnom anonymnom priestore, ale tiež s virtuálnym priestorom ako takým (platí aj pre vo svojej podstate neanonymné internetové služby ako Facebook) je *pravdivosť ako vedomá kvalita správania mladého človeka*. Zo zverejnených výsledkov predmetného výskumu vyplýva, že na internete uvádzajú o sebe nepravdivé informácie, vytvárajú si falošné profily. 49,4 % dievčat a 42,1 % chlapcov uviedlo o sebe na internete niekedy nejaké nepravdivé informácie. Dospievajúci si najčastejšie prispôbujú vek (predovšetkým kvôli prístupu na rôzne internetové stránky), klamú o svojom výzore alebo vystupujú pod iným pohlavím¹⁶.

V podstate načrtnutých problémov je ako mladý človek pracuje so slovom ako nástrojom komunikácie v prostredí internetu. V jej podstate je ľudí spájať. Zmysel ľudského slova i komunikácie prostredníctvom internetu však môžu byť znehodnotené. Človek sa môže stať šíriteľom slov, ktoré povzbudzujú, potvrdzujú hodnotu druhých, alebo sa zmeniť sa na nástroj šírenia klamstva, nevráživosti, slova, ktoré rozdeľuje, druhým ubližuje. Internet ako nástroj komunikácie sa stáva prostriedkom spájania druhých ľudí do tej miery, do akej sa ním stáva človek sám. V tejto súvislosti sa stále aktuálnejšou stáva potreba uplatňovať etické pravidlá, resp. pravidlá netikety v prostredí internetu. Podľa Perez-Látneho: „*prostredie internetu požaduje novú revolúciu: revolúciu láskavosti*“¹⁷.

14 GREGUSOVÁ, M. TOMKOVÁ, J. BALÁŽOVÁ, M.: *Dospievajúci vo virtuálnom priestore. Záverečná správa z výskumu*. [online]. Bratislava : VÚDPAP; e-Slovensko, 2010, s.16 [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: www.zodpovedne.sk/download/vyskumna_sprava_sk.pdf

15 tamže, s. 19

16 tamže, s. 23

17 PÉREZ-LATRE, F.J: *Paradojas de la comunicación digital*. In: *Aceprensa*. [online]. 29. 6. 2011. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: <http://www.aceprensa.com/articles/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>

Ponímanie internetového priestoru ako anonymného a odosobneného priestoru teda rovnako nastoľuje problém reflexie vlastného správania jednotlivca a jeho možných dôsledkov vo vzťahu k vlastnej osobe i druhým. V tomto zmysle ide o to pochopiť, že neexistuje rozdiel medzi konaním osoby vo virtuálnom živote a reálnom živote. Virtuálne činy pochádzajú od reálnych osobností, pričom kvalita daného činu ovplyvňuje prednostne vlastnú osobnosť (robí človeka lepším či horším) a tiež druhých (podľa kvality etického či neetického správania voči druhým ich pozitívne rozvíja alebo degraduje). „*Niekedy je rozlišovanie medzi „životom on-line“ a „životom off-line“, trochu máťúce. Život „on-line“ či virtuálny je reálny život (aj keď nie fyzicky). T.j. život „on-line“ je rovnako skutočný ako život sám, je príležitosťou pre rozvoj vlastnej osobnosti a výkon cností (alebo ľudských nedostatkov).*“¹⁸

3 Digitálna participatívna kultúra – kultúra sociálnej podpory mladého človeka

Kapitál, ktorý poskytuje mladým ľuďom internet prostredníctvom svojich služieb špeciálne sociálnych sietí je aktívne komunikovať vlastné skúsenosti, názory v sociálnych virtuálnych priestoroch vyznačujúcich sa vysokou mierou sociálnej podpory, družnosťou, uznaním, t.j. kvalit, ktoré mladí ľudia vytvárajú a zároveň tiež rozvíjajú. Sociálne siete sa stávajú priestorom neformálneho sociálneho učenia.¹⁹ Sociálne potreby ako potreba združovania (kontaktu), sebaopotvrdenia, sociálnej adaptácie patria medzi hlavné motivácie, ktoré vedú jedinca k elektronickej komunikácii. Roberto Balaguer v súvislosti s motívmi mladých participovať na chatovej komunikácii uvádza potrebu komunikovať efektívne, čo znamená predovšetkým docieľiť pozitívne prijatie jeho slovných, obrazových či emocionálnych prejavov zo strany druhých.²⁰ Je to snaha nadviazať družnosť, získať pocit sebaakceptácie, uznanie, ktoré motivujú mladých ľudí mať množstvo kontaktov či priateľov vo virtuálnych sieťach. Multiplikácia priateľov znamená možnosť

18 tamže

19 ARANDA, D., SÁNCHEZ- NAVARRO, J., - TABERNERO, C. et al.: *Transformemos el ocio digital : Un proyecto de socialización en el tiempo libre*. [online]. Barcelona: Centre d'Estudis, 2010, p. 9. [2014 – 04 – 28]. ISBN: 978-84-694-1410-1. Dostupné na: <http://fundesplai.org/arxius/PDFs/Publicacions/LibroTransformemos-el-ocio-digital-2010.pdf>

20 BRINGUÉ, X. - LEDESMA, J.R, ORTIZ, J.A - SÁDABA, Ch.: *Adolescentes con personalidad*. educación del carácter através del cine en el mundo digital. Libro del estudiante 2, Madrid : AcP, 2012, p. 77

väčšej sociálnej interakcie, a teda väčšiu príležitosť pre vyjadrenie spolupatričnosti, väčšiu sociálnu prestíž chápanú ako istý spôsob sebaopotvrdenia.

Positívne reakcie na profil zvyšujú sebaúctu a well-being mladých a naopak, negatívne reakcie majú opačný efekt²¹, čo potvrdili aj zistenia v rámci výskumu *Dospievajúci vo virtuálnom priestore*, podľa ktorého je komentovanie iných profilov a kontrolovanie hodnotenia svojich vlastných profilov je pre mladých, hlavne pre dievčatá, kľúčovou aktivitou na Facebooku²².

Umožniť jednotlivcovi participovať na komunitárnom živote vo virtuálnom priestore s uvedenými znakmi je v súčasnej silne individualizovanej spoločnosti pre značne individualizovaného jedinca bezpochyby pozitívnym prínosom. Paradoxom nových médií však zostáva, že tak ako na jednej strane umožňujú mladému človeku žiť spoločenský život, môžu prispievať k jeho sociálnej izolácii. Udržiavanie medziľudských vzťahov v „online živote“ pre mnohých mladých ľudí predstavuje istým spôsobom náhradu vzťahov v „offline živote“. Tým, že sa disponibilita nových médií u používateľov zvyšuje, sa ich využívanie presúva čoraz viac z verejných do súkromných priestorov. Počítač umožnil mladým ľuďom vytvoriť nový priestor pre komunikáciu v rámci individualizovaného izolovaného priestoru, z ktorého nadväzuje komunikáciu s vrstovníkmi, okolitým svetom. Charakteristiky mobilu zároveň umožnili vytvoriť jedinečný, individuálny a intímny priestor medzi displejom a používateľom.²³

Izolácia istým spôsobom indikuje, že komunikácia nefunguje. Pokiaľ používame dobre digitálne technológie, naša blízkosť k ostatným sa zvyší. Život online nemôže nahradiť život offline. Nové komunikačné prostriedky majú slúžiť ľuďom, vychádzajúc z ich podstaty by ich teda mali robiť viac sociálnymi.²⁴

21 VALKENBURG, P. M., PETER, J., SCHOUTEN, A. P. 2006. Friend networking sites and their relationship to adolescent's well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and behavior*, 9 (5), s. 584-590. In: GREGUSOVÁ, M. TOMKOVÁ, J. BALÁŽOVÁ, M.: *Dospievajúci vo virtuálnom priestore. Záverečná správa z výskumu*. [online]. Bratislava : VÚDPAP; e-Slovensko, 2010, s.10-11. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: www.zodpovedne.sk/download/vyskumna_sprava_sk.pdf

22 tamže

23 FERNANDEZ, F.G. – SALA, X. B.: *EDUCAR HIJ@S INTERACTIV@S. : Una reflexión práctica sobre las pantallas*, Madrid : Foro Generaciones Interactivas, 2010, p. 12. ISBN: 84-8081-066-1

24 PÉREZ-LATRE, F.J: *Paradojas de la comunicación digital*. In: Aceprensa. [online]. 29. 6. 2011. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: <http://www.aceprensa.com/articulos/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>

4 Participácia mladých na on-line komunikácii ako edukačná výzva

Z načrtnutého charakteru a podmienok digitálnej participatívnej kultúry vyplývajú úlohy pre výchovu mladých ľudí k aktívnej participácii na komunikácii v prostredí internetu. Cieľom edukačného vplyvania je dosiahnuť, aby sa z nej stalo niečo *konštruktívne*, t.z. *pozitívnym spôsobom rozvíjalo osobnosť jednotlivca resp. druhých*. Nové médiá predstavujú pre človeka príležitosť osobnostného rastu (v zmysle rozvoja kognitívnych, emocionálnych i sociálnych kvalít), za predpokladu edukačného usmerňovania. Pre edukáciu je to výzva viesť mladého človeka k autentickej participácii na on-line komunikácii založenej na *rozumnom usmerňovaní a sebakontrolе vlastnej spontánnosti*, na realizácii *slobody*, ktorá nie je ponímaná len ako neobmedzená možnosť vyjadrenia sa, ale v súvislosti s realizáciou ďalších hodnôt najmä *múdrosti, pravdy a dobra*. Nové médiá ako prostriedky sociálneho učenia požadujú *rozvoj sociálnych zručností mladého človeka*, aby urobil virtuálny priestor viac sociálnym.

Uvedené chápanie participácie je v protiklade s inštrumentálne ponímanou participáciou, ktorá zahrňuje predovšetkým rozvoj inštrumentálnych znalostí a technických zručností mladého človeka v zmysle ovládania a využívania technických a technologických vymožeností nových médií v on-line komunikácii. Ako zdôrazňuje David Reyero García v rámci edukačných aktivít je dôležité opätovne zdôrazniť dôležitosť formácie v tzv. klasických cnostiach, ktoré môžu pomôcť človeku humanizovať jeho vzťah s novými komunikačnými médiami.²⁵ Úlohou zámerného edukačného procesu je teda formovať mladých ľudí, aby sa stali šíriteľmi kultúry rešpektu k ľudskej osobe v prostredí internetu.

Príkladom edukačnej aktivity spĺňajúcej uvedené výchovné ciele je španielsky projekt *Adolescenti s osobnosťou (Adolescentes con Personalidad)*. Jeho cieľom je prispieť k výchove charakteru mladého človeka prostredníctvom filmovej výchovy (formovanie v základných ľudských hodnotách či cnostiach prostredníctvom klasického i súčasného filmu). Projekt je zameraný na rozvoj troch dimenzií ľudskej osobnosti (vlastné sebaopoznanie, slobodu a starostlivosť o ostatných) a tri oblasti ich rozvoja (digitálnu, sociálnu a emocionálnu). Projekt, ktorého výstupom je súbor 8. edukačných CD-romov s ukážkami a analýzami filmov pre žiakov a súbor 6 metodických materiálov a tutoriálov pre pedagógov a rodičov bol experimentálne overený a v súčasnosti sa využíva na španielskych školách v rámci výchovy

25 GARCÍA, D. R.: Medios de comunicación, participación y juventud. In: *Revista de estudios de la juventud*, ISSN: 0211-4364, 2005, no. 68, p. 41

k občianstvu a eticko-občianskej výchovy v sekundárnom stupni vzdelávania²⁶. V oblasti digitálnych médií je jednou edukačnou témou *výchova spontánosti mladých ľudí v prostredí internetu*. Obsah učiva tvoria nasledovné témy: vymedzenie pojmu spontánosť, faktory, ktoré uľahčujú impulzívne prejavy žiakov v digitálnom svete, prečo je dôležité premýšľať pred tým ako vytvoríme komentár v sociálnej sieti, aké kritériá je dôležité zohľadniť pri komunikácii v sociálnej sieti, kritická analýza ukážok filmu *The Social Network*. Súčasťou učebného textu sú ďalšie odporúčané filmy, ktoré je možné vo výučbe využiť. Učivo je žiakom sprostredkované prostredníctvom didaktických metód ako sú problémové úlohy, diskusia, kritická analýza citátov odborníkov a známych osobností k téme, analýza ukážok filmových diel. Edukačné poslanstvo témy pre žiakov je možné zhrnúť nasledovne: Nemusíme sa úplne vzdať prejavov spontánosti v našich e-mailoch, na facebooku, blogoch, ale je dôležité predtým ako ich použijeme ako nástroje komunikácie urobiť krátku reflexiu, zvážiť dopady našich slov, pýtať sa samých seba či sa v súčasnosti alebo budúcnosti nemôžu stať príčinou konfliktov s osobami, s ktorými komunikujeme alebo s nami samotnými.²⁷ Uvedený projekt môže byť príkladom ako využiť edukačné príležitosti nových médií a zároveň návodom ako formovať mladých ľudí ako aktívnych a zodpovedných účastníkov na on-line komunikácii.

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

- ARANDA, D., SÁNCHEZ- NAVARRO, J., - TABERNERO, C. et al.: *Transformemos el ocio digital : Un proyecto de socialización en el tiempo libre*. [online]. Barcelona : Centre d'Estudis, 2010, 13 s. [cit. 2014 – 04 – 28]. ISBN: 978-84-694-1410-1. Dostupné na: <http://fundesplai.org/arxius/PDFs/Publicacions/LibroTransformemos-el-ocio-digital-2010.pdf>
- BRINGUÉ, X. - LEDESMA, J.R, ORTIZ, J.A - SÁDABA, Ch.: *Adolescentes con personalidad*. educación del carácter através del cine en el mundo digital. Libro del estudiante 2, Madrid : AcP, 2012, p. 76 – 83.

26 BRINGUÉ, X. - LEDESMA, J.R, ORTIZ, J.A - SÁDABA, Ch.: *Adolescentes con personalidad*. educación del carácter através del cine en el mundo digital. Libro del estudiante 2, Madrid : AcP, 2012, p. 76 – 83.

27 tamže

- FERNANDEZ, F.G. – SALA, X. B.: EDUCAR HIJ@S INTERACTIV@S. : *Una reflexión práctica sobre las pantallas*, Madrid : Foro Generaciones Interactivas, 2010, 150 s. ISBN: 84-8081-066-1
- GARCÍA, D. R.: Medios de comunicación, participación y juventud. In: *Revista de estudios de la juventud*, ISSN: 0211-4364, 2005, no. 68, p. 32 - 43
- GÁLÍK, S.: *Duchovný rozmer krízy súčasného človeka*. Bratislava : Iris, 2010, 93 s. ISBN 80-969360-2-6.
- GREGUSOVÁ, M. TOMKOVÁ, J. BALÁŽOVÁ, M.: *Dospievajúci vo virtuálnom priestore. Záverečná správa z výskumu*. [online]. Bratislava : VÚDPAP; e-Slovensko, 2010. 27 s. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: www.zodpovedne.sk/download/vyskumna_sprava_sk.pdf
- HARTL, P. – HARTLOVÁ, H.: *Psychologický slovník*. Praha : Portál, 2000. 774 s. ISBN 80-7178-303-X
- JAKUBOWICZ, K.: *Nová ekologie médií : Konvergence a mediamorfóza*. Zlín : Verbum, 2013. 334 s. ISBN 978-80-87500-37-8
- JENKINS, H.: et al.: *Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century*. [online]. Chicago : The MacArthur Foundation, 2009, 146 p. [cit. 2014 – 04 – 24]. ISBN 978-0-262-51362-3. Dostupné na: <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf>
- JUAREZ, D. A. – BARROSO, A.G. – NAVARRO, J.S.: *Una discusión sobre ocio digital y aprendizaje: Algunos mitos y una paradoja sobre las redes sociales y los videojuegos*, [online]. 13 p. [cit. 2014 – 05 – 1]. ISBN 978-0-262-51362-3. Dostupné na: <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%203/Daniel%20Aranda%20-%20Jose%20Antonio%20Gabelas.pdf>
- PÉREZ-LATRE, F.J.: Paradojas de la comunicación digital. In: *Aceprensa*. [online]. 29. 6. 2011. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: <http://www.aceprensa.com/articles/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>
- ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet: děti dospělými, dospělí dětmi*. Praha : Triton, 2003. 158 s. ISBN 80-7254-360-1
- VALKENBURG, P. M., PETER, J., SCHOUTEN, A. P.: Friend networking sites and their relationship to adolescent's well-being and social self-esteem. *Cyberpsychology and behavior*, 9 (5), s. 584-590. In: GREGUSOVÁ, M. TOMKOVÁ, J. BALÁŽOVÁ, M.: *Dospievajúci vo virtuálnom priestore. Záverečná správa z výskumu*. [online]. Bratislava : VÚDPAP; e-Slovensko, 2010, s.10-11. [cit. 2014 – 04 – 24]. Dostupné na: www.zodpovedne.sk/download/vyskumna_sprava_sk.pdf
- VRABEC, N.: Digitální domorodci na Slovensku : komunikácia a nová identita mládeže v on-line prostredí. In: *Communication Today*, ISSN: 1338-130X, 2010, č. 1, s. 88

VYBÍRAL, Z.: Výzkum disinhibice u mladých užívateľů chatu. In: PLAŇAVA, I., PILÁT, M.: *Děti, mládež a rodiny v období transformace*. Brno: Barrister & Principal, 2002. s. ISBN 80-86598-36-5

Kontaktné údaje:

PhDr. Viera Kačinová, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
vkacinova@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

VYSIELANIE PRE DETI VO VEREJNOPRÁVNÝCH MÉDIÁCH AKO BEZPEČNÝ PRIESTOR PRE DETSKÉHO DIVÁKA

Children's Television Programming in the Public Media as a Safe Space for Child Viewers

Viktória Kolčáková

Abstrakt: Cieľom príspevku je poukázať na jedno z kľúčových kritérií vysielania pre deti a mládež vo verejnoprávnej televízii, a tým je bezpečný obsah. Autorka vo svojom príspevku ponúka aj výsledok prieskumu medzi rodičmi na tému detských programov.

Kľúčové slová: deti, médiá, verejnoprávna televízia, Zákon o detskej televízii, vysielanie pre deti, bezpečnosť, rodičia

Abstract: The aim of this paper is to point out one of the most important criteria of children's television programming in the public television – a safe content. The author in her paper offers the results of a survey among parents on children's programs.

Key words: children, media, public television, Children television Act, children's television programming, safety, parents

Úvod

Nástup duálneho systému zasiahol veľmi citlivo aj tvorbu a vysielanie určené deťom. Príchod komerčnej televízie rozbil monopolný model celoštátneho vysielania, v ktorom mal detský adresát dlhé desaťročia svoje stabilné miesto. Osobitne citlivé boli tieto zmeny v menších národných televíziách. Ivan Králik v príspevku *Vysielanie pre deti a mládež v duálnom systéme* toto obdobie opisuje ako roky, kedy sa verejnoprávne televízie dostali do defenzívy, zatiaľ čo komerčný sektor išiel nekompromisne za svojimi cieľmi (množstvo divákov, podiel na trhu, návratnosť investícií). Budúcnosť detskej tvorby vyzerala, podľa neho, viac než neisto. Na jednej strane nedostatok financií, na druhej nedostatok záujmu. Zdalo sa, že komerčný sektor natrvalo odsunie záujem o detskú produkciu na vedľajšiu koľaj, keďže je relatívne

drahá a orientuje sa na pomerne špecifické divácke skupiny. Verejnoprávne médiá, v zápase o hlavné vysielacie časy, odrazu nemali dostatok zdrojov na to, čo bolo po desiatky rokov samozrejmosťou. Nie však naddlho. Uvedomili si, že honba za divákmi nie je pre nich jediným perspektívnym cieľom, preto prinútené okolnosťami, znova predefinovali svoje základné prednosti, zmysel a poslanie, teraz v podmienkach duálneho systému. V novej stratégii mnohých verejnoprávnych televíziách, najmä západnej Európy, sa ešte intenzívnejšie vynorila služba mladej generácii, ako jeden z kľúčových argumentov existencie a nezastupiteľnosti aj preto, že v mnohých štátoch zákon neukladal komerčnej televízii povinnosť zabezpečiť vysielanie pre deti.¹

1 Zákonné vymedzenia vysielania pre deti a mládež

Prvé legislatívne požiadavky pre kvalitné a bezpečné vysielanie pre deti nachádzame už v Dohovore o právach dieťaťa, ktorý bol prijatý 20. novembra 1989. V mene Českej a Slovenskej Federatívnej Republiky Dohovor podpísal v New Yorku 30. septembra 1990 prezident republiky. V Článku 17 - Prístup k vhodným informáciám sa píše: „Štáty, ktoré sú zmluvnými stranami tohto Dohovoru, uznávajú dôležitú funkciu hromadných oznamovacích prostriedkov a zabezpečujú dieťaťu prístup k informáciám a materiálom z rôznych národných a medzinárodných zdrojov, predovšetkým takých, ktoré sú zamerané na rozvoj sociálneho, duchovného a mravného blaha dieťaťa a tiež jeho telesného a duševného zdravia.“² V pokračovaní článku nachádzame výzvu k podpore médií na šírenie informácií pre deti, a teda vytváraniu programov na to zameraných. Dôraz sa kladie aj na jazykové menšiny, ale aj na ochranu pred škodlivými obsahmi. „Za týmto účelom štáty, ktoré sú zmluvnými stranami tohto Dohovoru, budú podporovať: a/ hromadné oznamovacie prostriedky šíriace informácie a materiály, ktoré sú pre dieťa sociálne a kultúrne prospešné b/ medzinárodnú spoluprácu pri tvorbe, výmene a rozširovaní takýchto informácií a materiálov z rôznych kultúrnych, národných a medzinárodných zdrojov, d/ hromadné oznamovacie prostriedky, berúce zvláštny ohľad na jazykové potreby detí patriacich k menšinovej skupine alebo domorodému

1 KRÁLIK: Vysielanie pre deti a mládež v duálnom systéme. In: *Deti a televízia. Účelová publikácia k Cene Dunaja '93*. Bratislava : STV, 1993. s. 28

2 Dohovor o právach dieťaťa. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.unicef.sk/dokumenty/materialy-na-stiahnutie/advocacy/dohovor_o_pravach_dietata.pdf

obyvateľstvu, e/ tvorbu zodpovedajúcich zásad ochrany dieťaťa pred informáciami a materiálmi škodlivými pre jeho blaho,“³

Príkladom intervencie štátnych orgánov do vytvárania vzťahu medzi médiami a detským publikom sú Spojené štáty americké, v ktoré v roku 1990 prijali Zákon o detskej televízii (*Children television Act*). Predstavuje prvú právnu normu, ktorá upravuje vysielanie pre deti. Zákon však obsahoval skôr všeobecné zásady a výzvy na tvorbu programu pre deti a mládež a obsahoval aj požiadavku, aby sa pri udeľovaní alebo pri obnovovaní licencií prihliadalo na to, do akej miery programový výstup žiadateľa slúžil resp. poslúži vzdelávacím a informačným potrebám detí. V praxi sa však zákon veľmi neuplatnil, aj preto musela Federálna komisia pre telekomunikácie (FCC) v hodnotiacej správe o účinnosti zákona konštatovať, že „*ligot reklamných dolárov má pre vysielateľov väčší pôvab, než výchova detí tohto národa.*“⁴ Tlak zákonodarcov a verejnosti však neutíchal, aj preto sa v roku 1996 do *Zákona o telekomunikáciách* dostala požiadavka na skvalitnenie programov pre deti a mládež, na čo zareagovala FCC povinnosťou známou ako „*kidvid rule*,” podľa ktorej musia jednotliví šíritelia televízneho vysielania ponúkať deťom minimálne tri hodiny týždenne programy, ktoré pomáhajú rozširovať ich poznávacie a informačné schopnosti. Komerčné televízie sa nechceli s touto požiadavkou stotožniť, argumentovali tým, že vzdelávacia úloha je úlohou verejnoprávnej televízie. Do sporu zasiahol vtedajší prezident Bill Clinton, ktorý pozval do Bieleho domu päťdesiat vedúcich manažérov amerických televízií a obrancov práv dieťaťa. Praktickým výsledkom rokovania bola prijatá dohoda, ktorá stanovila niekoľko dôležitých úloh:

- ponechala trojhodinovú normu vysielania programov pre deti do 16 rokov,
- stanovila, že minútáž jednotlivých programov nesmie byť kratšia ako 30 minút, pripúšťala však podiel troch kratších, ktoré však musel byť vykompenzovaný,
- relácie musia programy vyselať každý týždeň vždy v časoch medzi 07:00 – 22:00,
- obsahovú náplň si budú tvoriť samotní vysielatelia, avšak FCC má právo pripomienkovať ju v súhrnných správach,

3 Dohovor o právach dieťaťa. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.unicef.sk/dokumenty/materialy-na-stiahnutie/advocacy/dohovor_o_pravach_dietata.pdf

4 KRÁLIK, I.: Výkričníky pribúdajú. In: *Stop násilii v programoch TV! Zborník príspevkov k problému obrazov násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Slovenská televízia, 1997, s. 78

- svoje programové povinnosti môžu vysielatelia, v prípade že ich nemajú možnosť naplniť, kompenzovať inou formou, napr. nákupom počítačov do školy,
- plnenie požiadavky trojhodinového vysielania týždenne sa malo brať ako jedno z kľúčových hodnotení pri obnovovaní a prideľovaní licencie.⁵

Na americkom trhu tak začal stúpať dopyt po vzdelávacích a informačných programoch, keďže dovtedy v televíziách vysielali najmä tie zábavné.

Legislatívne úpravy v súvislosti s detským televíznym vysielaním majú aj v Austrálii, kde ACMA (Australian Communication and Media Authority) vypracovala v roku 2005 normy pre vysielanie pre deti (The Children's Television Standards). Cieľom tohto dokumentu je zabezpečiť, aby deti mali prístup ku kvalitným programom vyrobených špeciálne pre ne a zabezpečiť tak ochranu detí pred možnými škodlivými účinkami televízie. Programy, ktoré sú vhodné pre deti, sú označené písmenami C (children) a P (preschool) a sú odlišné od televíznej produkcie pre rodinné publikum. Sú to programy „vhodné pre“ alebo dokonca „primárne určené pre“ deti a navrhnuté špeciálne pre ich potreby a záujmy. ACMA ponúka rodičom na svojej stránke aj hodnotiacu tabuľku, ktorá ešte špecifikuje programy C na programy early, middle a late C. Zákon špecifikuje aj vysielacie časy a objem programov určených pre deti v komerčných televíziách. CTS vyžaduje, aby držiteľia licencie vysielali 260 hodín programov C ročne rozčlenených do nasledovných vysielacích časov: od 07:00 do 08:30 a od 16:00 do 20:30 od pondelka do piatku a od 07:00 do 20:30 cez víkendy a školské prázdniny. CTS ďalej vyžaduje, aby držiteľia licencií vysielali program P počas pracovných dní najmenej 30 minút nepretržite vo vysielacom čase od 7:00 do 16:30.⁶

Inštitucionálne štruktúry na podporu detskej tvorby existujú v Dánsku a Švédsku. Jedným z hlavných cieľov Dánskeho filmového inštitútu je zabezpečiť silné postavenie dánskych filmov pre deti a mládež doma i v zahraničí. Vo Švédsku má inštitút svojho vlastného filmového komisára pre deti a mládež. Okrem týchto inštitútov podporuje detskú produkciu aj vláda. V Dánsku dvadsaťpäť percent z peňazí vyhradených pre filmovú produkciu

5 KRÁLIK, I.: Výkričníky pribúdajú. In: *Stop násilium v programoch TV! Zborník príspevkov k problému obrazov násilium v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Slovenská televízia, 1997, s. 78

6 Children's Television Standards 2009 [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/television/documents/childrens_tv_standards_2009.pdf

pridelujú filmom pre deti a mládež. Vo Švédsku podpísala v roku 2006 vláda s filmovými a televíznymi spoločnosťami dohodu, že desať percent financií vyhradených pre filmový inštitút pôjde na filmy pre deti a mládež.⁷

Osobitnú pozornosť detskému divákovi venuje aj česká verejnoprávna televízia vo svojom kódexe v článku 2, ktorý je celý venovaný prístupu k produkcii pre deti a mládež. V článku 2.1 sa píše, že: „Česká televízia prístupuje k detskému divákovi predovšetkým s cieľom pomáhať mu objavovať a prijímať hodnoty slušnosti, vzdelanosti, pracovitosti a úcty k životnému prostrediu. Tejto úlohe prispôsobuje skladbu a charakter relácií určených detskému publiku. Uvedomuje si, že ak relácia deti nezaujme, svoju povinnosť si nespĺnila.“⁸ V nasledujúcom článku špecifikuje svoju úlohu verejnoprávnej inštitúcie smerom k detským percipientom: „Česká televízia ponúka detským divákovi predovšetkým sprostredkovanie tradície českej i svetovej rozprávky, filmy pre deti a mládež, súťaže, vzdelávacie a výchovné programy. Prispieva tiež ku kultúrnej orientácii a popularizácii športu medzi deťmi a dospelými. Za dôležitý záväzok v tejto oblasti treba považovať vytváranie podmienok pre rozvinutie pôvodnej tvorby adresovanej deťom a mládeži. Tento záväzok je umocnený vedomím, že Česká televízia je v krajine hlavným a prakticky jediným stálym producentom televíznej tvorby pre deti a mládež.“⁹

Na Slovensku usmerňuje produkciu a vysielanie verejnoprávnych médií v oblasti obsahov pre maloletých na viacerých miestach Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. V §3 vymedzuje pojem „program vo verejnom záujme“ so zreteľom na maloletých: „Program vo verejnom záujme je program zameraný na uspokojovanie informačných a kultúrnych potrieb poslucháčov alebo divákov na území, ktoré vysielateľ svojím signálom pokrýva; je to najmä 1.) program pre maloletých zameraný na vzdelávacie, výchovné a informačné účely...“¹⁰ Z citácie zákona je zrejmé, že vysielanie pre maloletých s dôrazom na vzdelávanie, výchovu a informovanie je verejným záujmom. Z osobitných povinností verejnoprávneho vysielateľa pre RTVS vyplýva, že: „...je základným poslaním je slúžiť veciam verejného alebo iného spoločenského

7 BLUMENAU, J.: *Children's Media Regulations A report into state provisions for the protection and of home-grown children's media* [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.savekidstv.org.uk/wp-content/uploads/2011/05/SKTV-competitor-territory-research-post-final-updated-24.4.11.pdf>

8 Kodex České televize. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-2-zvlastni-pozornost-detskemu-divakovi/>

9 Kodex České televize. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-2-zvlastni-pozornost-detskemu-divakovi/>

10 Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. §3, ods.h.

*záujmu ... podporovať rozvoj umeleckej tvorby, kultúry a vzdelávania.*¹¹ V súvislosti s maloletými ďalej zákon hovorí v §28 o ochrane maloletých, ktorý sa vzťahuje na všetkých vysielateľov programovej služby. Maloletý je podľa zákona *osoba mladšia ako 18 rokov veku.*¹² Ak teda hovoríme o programoch vhodných pre skupinu maloletých, ide o programy pre deti a mládež. Hoci v slovenskej legislatíve nemáme presne špecifikovaný pojem „detský program,“ vychádzajúc z dôvodovej správy *k Vyhláške Ministerstva kultúry Slovenskej republiky č. 589/2007 z 3. decembra 2007, ktorou sa ustanovujú podrobnosti o jednotnom systéme označovania audiovizuálnych diel...* chápeme detské programy ako programy vhodné pre maloletých do 12 rokov: „*Podľa odseku 2 pred vysielanie programov, ktoré sú klasifikované ako vhodné pre maloletých do 12 rokov, tzv. detské programy,...*“¹³

RTVS nemá svoj kódex, tak ako česká verejnoprávna televízia, zamestnanci by sa mali riadiť Štatútom programových pracovníkov a spolupracovníkov Rozhlasu a televízie Slovenska, ktorý bol v súlade s § 4 ods. 2 zákona č. 532/2010 Z. z. o Rozhlase a televízii Slovenska a o zmene a doplnení niektorých zákonov. V ňom sa však nenachádza žiadna zmienka a špecifickom prístupe k tvorbe pre deti a mládež a detským divákom. Rovnako tak nenájdeme v žiadnom zákone definovaný objem či kvalitu vysielania pre deti mládež. RTVS síce zo zákona vyplýva vyselať pre túto menšinu, no množstvo programov už vymedzené nie je. Pokiaľ ide o vysielateľov na základe licencie, na Slovensku si vysielateľ stanovuje objem jednotlivých programov sám. Štát mu to nijako zákonom neurčuje. Keď vysielateľ žiada o licenciu, jedným z požadovaných dokumentov je aj percentuálny podiel programových typov vo svojej plánovanej štruktúre. Nachádza sa tam aj položka programy pre deti a mládež, no realita, podľa slov predsedu Rady pre vysielanie a retransmisiu Miloša Mistríka, je väčšinou taká, že vysielateľ napíše 0 %. Má strach, že by ním stanovené percento nedokázal naplniť a bol by Radou sankcionovaný.

Pokiaľ ide o zmluvne či zákonom definovanú finančnú podporu programov pre deti, momentálne na Slovensku existujú dve možnosti. Prvá je priama podpora cez Audiovizuálny fond, ktorý od roku 2011 uplatňuje v programe 1 prioritu podpory tvorby pre deti v rámci hraných, dokumentárnych aj animovaných diel, pričom na túto podporu vytvára finančné

11 Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. §18, ods.2.

12 Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii. §3, ods.o

13 Dôvodová správa k Vyhláške Ministerstva kultúry Slovenskej republiky č. 589/2007. [cit. 2014-04-05]. Dostupné na: <http://old.culture.gov.sk/ministerstvo/pk/priloha?func=viewFile;rid=Cu6xJqJ2Vv8miPi71Ghw9A;fid=kzkAJ-HOD9h0wzll3FQUEww>

zdroje. Oproti ohlasom z oblasti animovanej tvorby sú však výrazne slabšie tvorivé a producentské aktivity v oblasti dokumentárnych diel a vzdelávacích programov pre deti a oveľa početnejšie nie je zastúpená ani hraná tvorba. Martin Šmatlák z Audiovizuálneho fondu tak problém tvorby pre deti už paradoxne nevidí v nedostatku peňazí na strane fondu, ale v nedostatku projektov na strane žiadateľov. Jeden z dôvodov môže byť práve špecifickosť tvorby pre detského diváka a tiež narušená kontinuita produkcie v tejto oblasti a s ňou súvisiaca strata tvorcov pre deti.¹⁴ Verejnoprávna televízia dostáva finančnú podporu od štátu prostredníctvom Zmluvy so štátom. V Prebule prvej Zmluvy č. MK - 77/09/M o obsahoch, cieľoch a zabezpečení služieb verejnosti v oblasti televízneho vysielania na roky 2010 – 2014 v článku 7 štát STV zaväzuje k tomu, „že finančné prostriedky poskytnuté na základe tejto zmluvy na realizáciu stanovenej časti programového záväzku použije na tvorbu, výrobu a vysielanie nových pôvodných programov vo verejnom záujme podľa § 3 písm. h) zákona č. 308/2000 Z. z., ktorými sú najmä: a) program pre maloletých zameraný na vzdelávacie, výchovné a informačné účely...“¹⁵, čo bola po dlhých rokoch prvý priama podpora programov pre túto vekovú kategória a kládla si za cieľ znovu naštartovať detskú tvorbu vo verejnoprávnej televízii. V ďalšej zmluve, ktorá už bola podpísaná súčasným riaditeľom RTVS Václavom Mikom na roky 2013 – 2017, sa už priama podpora programov pre deti a mládež nenachádza. Napriek tomu, že sa programy pre deti a mládež z peňazí zo Zmluvy so štátom vyrábajú, objem financií je zahrnutý pod výrobu dramatických či publicistických programov. Súčasný riaditeľ RTVS sa v prípade detskej tvorby nechce spoliehať len na peniaze, ktoré plynú zo spomínanej zmluvy, „Balík financií by bol fajn, keby to boli alokované zdroje na konkrétne formáty. Nespolieham sa na to, že by takéto deficit nahradili peniaze zo Zmluvy so štátom, za ktoré, napríklad, nemôžeme nakupovať kvalitné akvizíčné programy, ktoré deti tiež chcú pozerať.“¹⁶ Názory odborníkov sa na problematiku presného vymedzenia objemu či množstva financií zmluvou či zákonom rozchádzajú. Jedni v nej vidia garanciu produkcie za akýchkoľvek podmienok, iní sa obávajú iba prázdneho naplňovania štatistických údajov. V tomto prípade by som sa priklonila k názoru Jána Uličianskeho, súčasného manažéra pre vývoj a výskum programov pre deti

14 TOČÍKOVÁ, Z.: A čo detský divák? In: FILM.SK. Bratislava : 2013, č. 12., s. 23. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.film.sk/uploads/wnm/page/pdf_sk/808/film_sk-DECEMBER-2013-web.pdf

15 ZMLUVA č. MK - 77/09/M o obsahoch, cieľoch a zabezpečení služieb verejnosti v oblasti televízneho vysielania na roky 2010 – 2014. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.rtv.org/o-rtvs/dolezite-dokumenty-rtvs/zmluva-so-statom>.

16 MIKA, RTVS, Bratislava. Osobný rozhovor (2014-04-14)

a mládež v RTVS: „Ak ide o zákonom definovanú normu produkcie detských programov, som skôr zástanca zdravého úsudku, koľko a čoho treba vyrobiť, ale na druhej strane, keď on chýba, tak štatistika zas môže veľmi pomôcť.“¹⁷

2 Bezpečnosť ako základný pilier detských verejnoprávnych kanálov

Vznik a následné šírenie samostatných komerčných detských kanálov a s ním spojený odliv detských divákov, ale aj šírenie americkej kultúry a často nevhodných programov pre deti z hľadiska ich emocionálneho a psychického vývoja, podnietil koncom deväťdesiatych rokov niekoľko verejnoprávnych televízií, najmä v západnej Európe k spusteniu vlastných staníc pre deti, ktoré by poskytovali rodičom istotu a záruku nielen kvalitných, ale predovšetkým bezpečných programov. Medzi prvé verejnoprávnej detské kanály patrili nemecký Kinderkanal, od roku 2000 premenovaný na KI.KA, britský BBC Choice (1998), ktorý sa od roku 2002 rozdelil na CBeebies pre deti vo veku do 6 rokov a CBBC pre deti od 6 do 12 rokov. V roku 1999 roku začal vysielat' detský verejnoprávny kanál aj v Holandsku Z@ppelin. Detské komerčné stanice vysielajú aj v strednej Európe a rovnaké pohnútky, aké v deväťdesiatych rokoch viedli k spusteniu samostatných programov už spomínané krajiny, podnikli k tomuto činu aj Českú republiku a Poľsko. Keďže sú Slovensku kultúrne najbližšie, predstavíme si ich filozofiu a poukážeme na prvok bezpečnosti v ich programovej štruktúre.

2.1 Děčko – česká verejnoprávna televízia pre deti

Česká televízia v januári v roku 2012 vytvorila na programe ČT2 každodenný kompaktný blok detských programov s názvom *Kavčí hnízdo*. išlo o pravidelné približne trojhodinové pásmo, ktoré sa počas pracovných dní začínalo vždy o 17:00 moderovaným pásmom *Planéty YO*, pokračovalo reláciou pre najmenších *Kouzelná školka*, za ňou nasledoval *Večerníček* a po ňom seriál pre staršie deti z produkcie Walta Disneyho. Cez víkendy bol pre deti vo vysielacej štruktúre, okrem Kavčího hnízda večer, vyhradený blok aj dopoludnia. Vďaka zlúčeniu programov pre deti a mládež do jedného uceleného pásma, dostala programová ponuka pre túto cieľovú skupinu jednotný a pravidelný systém, čím si získala detského diváka a sledovanosť jednotlivých programov oproti roku 2011 stúpila. Rovnako stúpila aj sledovanosť *Večerníčka*, ktorý k sebe pritiahol o štyritisíc detí vo veku 4-9 rokov

17 ULIČIANSKY, RTVS, Bratislava. Osobný rozhovor (2014-04-14)

viac.¹⁸ Na webovej stránke Českej televízie malo *Kavčí hnízdo* samostatnú podstránku, kde diváci mohli nájsť aktuálnu skladbu programu detského pásma na daný deň a najbližší mesiac. Rovnako tak mali vytvorené podstránky aj ostatné pravidelné detské tituly, prostredníctvom ktorých informovali detských divákov alebo ich rodičov, o zákulisnom dianí či aktualizáciách jednotlivých častí. *Kavčí hnízdo* vytvorilo podmienky pre spustenie samostatného detského kanálu ČT :D (Děčko), ktorého vysielanie spustila Česká televízia 31. 8. 2013.

Vysielací čas určený pre detských divákov je od 06:00 až do 20:00, kedy na rovnakom okruhu strieda detský program kultúrny kanál ČT art. Cieľovou skupinou Děčka sú deti vo veku od štyroch do dvanásť rokov, a keďže ide o širokú skupinu detí, program sa ďalej delí na program pre menšie deti od štyroch do osem rokov a program pre deti vo veku od osem do dvanásť rokov. Niektoré relácie či seriály sú určené obom skupinám. Jednotlivé typy relácií sa v programe striedajú po krátkych, najčastejšie dvadsiatiach až tridsiatich minútových úsekoch. Vznikajú tak ucelené bloky pre mladšie a pre staršie deti. Týmto spôsobom chcú tvorcovia programu nepriamo deti učiť, aby televíziu sledovali selektívne, podľa programu, nie plošne celý deň.

Filozofiou Děčka je pripravovať pre deti bezpečný, žánrovo pestrý, zábavno-náučný a dramaturgicky prehľadný program. Bližšie filozofiu špecifikovala Barbara Johnsová, kreatívna producentka Tvůrčí producentské skupiny dětské a vzdělávací tvorby Českej televízie: „*Naším cieľom je vytvoriť z ČT : D jedinečný priestor, v ktorom sa budú deti nielen cítiť dobre, ale budú sa doň rady vracieť, pretože tam vždy nájdú niečo zaujímavé. Chceme vytvoriť svet, ktorý prináša deťom zábavu, inšpiráciu, je miestom dobrodružných výprav do neznáma, ale zároveň aj pre rodičov predstavuje pomyselný maják bezpečia v trochu rozbúrenom a neprehľadnom mediálnom svete.*“¹⁹

Obsah vysielania stojí na siedmich programových pilieroch: hraná tvorba, animovaná tvorba, zábavné vzdelávanie, magazíny, zábavné a súťažné programy, publicistika a spravodajstvo, športové programy. Pre tvorbu i výber programov má Děčko jasne sformulované zásady: vyvážená programová ponuka (sedem programových pilierov), zábavné vzdelávanie, bezpečný obsah, veková primeranosť, predvídateľnosť a dostupnosť, kultivované vyjadrovanie, výchovná úloha, podpora pôvodnej tvorby, aktivita a tvorivosť, mediálna výchova, informácie z pohľadu detí a pre deti, zapojenie detí,

18 ČT24: *Komplexní pásmo dětských pořadů na ČT2 se u dětí ujalo.* [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/185542-komplexni-pasmo-detskych-poradu-na-ct2-se-u-deti-ujalo/>

19 JOHNSNOVÁ, Česká televize, Praha. Osobný rozhovor (2013-08-22)

rodičov a odborníkov, prepojenie webu a televízie, vysielanie bez reklamy. Pokiaľ ide o výber zahraničných titulov, ktoré tvoria 60% programovej štruktúry, akvizičné oddelenie sa sústreďí najmä na hranú a animovanú tvorbu a relácie zábavného vzdelávania. „Základným kritériom pre výber relácií je vždy kvalita a bezpečnosť. Výber sa preto orientuje predovšetkým na spoločnosti, ktoré sa zaoberajú detskou tvorbou dlhodobo, spolupracujú s osvedčenými tvorcami a svoju tvorbu opierajú o rozsiahle divácke výskumy, o názory pedagógov, detských psychológov i rodičov. Déčko tak spolupracuje najčastejšie s BBC, ZDF a produkčnými spoločnosťami Disney - ABC, Viacom, Aardman, Classic Media, HIT, Mediatoon a Studio 100.“²⁰

ČT:D sa po piatich mesiacoch vysielania stalo najsledovanejšou detskou verejnoprávnou televíziou v Európe. Vo výsledkoch sledovanosti predbehlo doteraz najsledovanejšie detské verejnoprávnej televízie v Dánsku, Nemecku alebo Španielsku, ktoré majú za sebou roky vysielania. V januári 2014 dosiahla česká detská televízia vo svojej cieľovej skupine rekordný podiel sledovanosti 21,68 %. Najsledovanejšie európske verejnoprávne televízie pre deti sleduje približne 16 % z aktuálneho detského publika. Reláciou s dlhodobo najvyšším podielom sledovanosti Déčka je *Večerníček*. Sleduje ho v priemere viac ako štvrtina detí (share 26,29 % v januári 2014), ktorá sa v čase jeho vysielania pozerá na televíziu. Nadpriemerné výsledky však dosahujú aj animované seriály, sit-comy, programy zábavného vzdelávania i detské spravodajstvo – Zprávičky. Pozornosť k reláciám Déčka priťahuje aj jeho webová stránka *decko.cz*, ktorá je akoby siamským dvojčaťom televízneho programu. Aj v tomto prípade je dôležitým kritériom bezpečný obsah. Deťom ponúka rozšírenie a doplnenie televízneho vysielania formou on - line hier, interaktivity a súťaží. Má bohatý video archív relácií a niekoľko tematických projektov, ako napríklad virtuálny adventný či veľkonočný kalendár.²¹

Udržať kvalitu vysielania pomáhajú českému verejnoprávnemu kanálu pre deti odborníci a tvorcovia, ktorí sa schádzajú na tzv. Déčkolégiu. Česká televízia oslovila tých, ktorých tvorba či profesie sa vzťahuje k deťom, ich výchove, vzdelávaniu, potrebám i bezpečnosti, a to teoreticky i prakticky. Stretávanie s odborníkmi a tvorcami umožňuje nazerať na obsahovú náplň programu z rôznych uhlov, čo je pre nastavenie verejnoprávneho kanála veľmi potrebné, od jazykovej úrovne cez výchovu až po bezpečnosť.

20 DÉČKO: *Jak vybíráme zahraniční pořady*. [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice-program/zahranicni-porady/>.

21 ČT: *Déčko je nejsledovanější dětskou televizí v Evropě*. [cit. 2014-04-07]. Dostupná na: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=6921&strana=2=6&category=2>

Děčkológium nie je jediným odborným poradným hlasom ČT:D. Druhým je pracovná skupina na Ministerstve školstva, mládeže a telovýchovy Českej republiky, s ktorým Česká televízia podpísala memorandum o spolupráci.

2.2 TVP ABC – poľská verejnoprávna televízia pre deti

Rovnako ako česká verejnoprávna televízia aj poľská TVP spustila 15. februára 2014 svoj vlastný detský kanál. TVP ABC. V Poľsku je to prvý bezplatný kanál pre deti. Cieľovou skupinou sú diváci vo veku od troch do dvanástich rokov, rovnako ako Děčko, aj poľské TVP ABC rozdeľuje publikum na dve kategórie, prvú tvoria deti od troch do sedem rokov, druhú sedem až dvanásťročné deti. Týmto dvom cieľovým skupinám prispôsobuje aj jednotlivé tituly v programovej štruktúre. Licencia povoľuje vysielať detskému kanálu v čase od 06:00 do 21:00, spočiatku TVP ABC bude vysielať v čase od 07:00 do 21:00, neskôr má však v pláne nasadiť do vysielenia po 21:00 magazín pre rodičov s názvom *Na kłopoty... ABC!*, ktorý ponúkne rodičom odpovede na otázky (problémy), ktoré súvisia s ich deťmi, ako sú napr. výchova, zdravé stravovanie, zdravie, spôsoby učenia, trávenie voľného času.

Filozofia televízie je podobná ako u českého Děčka, vytvoriť pre deti atraktívny, no najmä bezpečný priestor, plný zábavného vzdelávania, ktorý rozvíja predstavivosť a fantáziu najmenších divákov. Cieľom televízie je tiež podporovať poľskú kultúru, jazyk a tradície. Do konca februára 2014 vysiela TVP ABC bez reklamy, postupne ju do vysielenia nasadili od začiatku marca. Napriek tomu, že televízia môže využiť počas vysielenia dvanásť minút za hodinu, vedenie sa však rozhodlo využiť 7,5 minúty. Okrem obmedzenia času vyhradeného pre reklamu, prijala TVP ABC aj prísnejšie kritériá k obsahu vysielanej reklamy, ako sú na ostatných kanáloch verejnoprávnej televízie, napr. v reklamnom bloku nebudú môcť deti vidieť propagáciu nezdravej stravy. Programovú štruktúru tvoria kultové animované seriály z domáceho archívu (napr. nám dobre známy seriál *Bolek a Lolek*) zahraničné animované seriály, seriály pre mládež, magazíny. Denne o 19:00 čaká najmenších divákov hodinové pásmo *Wieczorynka*, ktoré by sme mohli porovnať k nášmu večerníčku. Programové bloky majú rovnaké poradie počas celého týždňa menia sa len jednotlivé programové tituly v premiére poľa dní v týždni.²²

Poľská verejnoprávna televízia spustila vysielenie detskej TVP ABC v čase, kedy detskí diváci mohli sledovať v Poľsku ďalších dvanásť platených,

22 TVP: *Ruszył nowy kanał dla dzieci – TVP ABC! Sprawdź szczegóły!* [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.tvp.pl/tvp-regionalna/aktualnosci/kultura/15-lute-go-rusza-nowy-kanal-dla-dzieci-tvp-abc-sprawdz-szczegoly/13823403>

kanálov pre deti, ktoré vysielajú v poľskom jazyku. Napriek tomu sa dva týždne po spustení vysielania podarilo TVP ABC dosiahnuť takmer dvakrát vyšší podiel na trhu ako najsledovanejší detský kanál vo februári 2014.

Okrem detského kanála spustila TVP v spolupráci s poľským ministerstvom školstva na začiatku školského roka 2013/2014 interaktívny vzdelávací portál *edu.tvp.pl*, ktorý je zatiaľ primárne určený žiakom základných škôl, ale do budúca má ambíciu rozšíriť sa pre všetkých študentov. Cieľom projektu je priniesť študentom interaktívnu a zábavnou formou informácie zo siedmich oblastí: poľský jazyk, cudzie jazyky, veda a technika, matematika, história, geografia, kultúra, ja – človek, príroda. Návštevníci portálu majú okrem kvízov, audiokníh, fotografií, filmov k dispozícii aj tisíc dielov štyridsiatich vzdelávacích seriálov či magazínov, ktoré vyrobila poľská verejnoprávna televízia.

3 Bezpečný obsah ako nosné kritérium rodičov pre kvalitný a úspešný program pre deti

Bezpečný obsah ako kritérium kvality a úspešnosti nie je ľahostajný ani rodičom, ba priam naopak. Potvrdzujú to aj výsledky prieskumu²³, ktorý som realizovala na dostupnej vzorke rodičov. Do prieskumu sa zapojilo 642 respondentov. Prostredníctvom elektronického formulára som sa rodičov opýtala: *Čo považujete za rozhodujúce kritériá pre kvalitný a úspešný televízny program pre deti (3-12 rokov)?* Prieskum som realizovala v čase od 10. apríla 2014 do 5. mája 2014. Anketovú otázku som šírila prostredníctvom internetu, prostredníctvom sociálnej siete facebook, ale aj v špecializovaných diskusných fórach zameraných na komunikáciu s rodičmi, a samozrejme mailovou poštou respondentom, o ktorých som vedela, že spĺňajú podmienky prieskumu, tzn. že sú rodičia. Z ponúkanej škály možností mohli respondenti označiť maximálne päť. Výber deväť mnou navrhovaných kritérií (výchovné prvky, bezpečný obsah, zábava, vzdelávanie, motivácia k tvorivosti a k aktivite, vizuálna príťažlivosť, obsahová zrozumiteľnosť, kultivované vyjadrovanie - bez rečových chýb, spisovné, intonačne príjemné, prepojenie s internetom alebo mobilnými aplikáciami) som zostavila na základe programových zásad jednotlivých verejnoprávnych detských televízií, ale aj teoretických poznatkov získaných z odbornej literatúry či rozhovorov

23 Prieskum je súčasťou autorkine dizertačnej práce *Analýza detských programov vo verejnoprávnych médiách SR* a slúži len ako doplnková metóda na porovnanie s názormi mediálnych teoretikov a tvorcov detských programov na danú problematiku.

s tvorcami. V prípade, že medzi ponúkanými kritériami respondenti nenašli im vyhovujúce kritérium, mali možnosť doplniť ho v možnosti *Iné*.

Predpokladala som, že medzi rodičmi bude dominovať kritérium zábavy. Moja hypotéza sa však nepotvrdila. Zábava sa nedostala ani do prvej päťice kritérií stanovenými rodičmi. Vyhodnotenie anketovej otázky zobrazuje Graf č. 1. Najzásadnejším kritériom kvality a úspešnosti programu je podľa dotazovaných rodičov program, ktorý obsahuje výchovné prvky (519). Prekvapivé je, že rodičia dosť zásadne oddeľujú výchovu od vzdelávania, ktoré sa umiestnilo na piatom mieste (358 rodičov). Bezpečný obsah si žiadalo 465 rodičov, čo predstavuje 72% rodičov, ktorí sa do prieskumu zapojili. Tretím rozhodujúcim atribútom pre rodičov je motivácia k tvorivosti a aktivite (441), ktorá podporuje u detí fantáziu, rôzne zručnosti, ale aj odrádza detských divákov od pasívneho sledovania ponúkaných televíznych programov. Na štvrté miesto sa hlasovaním rodičov dostala obsahová zrozumiteľnosť, ktorá súvisí aj s vekovou primeranosťou, lebo napriek tomu, že detské programy vymedzujeme vo veku od 3 do 12 rokov, roviny vnímania a schopnosti porozumieť sa diametrálne s pribúdajúcimi rokmi menia. Preto je potrebné aj obsah jednotlivých relácií prispôbovať kognitívnym schopnostiam dieťaťa.



Graf 1 Kritériá kvality a úspešnosti detských programov z pohľadu rodičov

Prvé tri kritériá naznačujú, že hoci rodičia majú tendenciu dieťa „odkladať“ pred televíznu obrazovku, chcú mať istotu, že televízny program, ktoré dieťa sleduje, nijako neuškodí jeho duševnému či psychickému zdraviu, práve naopak, napomáha k formovaniu charakteru dieťaťa a rozvíja jeho fantáziu, tvorivosť, zručnosť, motivuje ho k aktivitám. Prekvapujúce je zistenie, že napriek faktu, že sa technológie stávajú bežnou súčasťou detí od útleho veku, rodičia neprikladajú veľký význam tomu, aby programy, ktoré ponúka televízia boli prepojené a rozšírené o mobilné aplikácie alebo mali svoju samostatnú webovú stránku. Jedným z vysvetľujúcim argumentov môže byť to, že rodičia naopak chcú deťom obmedzovať čas strávený s médiami alebo aj to, že sami rodičia ešte nepatria do generácie online domorodcov, tým pádom necítia prepojenie s internetom a mobilnými aplikáciami ako nevyhnutné kritérium úspešnosti televíznych programov medzi deťmi.

Záver

V súvislosti s bezpečnosťou, dieťaťom a médiami sa často hovorí o ochrane maloletých pred hrozbami násillia, nevhodných obsahoch, ktoré môžu negatívne ovplyvniť jeho morálny a psychický vývoj, prípadne vyvolávať stavy úzkosti a strachu. Existuje niekoľko zákonov, ktoré definujú a chránia maloletých pred týmito nebezpečnými mediálnymi obsahmi či už formou jednotného systému označovania, prípadne zavedením časových opón do vysielacieho času. Najlepším možným spôsobom ochrany detských divákov je však ponúknuť alternatívu v podobe kvalitných obsahov i vizuálne pútavých, no najmä bezpečných programov. To by malo byť úlohou predovšetkým médií verejnej služby, ktoré majú na Slovensku v tejto oblasti unikátne postavenie, keďže žiadna iná komerčná televízia (okrem kresťanskej TV LUX) nevyrába pôvodné programy pre túto vekovú kategóriu. Rovnaké zásady by mala uplatňovať aj pri výbere akvizíčných programov. Súčasné vedenie RTVS proklamuje, že detský divák je pre neho „najdôležitejší na svete“. Ak to tak naozaj je, malo by mu okrem výroby nových formátov zabezpečiť v programovej štruktúre stabilné a nemenné miesto, ktoré je momentálne nabúravané mnohými zazmluvnenými športovými prenosmi. Je potrebné naučiť rodičov, aby sa vrátili k verejnoprávnenému médiu a zapínali ho svojim deťom práve preto, že poskytuje detským divákom kvalitný a najmä pre ich vývin bezpečný program. Napriek pozitívnym výsledkom ankety je potrebné šíriť osvetu mediálnej výchovy medzi rodičmi a zvyšovať úroveň ich mediálnej gramotnosti. Rodičia, ktorí sú prvými vychovávateľmi detí a zároveň vzory v oblasti mediálnych návykov, by si mali osvojiť prvky rodičovskej mediácie a praktizovať od útleho veku detí. Mali

by ich sprevádzal počas ich prvých kontaktov s médiami a vstúpovať im zásady rodinnej mediálnej výchovy, ktorej cieľom je „*formovanie spôsobilosti detí a mládeže kriticky (kvalitatívne rozlišujúco) posudzovať mediálne šírené posolstvá, objavovať v nich hodnotné, pozitívne formulujúce ich osobný rast, ale tiež rozpoznávať negatívne mediálne vplyvy prednostne na svoju osobnosť a snažiť sa ich zodpovedným prístupom eliminovať.*“²⁴ Kvalitnou rodinnou mediálnou výchovou podporenou školskou formálnou či projektovou neformálnou mediálnou edukáciou sa z detských divákov „odchovaných“ na kvalitných a bezpečných televíznych programoch môžu stať prijímatelia mediálnych obsahov s vysokou úrovňou mediálnych kompetencií a mierou kritického myslenia.

Tento príspevok bol podporovaný Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

- BLUMENAU, J.: Children's Media Regulations A report into state provisions for the protection and of home--grown children's media [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.savekidstv.org.uk/wp-content/uploads/2011/05/SKTV-competitor-territory-research-post-final-updated-24.4.11.pdf>
- KAČINOVÁ, Viera: Mediálna výchova v rodine. In: *Rodina a médiá*. Zborník zo svetovej vedeckej konferencie. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, 2009, s. 377 – 386. ISBN 978-80-8084-421-9
- KRÁLIK, I.: Výkričníky pribúdajú. In: *Stop násiliu v programoch TV! Zborník príspevkov k problému obrazov násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Slovenská televízia, 1997, 109 s.
- KRÁLIK: Vysielanie pre deti a mládež v duálnom systéme. In: *Deti a televízia. Účelová publikácia k Cene Dunaja '93*. Bratislava : STV, 1993. 42s.
- TOČÍKOVÁ, Z.: A čo detský divák? In: *FILM.SK*. Bratislava : 2013, č. 12., s. 23. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.filmsk.sk/uploads/wnm/page/pdf_sk/808/film_sk-DECEMBER-2013-web.pdf
- DĚČKO: *Jak vybíráme zahraniční pořady*. [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/decko-pro-rodice/program/zahranicni-porady/>.

24 KAČINOVÁ, Viera: Mediálna výchova v rodine. In: *Rodina a médiá*. Zborník zo svetovej vedeckej konferencie. Ružomberok: Katolícka univerzita v Ružomberku, 2009, s. 377 – 386.

ČT24: *Komplexní pásmo dětských pořadů na ČT2 se u dětí ujalo.* [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/media-it/185542-komplexni-pasmo-detskych-poradu-na-ct2-se-u-deti-ujalo/>

ČT: *Děčko je nejsledovanější dětskou televizí v Evropě.* [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=6921&strana-2=6&category=2>

TVP: *Ruszył nowy kanał dla dzieci – TVP ABC! Sprawdź szczegóły!* [cit. 2014-04-07]. Dostupné na: <http://www.tvp.pl/tvp-regionalna/aktualnosci/kultura/15-lutego-rusza-nowy-kanal-dla-dzieci-tvp-abc-sprawdz-szczegoly/13823403>

Kodex České televize. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/cl-2-zvlastni-pozornost-detskemu-divakovi/>

Dohovor o právach dieťaťa. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.unicef.sk/dokumenty/materialy-na-stiahnutie/advocacy/dohovor_o_pravach_dietata.pdf

Children's Television Standards 2009 [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/television/documents/childrens_tv_standards_2009.pdf

ZMLUVA č. MK - 77/09/M o obsahoch, cieľoch a zabezpečení služieb verejnosti v oblasti televízneho vysielania na roky 2010 – 2014. [cit. 2014-05-05]. Dostupné na: <http://www.rtv.org/o-rtvs/dolezite-dokumenty-rtvs/zmluva-so-statom>.

Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii.

Dôvodová správa k Vyhláške Ministerstva kultúry Slovenskej republiky č. 589/2007. [cit. 2014-04-05]. Dostupné na: <http://old.culture.gov.sk/ministerstvo/pk/priloha?func=viewFile;rid=Cu6xJqJ2Vv8miPi7IGhw9A;-fid=kzkAJHOD9h0wzll3FQUEww>

VÁCLAV MIKA, RTVS, Bratislava. Osobný rozhovor (2014-04-14)

JÁN ULIČIANSKY, RTVS, Bratislava. Osobný rozhovor (2014-04-14)

BARBARA JOHNSNOVÁ, Česká televize, Praha. Osobný rozhovor (2013-08-22)

Kontaktné údaje:

Mgr. Viktória Kolčáková

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Námestie Jozefa Herdu 2

917 01 Trnava

viktoria.kolcakova@gmail.com

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

TÉMA SMRTI V UMELECKÝCH OBSAHOCH ZAMERANÝCH NA DETSKÉHO RECIPIENTA

The Theme of Death in Artistic Contents Focus on Children

Veronika Kudlačáková – Marcela Králiková

Abstrakt: Autorky sa zaoberajú problematikou produkcie kultúrnych obsahov z hľadiska prekonania faktu vlastnej časovo ohraničenej existencie. Všetky kultúry sa od nepamäti usilujú rôznymi spôsobmi vyrovať so smrťou ako s prirodzenou súčasťou života človeka. Príspevok akcentuje problematiku smrti vo vzťahu k detskému recipientovi, pričom tento prístup je v mnohých ohľadoch špecifický a výnimočný. Príspevok sa orientuje prioritne na tematiku smrti v literatúre a bábkovom divadle pre deti a mládež.

Klíčové slová: smrť, detská literatúra, dieťa, bábkové divadlo.

Abstract: The authors deal with production of cultural contents in terms of overcoming its own time-limited existence. All cultures try to cope with death in many different ways, because the death is natural part of our lives. The article deals with the issue of death in connection with child recipient and this access is specific and unique. The contribution focuses on themes of death in literature and puppet theater for children and youth.

Key words: death, children's literature, child, puppet theatre.

Úvod

Problematikou masmédií sa v súčasnosti zaoberá veľké množstvo odborníkov a výskumu tohto fenoménu venujú pozornosť mnohé vedné disciplíny. Okrem poznávania špecifických vlastností médií je dôležitý aj ich vplyv a účinky respektíve ich dosah na život človeka a spôsoby jeho regulácie. Médiá navyše tvoria veľmi dôležitú zložku našich zdrojov informácií. Preto je potrebné, aby sme sa práve pre ich špecifické vlastnosti vedeli v mediálnych produktoch orientovať, interpretovať ich a kriticky posudzovať. Pre človeka v modernej informačnej spoločnosti je teda nevyhnutná nová kompetencia, mediálna gramotnosť. Uvažovanie o potrebe

mediálneho vzdelávania vychádza z neustále silnejúceho postavenia médií v spoločnosti a jedným z najnovších spôsobov ako sa naučiť s médiami pracovať je mediálna výchova. Úlohou mediálnej výchovy by v súčasnej informačnej a znakovej spoločnosti mala byť príprava detí a mládeže aktívne a zodpovedne využívať masovokomunikačné prostriedky. Problematika tohto fenoménu je o to zložitejšia, že masmédiá šíria mnohoraké poznatky, informácie, posolstvá, ovplyvňujú hodnotové orientácie, a to nielen v pozitívnom zmysle. Vychádzame z predpokladu, že kontakt dieťaťa s tematikou smrti v umeleckých obsahoch mu v kontexte mediálnej výchovy môže pomôcť orientovať sa a interpretovať obraz smrti, s ktorým sa konfrontuje v rámci mediálnych obsahov.

Smrť a strach z nej ako z niečoho neznámeho sprevádza ľudstvo od jeho prvopočiatkov a zároveň je pre neho fascinujúca. Vyrovnávanie sa so smrťou vlastnej entity, či blízkeho človeka je zložitá psychologická záležitosť, ktorá sa často stáva témou rôznych umeleckých obsahov zameraných na dospelého, ale i detského prijímateľa. Tematika smrti a umierania sa objavuje najčastejšie v kontexte súčasnej mediálnej kultúry. Ide však väčšinou o smrť tragickú, nečakanú, či násilnú. Prirodzené umieranie a staroba sú do veľkej miery v súčasnej kultúre stále tabuizované. S nazeraním na konečnosť života – smrť, si každý človek pripomína vlastnú smrteľnosť.

Tematikou smrti sa tvorcovia zaoberajú už od počiatkov umenia. Umelcov interesovalo nielen zobrazovanie smrti ako alegorickej bytosti, ale aj ako amorfného prvku obklopujúceho človeka každý deň. Vyrovnávanie sa so smrťou ako konečnou fakticitou ľudskej existencie je individuálna záležitosť u každého jedinca. Smrť ako taká je, ako sme už spomínali, v súčasnej konzumnej kultúre stále do veľkej miery tabuizovaná. Nájdú sa však aj mnohé diela zaoberajúce sa jej ideou, ako aj tematikou večného života. Námet nesmrteľnosti v kultúre často rezonuje. Podľa názoru Norberta Eliasa je tomu tak pretože: „Častou formou ako učiniť veľkú, nezvládnutú detskú úzkosť zo smrti znesiteľnou je predstava vlastnej nesmrteľnosti.“¹ S touto témou sú spojené aj filozofické a náboženské úvahy o samotnom živote, žití, jeho konci, a o tom, či je smrť úplným koncom života alebo existuje niečo po nej. Takisto, či človek dokáže ako individuum žiť večne a čo vlastne nesmrteľnosť znamená?

V súčasnej kultúre sa do popredia dostáva predovšetkým prezentácia kultu krásy a mladosti. Ideálny je obraz mladého prosperujúceho, perspektívneho a ekonomicky produktívneho človeka vyznávajúceho heslo

1 ELIAS, N.: *O osamělosti umírajících*. Vydanie prvé. Praha : Nakladatelství Franze Kafky, 1998, s. 10. ISBN-10: 80-85844-39-7.

„Carpe diem!“. Podľa českého psychologa Jakuba Hučína „*Drtivá väčšina kultúr a spoločností vníma smrť ako negatívny okamžik ľudského života - existencia človeka nenávratne končí, čo sa s ním po smrti bude dít, nikdo neví. Preto je také okamžik smrti a okolnosti, ktoré jsou se smrtí spojeny, obklopeným spoločenským tabu. Čím je umieranie a smrť pro spoločnosť menej uchopiteľná a prijateľná, tým více se spoločnosť této konfrontaci brání a snaží se poslední okamžiky človeka odsunout z jeho dosahu.*“²

Z toho logicky vyplýva, že tendenciou dnešnej spoločnosti je odsúvanie posledných okamihov života človeka. Aj keď sa v súčasnosti zo smrti stala komodita a veľmi výhodný obchodný artikel, je stále z istého aspektu tabuizovaná. Societa z nej stále pociťuje strach – obáva sa neznámeho a nepoznaného. Hlavne z toho dôvodu, že prestala byť bežnou skúsenosťou života. I pri všetkých vymoženostiach dnešného človeka, stále nedokážeme odpovedať na mnohé otázky ohľadom konečnosti života jedinca. Edgar Herzog zastáva názor, že: „*Lze předpokládat, že základním psychologickým aspektem střetnutí se smrtí je sevření a přemožení s něčím „zcela jiným“ a současně otevření dosud neznámých (cizích) dimenzí, které zpochybňují bezpečnou a evidentní povahu existence.*“³

Na základe toho môžeme dedukovať, že dnešný moderný človek má snahu o zastavenie starnutia. Chce „odložiť smrť“, aby nepociťoval pri pohľade na ňu ohrozenie vlastnej existencie. Preto sa tejto témy stráni. E. Herzog taktiež dodáva, že smrť človeka vo všetkých ohľadoch presahuje a z toho dôvodu pri stretnutí s ňou pociťuje hrôzu, taktiež nazývanú ako tremendum. Prirodzenou odozvou na prežitú hrôzu je u ľudskej bytosti útek, nielen fyzický, ale taktiež psychický a emocionálny. Schopnosť jedinca pociťovať tremendum je jednou z najpodstatnejších charakteristík, ktorou sa odlišuje od zvierat.⁴

Tematika smrti v detskej literatúre

Jan Assmann v diele *Smrť jako fenomén kulturní teorie* zdôrazňuje potrebu rozvoja kulturologickej tanatológie, ktorá má za cieľ porovnávať a definovať spôsoby, akými sa jednotlivé kultúry vyrovnávajú s konečnosťou svojej existencie⁵.

2 WEB 1: Dostupné na: <http://jakub.hucin.cz/smrť.html>

3 HERZOG, E.: *Psyché a smrť*. Vydanie prvé. Brno : Emitos a nakladatelství Tomáše Janečka, 2012, s. 25. ISBN 978-80-87171-27-1.

4 Ibid., s. 22 - 24.

5 Pozri ASSMANN, J.: *Smrť jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, 96 s. ISBN 80-7021-514-3.

Priblíženie charakteru a významu smrti prináša aj filozof Martin Heidegger, podľa ktorého smrť nie je iba biologickou záležitosťou, ktorej je človek vystavený, ale tiež je to jeho osobná konfrontácia s časovou ohraničenosťou svojej existencie. Podľa Heideggera pripustenie skutočnosti vlastnej smrti je nevyhnutnou podmienkou ľudskej autenticity, pretože smrť je to, čo je mu vlastné a o čo ho nikto nemôže pripraviť. Podľa M. Heideggera: „*To, z čeho máme úzkosť je samo „bytí ve světe“: Úzkosť ze smrti nesmíme směřovat ze strachem z dožití. Není to žádná libovolná a nahodilá „slabá“ nálada-jednotlivce, nýbrž základní rozpoložení pobytu, v němž je odemčeno, že pobyt existuje jako vržené bytím svému konci. Tím se existenciální pojem umírání vymezuje jako vržené bytí k najvlastnějšímu, bezvztažnému a nepředstíženému „moci být“.*“⁶ Heidegger tvrdí, že smrť bytostne patrí k životu človeka, a preto musí nevyhnutne byť súčasťou každodennosti. Každý jednotlivec sa konfrontuje v bežnom živote so smrťou prostredníctvom umierania niekoho iného, no týmto spôsobom pochopí, že smrť je súčasťou života a že smrťou sa život skončiť musí. Smrť aj vo filozofii Martina Heideggera predstavuje niečo neurčité, možno vzdialené, no v každom prípade niečo, čo je istotou.

Iný z predstaviteľov existenciálnej psychológie Irvin Yalom zdôrazňuje nevyhnutnosť implementácie smrti do života človeka. Akceptovanie smrti obohacuje život človeka, oslobodzuje ľudí od banalít a dáva im priestor na to, aby žili účelnejšie.⁷) Podobný názor zastáva aj etnologička Margita Jágerová: „*Zánik je jav charakteristický pre všetky živé organizmy, človeka nevyvímajúc, je to prirodzená konzekvencia života. Smrť po celé veky budí záujme človeka, ktorý nevie, kedy a kde ho zastihne. Často jej dávame prívlastky ako nevyspytateľná, neodvratná, plná tajomstiev, nezriedka o nej hovoríme ako o jedinej ľudskej istote, pričom mnohí súčasníci ju často vnímajú ako čosi, čo nepatrí do „nášho“ sveta.*“⁸ Aj v tejto súvislosti považujeme za dôležité poznamenať, že je skutočne nevyhnutné, aby sa človek naučil konfrontovať so skutočnosťou smrti už od útleho veku, pričom nám sa na tejto ceste javí vhodným aj poznávanie prostredníctvom literatúry a umenia.

Samozrejme ponímanie smrti sa rôzni naprieč jednotlivými kultúrami, vzhľadom na to, že rozsah nášho príspevku nám to nedovoľuje, nebudeme sa zaoberať zobrazovaním smrti v jednotlivých kultúrach. Okrajovo sa zameriame na vedomie smrti a koncept smrti v živote dieťaťa.

6 HEIDEGGER, M.: *Bytí a čas*. Praha : Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1996, s 281.

7 Porov. YALOM, I.: *Existenciální psychologie*. 2006, s. 65.

8 ÁGEROVÁ, M.: *Posledné z bohom. Súčasné pohrebné obyčaje*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2008, s.7.

Existuje mnoho výskumov, ktoré priamo súvisia s vývojom poňatia smrti, so skúmaním konceptu smrti. Vo všeobecnosti možno povedať, že väčšina autorov zdôrazňuje dôležitosť týchto aspektov, komponentov vnímania smrti deťmi od 5 do 10 rokov a tými sú:

- **Nevyhnutosť smrti** a vyrovnanie sa s tým, že živé bytosti musia zomrieť.
- **Univerzalita smrti a jej všeobecnosť, nevyhnutnosť a nepredvídateľnosť.** Smrť musí nastať u všetkých živých bytostí. Je nevyhnutná u všetkých živých existencií a jej nepredvídateľnosť sa vzťahuje k jej časovosti – smrť môže do života zasiahnuť kedykoľvek. Do tejto oblasti spadá aj uvedomenie osobnej smrteľnosti.
- **Nezvratnosť smrti**, teda pochopenie, že smrť nie je možné zvrátiť. Uvedomenie si toho, že keď niekto zomrie, je to definitívny a ireverzibilný stav. (Ako o tom budeme hovoriť neskôr, do určitého veku si dieťa neuvedomuje nezvratnosť smrti).
- **Zánik, nefunkčnosť, vyhasnutie**, ktoré sa so smrťou spája, a teda uvedomenie si, že smrť je charakteristická aj nezvratnými telesnými a biologickými procesmi - koniec všetkých schopností a funkcií živého organizmu. Spadajú sem aj znalosti o fungovaní organizmov.
- **Kauzalita, príčinnosť smrti**, pochopenie zapríčinenia úmrtia - smrť je zapríčinená zlyhaním životných funkcií. Dieťa si uvedomuje skutočnosti, ktoré vedú k úmrtiu. Ide o pochopenie vzťahu medzi smrťou a životnými funkciami. Pochopenie vzťahu medzi príčinou a následkami.⁹

Často sa v rámci konceptu smrti stretávame aj s uvádzaním nehmotného pokračovania života. V tejto súvislosti je zaujímavá práve pozícia viery vo vzťahu života a smrti, no nebudeme sa tým v rámci príspevku bližšie zaoberať.

V kontexte poňatia smrti a jednotlivých spomínaných komponentov zohrávajú dôležitú úlohu samotné štádiá kognitívneho vývinu dieťaťa podľa teórie Jeana Piageta. Jednotlivým vývojovým štádiám prislúcha rôzna miera pochopenia smrti a rôzna miera začlenenia komponentov do chápania pojmu smrti.¹⁰ Samozrejme často je možné identifikovať konflikt medzi pochopením smrti a smrteľnosti a jej aplikáciou v každodennom živote. Chápanie fenoménu smrti sa počas života mení. Pri stručnej charakteristike jednotlivých etáp vývoja sa zameriame na oblasť spojitosti s pochopením smrti v jednotlivých vývinových etapách:

9 Porov. DÉMUTHOVÁ, S.: *Najfrekventovanejšie konotáty pojmu smrti u mladých dospelých*. [online]. [cit. 2014-04-15] Dostupné na: <http://www.ostium.sk/index.php?mod=magazine&act=show&aid=323>

10 Ibid.

Dojča a batola

Dieťa do jedného roku života dokáže prijímať starostlivosť aj od inej osoby, ako od rodiča, hoci je preň lepšie, aby to bola tá istá osoba. Pri zmene môže byť podráždené a nepokojné. Do dvoch rokov života dieťa môže zažívať šok po náhlom zmiznutí niekoho, na kom bolo závislé a na koho bolo zvyknuté. Dá sa predpokladať, že dieťa sa však pravdepodobne naviaže na niekoho iného, kto bude uspokjovať jeho potreby. Deti do dvoch rokov smrti nerozumejú, vnímajú ju ako stratu človeka. Dieťa zabúda na osoby, ktoré sa mu vzdialili (viď Piagetova teória kognitívneho vývinu). V štádiu pochopenia stálosti predmetu okolo 18 mesiacov života, dieťa začína reagovať na zmiznutie objektov. Do tohto štádia u dieťaťa nie je vyvinutá predstava trvalej straty. Odlúčenie naberá pre dieťa význam smrti, predovšetkým ak dieťa nerozumie, že osoba je niekde inde. Podobný proces sa odohráva aj počas spánku. Dieťa nesprávne spája smrť so spánkom, čo môže byť príčinou strachu z tmy a zaspávania. Ako uvádza Slávka Démuthová: *„Väčšinu obdobia útleho veku (1 – 3 roky) charakterizuje absencia seba-vedomenia (dieťaťu chýba koncept seba samého, nechápe vlastné „ja“, jedinečnosť svojej existencie), ktoré nastupuje v cca 2 – 2 a pol roku, a teda nemožno uvažovať ani o uvedomení si vlastnej ne-existencie. V tomto období sa však vytvára základ iných (najmä emocionálnych) komponentov, ktoré do chápania smrti vstupujú, ako sú napr. separačná anxieta, opustenosť, pojem absencie.“¹¹*

Predškolský vek

V kontexte Piagetovej teórie je potrebné poznamenať, že toto obdobie sa nazýva stupňom predoperačného myslenia (2 – 6 rokov života dieťaťa), kedy je dieťa schopné vytvárať pojmy. Utvára aj pojmy života a smrti, na základe toho, že niektorým existenciám sa pripisujú životné vlastnosti iným neživotné. Tak, ako sme na to už upozornili, v tomto štádiu sú život a smrť prechodné a predovšetkým zvrtné stavy, ak hovoríme o smrti. Dieťa nerozumie definitívnosti smrti, považuje ju za niečo, čo je zvrtné. Pred nástupom do školy nastáva prvé výraznejšie uvedomenie si smrti. Dieťa disponuje schopnosťou rozoznávať rozdiel medzi životom a smrťou, väčšina detí si uvedomí, že všetko živé raz zomrie. Často sa domnieva, že smrť sa stane iba niekomu, kto je chorý, starý,... Smrť si vysvetľuje ako zmenenú formu života. Dieťa v tomto veku nerozumie príčine smrti a spája si ju s vnútornými alebo vonkajšími činiteľmi. Postupne v tomto období vo väčšine prípadov dôjde

11 Ibid.

k poznaniu, že smrť sa nedá zmeniť, samozrejme v tomto prípade sa výrazne zohľadňuje pôsobenie osobnej skúsenosti so smrťou.

Školský vek

Ide o obdobie až po dosiahnutie adolescencie a v Piagetovej teórii je to prechod cez štádium konkrétnych operácií a štádium formálnych operácií, ktoré predstavuje posledné štádium dozrievania v oblasti kognitívnych funkcií. Dieťa sa približuje k dospelému chápaniu. Smrť už nie je chápaná ako vratná, no pre počiatočnú fázu tohto obdobia nie je ani vnímaná ako nevyhnutná. Pre toto obdobie je charakteristická personifikácia smrti, vďaka ktorej si dieťa dokáže smrť ľahšie predstaviť. Ako sa ukáže neskôr, na príklade skúmaných literárnych diel, tiež budeme v dvoch spomínaných publikáciách pracovať s personifikovanou postavou smrti, ktorej sú pripisované ľudské vlastnosti, je antropomorfizovaná, čo korešponduje s tým, ako k smrti v tomto období pristupuje dieťa. V tomto období dieťa odlišuje termín byť mŕtvy ľahšie, ako termín smrť. Okolo šiesteho roku života si dieťa uvedomuje smrť a vlastnú smrteľnosť avšak ako niečo vzdialené. Okolo deviateho roku dieťa vníma život a smrť ako vnútorné procesy. Podľa výskumu, ktorý realizovali Slaughterová a Griffithsová (2007) dieťa v tomto veku chápe smrť ako biologickú skutočnosť, ktorá je vlastná všetkým živým bytostiam a zapríčinená zlyhaním životných funkcií, ktoré je nezvratné. Kausalitu smrti dieťa na základe spomínaného výskumu pochopí vo veku 7 – 10 rokov. Pochopenie a odhalenie vzťahu príčiny a následku vedie k pochopeniu, že práve zlyhanie životných funkcií viedlo k smrti.

Adolescencia

Väčšina adolescentov sa nachádza v štádiu formálnych operácií, ktoré sme už okrajovo naznačili v predchádzajúcom štádiu, pre ktoré bol príznačný prechod dvoma etapami. Vzťah ku smrti je charakteristický citlivosťou a miera porozumenia tomuto fenoménu sa vzťahuje na vek a charakteristiky psychického rozpoloženia adolescenta. Reakcie na smrť sú podobné dospelým, nie je však ešte možné považovať ich za zrelé, hoci adolescent pochopil všetky komponenty chápania termínu smrť. Smrť je pre adolescenta vzdialenou udalosťou, ktorá je vnímaná skôr ako neočakávaná rana, než ako prirodzený proces. Úplné uvedomenie si reality smrti prichádza až neskôr.

Samozrejme na uvedomovanie skutočnosti smrti v kontexte dieťaťa výrazne vplyva aj sociálne prostredie, predovšetkým napríklad rodina, teda interpersonálny vplyv na konfrontáciu s fenoménom smrti a zomierania.

Zobrazenie smrti v detskej literatúre

Vedomie smrti teda zohráva svoju rolu aj v živote dieťaťa. My sa preto v nasledujúcej časti príspevku zameriame na detského recipienta a na jeho konfrontáciu so smrťou v literatúre.

Prístup detabuizovania témy – smrť v kontexte detského recipienta si vyžaduje špecifický prístup. Preto aj nami zvolená literatúra pre deti a mládež je špecifická, pričom toto špecifikum sa prejavuje nielen výnimočnosťou detskej mysle, ale aj samotným obsahom skúmaných diel. Podnetným sa nám javí predovšetkým skutočnosť, že všetci z autorov nazerali na rovnakú tému diametrálne odlišným spôsobom a prinášajú vždy iný a zaujímavý príbeh, ktorý v každom prípade navodzuje odlišnú atmosféru a emóciu.

Téma smrti a jej zobrazenie predovšetkým v detskej literatúre je zložitá. Aj z hľadiska istej tabuizácie smrti v živote človeka sa nám môže javiť zobrazovanie smrti v detskej literatúre kontroverzným. Nemusí tomu však byť bezo zvyšku tak. Pochopiteľne to súvisí aj s tým, že väčšina autorov detskej literatúry si za nosný obraz, charakter svojich diel volia veselšie postavy a príbehy. V príspevku sa však zameriavame na diela, ktoré tematizujú problémy, s ktorými sa v tvorbe pre deti stretávame menej frekventovane. Konkrétne sa zameriame na motív smrti.

Výskumnú pozornosť v predkladanej štúdii sme ziacilili na tri literárne diela:

- Angela Nanettiová: Priatelia dažďa
- Kitty Crowther: Návšteva malé smrti
- Wolf Erlbruch: Kačka, Smrť a tulipán

V nasledujúcich riadkoch sa budeme zaoberať reflektovaním témy smrti v umeleckej literatúre. Prednostne sa zameriame na cieľovú skupinu recipientov, ktorými sú deti a mládež.

Smrť je neustále prítomná v živote človeka. Stretáva sa s ňou neustále, hoci sa môže usilovať jej prítomnosť potlačiť svojou nebanlivosťou alebo sebazáchovnou tendenciou na ňu nemyslieť, prípadne jej existenciu a prítomnosť určitým spôsobom zľahčovať. Život človeka je však neustále konfrontovaný s uvedomovaním si prítomnosti svojej konečnosti.

Smrť nie je tabu, a preto je nevyhnutné hovoriť o nej aj s deťmi. Prvý krok na ceste k detabuizovania smrti v živote dieťaťa zohrávajú rodičia a diela, ktoré sme sa rozhodli v príspevku analyzovať majú minimálne evokovať komunikáciu medzi rodičom a dieťaťom o téme smrti, aby to dieťaťu pomohlo citovo sa vyrovnáť so svojou smrteľnosťou.

Angela Nanettiová: Priatelia dažďa

Prvá zo skúmaných knižných publikácií je určená predovšetkým mladšiemu čitateľovi. V tomto kontexte je paradoxné, že talianska autorka Angela Nanettiová zobrazuje smrť v príbehu veľmi tvrdo. V dielach Kitty Crowtherovej a Wolfa Erlbrucha smrť vystupuje v príbehu ako jedna z ústredných postáv. V Priateľoch dažďa nestvárňuje jednu z postáv, no motív smrti sa nesie celým dielom, je neustále prítomná.

Hlavnými postavami príbehu sú žaby, ktoré si nažívajú v rybníku. Tento krátky popis, rovnako ako obrazový motív na obale knihy by mohli navodzovať pocit veselého príbehu. Jeho pointa je však o čosi zložitejšia, hoci sa príbeh končí šťastne. Popis na obale publikácie stručne charakterizuje príbeh ako dobrodružnú cestu žabiek z vysychajúceho jazierka k vodopádu. Ich cesta je plná napätia, je ukážkou odvahy, ktorá sa strieda so zúfalstvom a strachom, vypovedá o hodnote solidarity a priateľstva.

So smrťou v príbehu sa stretávame hneď na začiatku pri verbalizovaní ústredného problému, ktorý žabky trápi – zomierajúci rybník. Šesť mesiacov nepršalo a rybník vysychá. Zomieranie/vysychanie rybníka priamo ovplyvňuje aj samotnú životnú existenciu jeho obyvateľov, ktorí musia riešiť otázku vlastného prežitia, preto sa rozhodnú putovať a hľadať vhodné miesto pre potomstvo, kedy sa hlavné postavy opätovne vysporiadávajú zo strachom zo smrti, tento krát smrti vajíčok, ktoré vyschnú a nevyliahnú sa z nich žubrienky. Motívom na cestu teda nie sú iba ich vlastné životy, ale aj životy ich budúcich potomkov.

V deji vystupuje viacero postáv:

Veľký Gra, ktorý je múdry a odvážny a iniciuje odchod z vysychajúceho rybníka. Vystúpi ako pomyselný vodca a spočiatku sa pokúša nájsť riešenie a východisko z ťažkej a stále sa komplikujúcej situácie. Ako riešenie sa mu javí hľadanie a putovanie za veľkou priehradou s vodopádom. Spočiatku čitateľ netuší, či ide o skutočnú priehradu alebo iba o akýsi vysnivaný a lepší život. Cesta je púťou do neznáma. Predstavuje čosi, čo nie je isté, je to niečo, čo žabky nepoznajú, o to je cesta náročnejšia a ťažšia.

Occhioditoro je starý a uznávaný žabiak, no rozhodne sa zostať tam, kde prežil celý svoj život. Svojim rozhodnutím sa dobrovoľne rozhodne zomrieť, takže je prvou postavou, ktorá v deji zomiera, hoci jeho úmrtie nie je v deji explicitne vyjadrené. Je definovaný ako starý zatiaľ čo ostatné žaby sa identifikujú s charakteristikou mladých a silných, preto musia rybník opustiť.

Ďalšou z postáv je Golia, veľký a silný žabiak, ktorý často prichádza do konfliktu s Veľkým Gra. Oba predstavujú alfa samcov v rámci skupiny žiab,

preto sú konflikty očakávané. Ich vzťah samozrejme v príbehu prechádza transformáciou. Golia odmieta opustiť rybník, avšak svoje stanovisko rýchlo zmení a družinu sleduje.

Pellediluna je žabka, ktorá nesie na ceste svoje vajíčka a viac, ako o seba sa strachuje o životy svojich potomkov: „*Ja idem s ním, chcem nájsť nové, lepšie miesto pre svoje vajíčka.*“¹²

Mezzomiglio je rýchly a šikovný žabiak.

Muschio bol mladý žabiak, ktorý bol veľmi pôvabný, priateľský a obľúbený, no cestu komplikoval, pretože nevládal putovať. Preto mu na ceste pomáhal silný Golia, ktorý ho niesol po tom, ako sa pridral k družine.

Ditamozze je žabiak, ktorý podobne ako Golia spočiatku váhal, no napokon sa na cestu vydal. Veľmi rýchlo sa mu však dobrodružná a ťažká cesta stalo osudnou, pretože bol prvou žabou z družiny, ktorá zahynula pri jednom z nebezpečenstiev. Zožrala ho sova.

Detskí čitatelia sa s motívom smrti stretajú hneď na začiatku putovania. Žaby sa chceli skryť a prenocovať pri koreni stromu v lístí a tráve: „*Len čo zatvorili oči, ozval sa zvuk, pri ktorom im stuhla krv v žilách. Počuli trepotanie veľkých krídel, zväzenie vzduchu nad hlavami a hrôzostrašný krik žabiaka Ditamozzeho: „Pomóóó!“ Otvorili oči a napínali zrak. Tma bola priveľmi hustá, ale na strome počuli klepot zobáka a šuchot krídel. Hlas žabiaka bol čoraz slabší, až nakoniec celkom zanikol v tme.*“¹³ Ostatné žaby zachránila ďalšia postava, ktorá vstupuje do deja tým, že žabám poskytne svoju skrýš – hraboš Ermete. Smrť Ditamozzeho je deťom vysvetlená na viacerých miestach, no pomerne drsným spôsobom, kedy Ermete vysvetlí žabám, že: „*Už je po ňom.*“¹⁴, prípadne na inom mieste: „*Po sove nezostalo na konári ani stopy, žiaľ, aj Ditamozze navždy zmizol. Iba na osudnom mieste našli naši priatelia niekoľko hnedých malých pierok s bielymi škvrnami.*“¹⁵ Smrť na priateľov dažďa číha na každom kroku, ako sme už spomínali, nie je samostatným charakterom, postavou, ako v prípade ďalších analyzovaných diel, no neprestajne sú s ňu postavy ako aj detský čitateľ konfrontované. Napríklad v prípade, kedy Golia s Muschiom spadnú do jamy. Muschio sa vyslobodí, lebo je malý a ľahký, no Golia uviazne v jame. Ostatné žabky bojujú s tým, či ho majú nechať zahynúť v jame, pretože mu nie je pomoci. Našťastie príde búrka, ktorá jamu naplní vodou a Golia sa vyslobodí. Okrem motívu smrti je v diele jasne

12 NANETTIOVÁ, A.: *Priatelia dažďa*. Martin. Matica slovenská, 2012, s. 13.

13 *Ibid.* s. 16.

14 *Ibid.* s. 18.

15 *Ibid.* s. 19.

citeľný aj motív priateľstva, ktorý sa prejavuje v súdržnosti družiny. Ako dej pokračuje ďalej, detský recipient je opäť konfrontovaný so smrťou ďalšej z postáv, pričom úmrtie je opäť vykreslené pomerne drsným spôsobom bez metafor a prikrášľovania, čo opätovne zdôrazňuje naše tvrdenie, že smrť je bežnou súčasťou života človeka a prejavuje sa to aj v kultúre a umení, to ktoré je určené pre deti nevynímajúc. Muschio zomiera veľmi násilnou smrťou na farme: „*Kravské kopytá Muschia rozmliaždili. Zostala z neho iba stopa v blate.*“¹⁶ Po tomto úmrtí sú už niektoré žaby frustrované z toľkých obetí zvažujú, či má zmysel putovať ďalej, pričom stále nemajú istotu, či cesta dopadne dobre a oni nájdu vytúženú priehradu s vodopádom. V tejto súvislosti opäť zohráva dôležitú rolu Ermete, ktorý ich upozorňuje na to, akú dlhú cestu už prešli a že by bola škoda, keby sa teraz vzdali, rovnako by obeť ich kamarátov bola za týchto okolností zbytočná. Rovnako aj Pelledinula chcela pokračovať v ceste, pretože sa obávala neustále prítomného strachu zo straty svojich vajíčok. Zosilnený motív smrti sa opakuje na lúke, na ktorej vyčíňa jedovatá ropucha. Priatelia sa stretávajú s malou salamandrou Tiger, ktorá čaká na svoje sestry, ktoré išli preskúmať terén a zvláštne zvuky, ktoré sa lúkou ozývali. Nevrátili sa: „... ako sa Mezzomiglio vracia dlhými skokmi a s očami plnými hrôzy. Žabky prelaknuto zastali. „Čo je?! Čo sa stalo?“ pýtali sa jedna cez druhú. „Upokoj sa a povedz,“ prikázal mu Veľký Gra. Mladý žabiak si zhlboka vzdychol a povedal: „Sú Mŕtve! Všetky!“¹⁷ Zahynulo šesť salamandier, ktoré ležali na blate. Detský recipient je konfrontovaný nielen s násilnou smrťou veľkého počtu postáv, ale aj so smútkom salamandry Tiger, ktorá zostala sama. Ermete, hoci tiež premáha žiaľ, sa pokúša salamandre vysvetliť, že smrť je súčasť života. V prenesenom zmysle to možno aplikovať aj na detského čitateľa, ktorý tiež prijíma rady a usmernenia Ermeteho: „*Vidíš maličká... také veci sa stávajú... na lúke to nie je jednoduché... život je ťažký... Ja by som ti radil... hm... hm... neviem, čo by som ti poradil. Myslím, že tvoje priateľky...*“ odmlčal sa, „*myslím, že je po nich!*“¹⁸ Salamandrin smútok odľahčuje Golia, ktorý je jej oporou a ktorý po smrti Muschia nemá koho niešť a o koho sa starať, preto svoju pozornosť a pomoc venuje opustenej smutnej salamandre a je jej útechou. Smrť v príbehu sa netýka iba kladných postáv, ťažkou a detailne vykreslenou smrťou zomiera aj zlá jedovatá ropucha. „*Z hľbokej trhliny v zemi už nevychádzal nijaký hlas. Zdalo sa, že je koniec. Nastalo ticho. „pôjdeme sa pozrieť.“ Povedal Veľký Gra. Veľká, jedovatá ropucha bola pochovaná až po krk. Nad zemou zostala iba hlava s papuľou,*

16 NANETTIOVÁ, A.: *Priatelia dažďa*. Martin. Matica slovenská, 2012, s. 35.

17 Ibid. s. 45.

18 Ibid. s. 46.

ktorá sa ešte otvárala, ale nevydala už nijaký hlas. „Už Vám neublíži,“ dodal Veľký Gra. „Spôsobila nám veľa zla,“ ozval sa malý Ro. Podišiel k zrázu a začal zosúvať dolu suchú zem. Ostatné ropuchy urobili to isté. Zem sa sypala a pomaly zakrývala hroznú hlavu a laby, až nakoniec z nej nezostalo vôbec nič. „Stihol ju spravodlivý trest, už sa jej nemusíme báť,“ povedal malý Ro.¹⁹ Smrť je v deji prítomná aj v opise rosničiek, ktoré sa pripájajú k priateľom dažďa na lúke a hľadajú priehradu a vodopád, keďže všetci ich príbuzní sú už mŕtvi. Spomínajú, ako mnohí z ich rodu uhynuli zásahom človeka do ich prostredia, prípadne museli hľadať iné miesto na život. Na ceste zažívajú ďalšie dobrodružstvá a nebezpečenstvá, ako napríklad požiar na lúke, počas ktorého sa stratil Golia a Ermete, stretnutie s krtom, ktorý ich napokon zavedie za stratenými kamarátmi. Opätovné stretnutie priateľov dažďa (ktorí sa obávali, že Golia a Ermete sú mŕtvi) môže v detských čitateľoch evokovať opätovné stretnutie sa so zosnulými príbuznými, priateľmi. Ďalšie nebezpečenstvo na družinu číhalo v podobe ľudí – detí, ktoré sa rozhodli v malom jazierku, na ktoré natrafili priatelia počas cesty, chytať žabky. Chlapci sa chystali chytiť Pelledilunu, no v poslednom okamihu sa obetoval výborný a šikovný skokan Mezzomiglio a skočil do siete, aby ochránil ju a nádej na svetlejšiu a krajšiu budúcnosť a predovšetkým kontinuitu života a rodu – jej vajíčka. To bol koniec ďalšieho žabiaka, ktorého priatelia oplakali. O strachu zo smrti hovorí aj ďalšie zviera, ktoré sa objavuje v príbehu – bažant Pinko, ktorý hovorí o tom, ako ho chce farmár uloviť a upiecť. Napokon sa od družiny odčlenil Golia, ktorý nechcel pokračovať v ceste až prišlo k súboju s Veľkým Gra, z ktorého víťazne vyšiel Veľký Gra. Salamandra sa napokon rozhodla, že zostane s priateľom Goliom. Poslednou ťažkou prekážkou bol prechod cez vlakové koľaje, ktorý za opäť takmer skončil tragicky. Pellediluna už bola na pokraji síl, nevládala prejsť Ermete jej pomáhal, takmer ich prešiel vlak. Všetci sa preľakli, pretože našli bezvládnú Pelledilunu, vedľa nej Ermeteho a množstvo krvi. Našťastie boli živý, iba Ermete prišiel o chvost. Táto posledná prekážka ich delila od krásnej vodnej hladiny, pre ktorú stratili toľko priateľov. Od radosti začali kvákať žabiu pieseň, čo zobudilo dievčatko v neďalekom dome: „„Mami, čo je to? Aké zvláštne hlasy?“ opýtalo sa dievčatko, ktoré bývalo v dome a kvákanie ho zobudilo. „To sú žabky, srdiečko. Vrátili sa,“ povedala mama. „To je dobre, neboj sa.“²⁰ Príbeh sa končí víťazstvom života nad smrťou – Veľký Gra sleduje tenké vlásočnice rôsolovitých vajíčok, ktoré stráži spokojná Pelediluna, pozoroval aj spokojného Ermeteho, ktorý sa tešil z hojnosti potravy a radostne očakával otvorenie vajíčok, ktoré sa

19 Ibid. s. 55.

20 NANETTIOVÁ, A.: *Priatelja dažďa*. Martin. Matica slovenská, 2012, s. 96.

premenia na žubrienky, z ktorých budú nové žabky. „Jedna z nich sa bude volať Ditamozze, iná zas Mezzomiglio, ďalšia Muschio a ďalšia možno Occhioditoro. Všetko bude tak, ako v rybníku. Ako v novom rybníku. Budú plávať vo vode alebo podriemkavať na slniečku, na okraji priehrady alebo na veľkých listoch tráv. V noci budú spievať mesiacu a on, Veľký Gra, bude malým žabkám rozprávať príbeh o náročnej a dlhej ceste, ktorú podstúpili, aby zachránili vajčka, o všetkých ťažkostiach a nebezpečenstvách, o priateľoch, ktorých stratili, ale aj o tých, ktorých našli.“²¹

Silným motívom príbehu Priatelía dažďa je aj motív nádeje, ktorá má silu všetko prekonať a zvrátiť zlé, ako aj zmieriť sa so smrťou blízkych: „Nádej je liek, má veľmi povzbudzujúce účinky. Má väčšiu cenu ako celá škatuľa vitamínov. Rozširuje pľúca, prebúdzá myseľ a pobáda telo, aby sa rozhýbalo. Takto účinkuje nielen na ľudí, ale aj na žaby, preto sa cítili, akoby ich niekto obľah živou vodou.“²²

Smrť v diele Angely Nanettiovej striehne na priateľov dažďa na nezámej ceste, je neprestajne prítomná v deji a neustále sa pokúša prejavíť. Nie je teda vykreslená pozitívne, ale ako skutočnosť, ktorá sa musí diať, hoci je smutná. Autorka diela pristupuje k smrti zaujímavým spôsobom, neposudzuje a nehodnotí ju. Smútok je vyjadrený jasne čitateľne, postavy vyjadria smútok, no mŕtveho priveľmi neľutujú, nehodnotia jeho konanie v kategóriách správne – nesprávne, naopak skôr na pozadí smutných udalostí prehodnocujú svoje skutky. Keby autorka hodnotila postavy, ktoré z deja odchádzajú smrťou tým, že by prostredníctvom postáv hodnotila to, že sa mohli zachrániť, keby boli bývali šikovnejšie, rýchlejšie, odvážnejšie a podobne, v detskom čitateľovi by to mohlo navodiť domnienku, že ak nebude dostatočne šikovný, rýchly, múdry, a tak ďalej postihne ho rovnaký osud ako postavu z príbehu. To by pochopiteľne nemuselo mať pozitívny dopad na jeho psychický vývoj. Rovnako žabky v príbehu nedostávajú zo smrti strach a dokonca na viacerých miestach autorka upozorňuje, že smrť nie je ani dôvodom na návrat. To, čím autorka prispieva k problematike detabuizácie smrti je aj to, že jej postavy prijímajú smrť ako fakt, ako nemennú skutočnosť, s ktorou nie je možné polemizovať.

Kitty Crowther: Návšteva malé smrti

Rovnako ako v prípade prvého sledovaného diela Priatelía dažďa, tak aj publikácia *Návšteva malé smrti* sa prihovára predovšetkým deťom. V porovnaní s dielom *Priatelía dažďa*, kde smrť nevystupuje ako jedna z postáv, kde

21 Ibid. s. 98.

22 Ibid. s. 64.

prestupuje celým dielom ako fakt a skutočnosť, ktorej sa nemožno vyhnúť, Kitty Crowther smrť zachytáva ako jednu z ústredných postáv, ktorej pripisuje konkrétne vlastnosti a ktorá priamo zasahuje do deja. Naproti tvrdému a realistickému zobrazeniu smrti v predchádzajúcom diele, belgická autorka Kitty Crowther smrť vyobrazuje ako veľmi smutnú, melancholickú, citlivú, nežnú a predovšetkým osamelú. Príbeh harmonicky dokresľujú ilustrácie samotnej autorky, teda kniha je obrázková, čo je tiež dieťaťu blízke. Možno povedať, že ilustrácie sú nosnými a často vypovedajú viac, než samotný stručný komentár pod nimi. Knižné dielo je precíznou symbiózou ilustrácie a textu, ktorý je viac výstižný ako rozsiahly. Ilustrácie sú veselé, príbehové a rovnako nežné, ako hlavná hrdinka. Detský čitateľ tam nemá pocit ťaživosti už aj tak pomerne náročnej témy. Kresby akoby kreslené pastelkami a farbičkami umocňujú a jasne odkazujú na adresáta diela, na deti, ktoré ilustrácia ľahko prečítajú a sú im blízke. Už rozsah diela napovedá, že autorka sa zaoberá smrťou veľmi jednoducho s ľahkosťou, čo je paradoxné, keďže pojednáva o smutnej téme, ktorá neminie žiadnu existenciu.

Postava Malej smrti je vyobrazená v čiernom plášti, s kapučňou s typickou kosou, no v postave dieťaťa, ktoré má tvár štylizovanú do podoby masky. Kniha provokuje k dialógu už na úvodných stranách, kde Malá smrť hrá badminton s neznámou postavou, ktorej je vidieť iba časť nôh. Čitateľovi tak nie je zrejmý ani spoluhráč, ani miesto, kde sa hra odohráva. Je evidentné už z výzoru Malej smrti, že jej je hra príjemná a paradoxne v kontexte s jej charakterom je vyobrazená s úsmevom na tvári. Charakter miesta, kde sa postavy hrajú udáva honosný luster, ktorý dáva hre šibalský nádych.

Autorka opisuje navyknutý spôsob, akým si Malá smrť chodí po ľuďoch. Ľudia ju považujú za zlú, nelútostnú bytosť, boja sa stretnutia s ňou, keď ju vidia, sú smutní a plačú, hoci sa Malá smrť pokúša byť ku nim milá, dobrá a ohľaduplná. Príde za nimi zaklope na dvere, vezme ich za ruku, odvedie ich, nikto s ňou nekomunikuje. Na Malú Smrť to pôsobí frustrujúco, všetci plačú, ak zakúri v krbe, aby sa mŕtvi zohriali, sú z toho vydesení, lebo si myslia, že sú v pekle a podobne. Rovnaký scenár sa opakuje neustále. Inovatívny prístup autorky k motívu smrti sa prejavuje nielen tým, že dielo je určené detskému recipientovi, ale aj tým, že autorka smrť nezobrazuje ako zlú, škaredú bytosť, z ktorej majú všetci strach.

Už spomínaný úsmev na tvár Malej smrti, ktorá zabudla na detskú radosť a bezstarostnosť jej vráti až stretnutie s chorou Evelínkou. Samotná postava Malej smrti je prekvapená, že dievčatko, po ktoré si príde z nej nemá strach, teší sa z nej a víta ju: „*Konečně jste tady!*“²³ Evelína je iná, než

23 CROWTHER, K.: *Návštěva malé smrti*. Praha : Baobab, 2013, s. 9.

ľudia, s ktorými sa Malá smrť doposiaľ stretla a ktorí ju neprijímali s radosťou a vľúdne. Nielen pre Evelínku je stretnutie so smrťou niečím novým (z čoho však nemá strach, ale berie to automaticky a radostne, ako niečo nové), ani Malá smrť nikdy predtým nezažila, že by bol niekto rád z toho, že ju vidí. Pripomína jej to, že je tiež dieťa. Detský čitateľ tak dostáva na otázku, či sa bojí smrti negatívnu odpoveď. Zomierajúca Evelínka opisuje svoju chorobu a neprestávajúcu bolesť, teší sa z toho, že od návštevy Malej smrti ju už nič nebolí, môže sa smiať a bezstarostne tešiť. Už ju netrápia bolesti a choroba a môže s Malou smrťou robiť všetko to, čo nemohla. Obe postavy sa spriatelila, Evelínka učí Malú smrť hrať sa ako dieťa, ukazuje jej, čo všetko vie. Hra je v príbehu výrazom istej spontánnej radosti a detskej bezstarostnosti. Práve prostredníctvom hry a priateľstva zbavila autorka Malú smrť jej príznačných negatívnych konotácií, ktoré sa so smrťou spájajú. Malá smrť zažíva úplne nové veci, smeje sa: „*Malá smrť se popadá za břicho. Nikdy si nepřipadala tak živá.*“²⁴ Autorka dokonca na jednom z obrazov pripodobňuje Evelínu k Malej smrti nielen charakterovo (obe sú deti a hrajú sa), ale aj vizuálne, keď si Evelína skúša jednu z masiek zo zbierky Malej Smrti. Personifikovaná postava smrti je tak pomyselne identifikovaná a prepojená s postavou malého dievčaťa. Príbeh je sám o sebe ťažký, pretože hlavným motívom je úmrtie dieťaťa, malej Evelínky. No príbeh nenavodzuje pocit smútku, je milý a Evelína víta Malú smrť s radosťou, jej príchod pre ňu znamená vyslobodenie z choroby a trápení, ktoré jej spôsobovala. Malá smrť sa pod vplyvom radostnej Evelíny mení zo smutnej a pochmúrnej bytosti, ktorej sa všetci boja na živú bytosť, stáva sa paradoxne živou, teší sa a smeje.

Bezstarostné chvíle sa musia skončiť a smútok, ktorý chodí zvyčajne so smrťou ruka v ruke opäť prichádza, keď sa Malá smrť musí s Evelínkou rozlúčiť. Evelína nemôže zostať v kráľovstve mŕtvych, musí nastúpiť na cestu do nového života. To Malú smrť veľmi rozlúťostí, pretože vie, že ďalej nemôže pokračovať v ceste spolu s ňou, nechce sa s Evelínkou rozlúčiť, dievčatko sa stalo jej priateľkou a Malá smrť nechce, aby zomrela, nechce o ňu navždy prísť. Malú smrť opäť nebude mať nikto rád, všetci sa jej budú báť. Malá smrť sa cíti opustená a sama, všetko pre ňu stratilo zmysel, prechádza sa po svojom paláci a hľadá Evelínku. Stratila priateľku, je nešťastná a sama. Akoby pociťuje to, čo ľudia, ktorých príbuzných alebo priateľov Malá smrť preniesla do kráľovstva mŕtvych. Cíti to, čo čitateľ, keď zažije stratu svojich blízkych. Krásna pointa príbehu vrcholí v momente, kedy sa Evelínka opäť zjaví, no už nie je dievčatko, ale je anjel. „*Tak jsem si to přála, abych byla*

24 Ibid. s. 16.

stále u tebe," řekne Evelína.²⁵ Príbeh sa končí: „Teď chodí malá smrt a Evelína k umírajícím ruku v ruce. Když lidé vidí něžnou tvář anděla, už nemají strach ze smrti. Je to tak lepší.“²⁶ Odvtedy chodí smrť spolu s anjelom a ľudia sa už toľko neboja. Návrat Evelínky v podobe anjela, ktorý bude Malú smrť sprevádzať na ceste za zomierajúcimi iba podporuje a zdôrazňuje vzniknuté priateľstvo a prepojenosť medzi postavami. Postava smrti sa spojením s anjelskou tváričkou, ktorá ju bude sprevádzať zbavuje atribútov strachu a hrôzy, ktoré navodzuje a spoločne sa stávajú dobrými sprievodkyňami umierajúcich.

Kniha má silne pozitívne vyznenie detský čitateľ tak zisťuje, že smrť nemusí byť zlá a dieťa je oboznámené preň prijateľným spôsobom s tak zložitou témou, ako je smrť a zomieranie.

Pri sledovaní hier, ktoré sú ukryté v ilustráciách knihy je uveriteľné, že Malá smrť môže byť aj priateľská. Detský čitateľ sa tak môže na smrť pozeráť očami autorky, ako na malé hravé dievča, ktoré tiež túži po priateľstve a porozumení, hoci tajomstvo, ktoré sa s ňou spája môže byť smutné a ťaživé. Silným a ústredným motívom príbehu je priateľstvo, po ktorom túži aj nepochopená a zaznávaná Malá smrť.

Vyobrazenie postavy Malej smrti navodzuje personifikačnú predstavu, ktorá je však krajne modifikovaná v porovnaní so zaužívanými predstavami, s ktorými sa deti môžu stretnúť už napríklad v zobrazovaní tematiky smrti vo folklóre alebo v ľudových rozprávkach. Kitty Crowtherová posúva postavu smrti bližšie k detskému čitateľovi, lebo, ako sme na to upozornili už vyššie, smrť zachytáva vo vyobrazení dieťaťa, nie ako starú zvráskavenú babizňu. Autorka takto už len samotným obrazom zbavuje detského čitateľa možného strachu zo smrti.

Kitty Crowtherová sa narodila s poruchou sluchu, do štyroch rokov bola nepočujúca a nerozprávala. Svet okolo seba spoznávala a vnímala predovšetkým prostredníctvom vizuálnej stránky a obrazov. Táto skúsenosť sa pozitívne odzrkadlila v poetike jej diel, akoby si uchovala detskú myseľ a svojim čitateľom výborne rozumie. (Hoci by sme sa neradi zaoberali životopisom autorky, no v súvislosti s literatúrou pre deti je dôležité poznamenať, že za takto orientovanú tvorbu dostala v roku 2010 medzinárodné uznávanú cenu Astrid Lindgrenovej). Crowtherová vie, čo deti trápi, čomu nerozumejú, čoho sa boja a dáva im návod na rozlúštenie a pochopenie rôznym témam – v našom prípade tematike smrti a umierania. Detského čitateľa nezavádza polopravdami, no odrýva iný pohľad na sledovanú problematiku. Príbeh sa začína tak, ako všetci smrť poznáme – smutne, je

25 CROWTHER, K.: *Návštěva malé smrti*. Praha : Baobab, 2013, s. 20.

26 Ibid. s. 21.

ťaživá a chladná, vyvoláva strach. Autorka potom diametrálne mení pohľad na Malú smrť – príde radosť, veselosť, priateľstvo a potom nádej na ďalšie stretnutie. Nádej, ktorá je v kontexte so smrťou a umieraním tak dôležitá a na ktorú sme sa odvolávali už v predchádzajúcom diele.

Ak sa vrátíme ku charakteristike kresieb, musíme opäť zdôrazniť ich jednoduchosť a ľahkú čitateľnosť pre detského adresáta. Kresby sú jednoduché nielen svojim vyhotovením, ale aj farebnosťou. Autorka však dbá na detaily kresieb, napríklad môžeme upozorniť na zmenu vo výraze masiek nad krbom v prípade ustráchaného zomierajúceho muža a v prípade veselej Evelínky. Tvorivosť a vtip autorky sa prejavuje aj v dômyselnom rozmiestňovaní symbolov a opakujúcich sa predmetov, čím je toto dielo zaujímavé aj pre dospelého čitateľa, pretože dáva možnosť rôznej interpretácii a priestor na ďalšie rozvíjanie príbehu. Kniha sa uzatvára ilustráciou, na ktorej Evelínka (už ako anjel) s Malou smrťou čítajú z knihy. Knihy poznania? Možno. Tajomstvo a záhada smrti a umierania na začiatku, v podobe hry a neznámej postavy je na konci príbehu vyobrazená v harmónii poznania a priateľstva.

Wolf Erlbruch: Kačka, smrť a tulipán

Podobne, ako v prípade predchádzajúceho skúmaného diela, aj v príbehu nemeckého spisovateľa a ilustrátora Wolfa Erlbrucha vystupuje smrť ako jedna z hlavných a ústredných postáv. Dielo, ktoré je opäť určené detskému adresátovi sa zaoberá smrťou a posmrtným životom. V príbehu okrem smrti vystupuje aj kačka, ktorá sa stretáva so Smrťou, ktorá ju celý život sprevádzala. Kačka sa sprvoti Smrti bojí no napokon sa spriatelila. Predovšetkým spolu diskutujú o mnohých otázkach – o živote a smrti, o posmrtnom živote, o tom, čo príde po tom, ako vyhasne život. Plávali spolu v jazere, liezli na strom. Hovorili o tom, čo si myslia iné kačky, že sa po smrti zmenia na anjelov, budú sedieť na oblaku a pozerat' sa na svet dolu. V príbehu sa vyskytuje viacero vtipných a humorných momentov, napríklad konštatovanie Smrti, že je to možné, keďže kačice už majú krídla. Tiež prišla na rad diskusia o Pekle, kde budú zlé kačice opekať zaživa. Smrť však vnáša do rozprávania trocha neurčitosti, pretože začne polemizovať o tom, na čo všetko kačice myslia, keďže ani ona sama presne nevie, ako to je. A odpoveď na túto otázku sa ani autor nepokúša detskému divákovi dať. Napokon s príchodom zimy, kačica skutočne zomiera a Smrť ju odnáša k veľkej rieke, postrčí ju na cestu a dlho ju sprevádza pohľadom. Príbeh sa končí: „Smrti sa v hrudi čosi pohlo. „Taký je už raz život,“ pomyslela si.“²⁷

27 ERLBRUCH, W.: *Kačka Smrť a tulipán*. Mníchov : Slniečkovo, 2013, s. 25.

Hoci ilustrácie v texte sú redukované, rovnako ako samotný text, príbeh má veľkú výpovednú hodnotu a dramatický obsah príbehu a jeho témy, ako aj v prípade *Návštevy Malé smrti*. Atmosféra príbehu je hrejivá, paradoxne aj napriek tomu, že pojednáva o smrti. Kniha zachytáva a komunikuje ťažkú tému o to komplikovanejšie je zachytenie, keďže je kniha určená detskému adresátovi, ako je tomu v našom prípade. Postava smrti je vyobrazená ako kostra odetá do károvaného kabáta. V porovnaní s predchádzajúcim dielom je vyobrazenie Smrti drastickjšie v podobe kostlivca, no táto drastickosť je zmiernená vtipnými a humornými momentmi, takže príbeh ani samotné zobrazenie hlavnej postavy nevyznieva tvrdo a drsne.

Podobne ako v prípade ilustrácií Kitty Crowtherovej aj v diele *Kačka, Smrť a tulipán* sa vyskytujú symbolické odkazy. Napríklad tmavý červený tulipán, ktorý sa v ilustráciách nachádza pri tom, ako si kačka uvedomí, že je smrť jej životnou súputníčkou a keď sa zoznámia. V časti, kedy sa obe postavy spriatelí tulipán v ilustráciách abscentuje, objavuje sa opäť až pri smrti kačky. Samotná symbolika tulipánu ako kvetu je veľavravná. Tulipán znamená spoľahlivosť a vernosť. Akoby symbolizuje to, že Smrť je spoľahlivá v tom, že raz príde a je vernou spoločníčkou v živote človeka. Tulipány tiež predstavujú modlitbu, pokánie ale aj oddanosť.

Dej plynie prirodzene, autor na žiadnu skutočnosť nepridáva prehnany dôraz a detskému adresátovi tak ilustruje obraz smrti ako prirodzenej súčasti života a jeho vyústenia.

Atribúty smrti v inscenácii Epos

*„Láska a smrt jsou si rovny,
jsou údělem, jemuž se musí lidstvo slepě podrobiť.“*
(Edgar Herzog)

Reflexiou smrti sa autori explicitne, či implicitne zaoberajú v diferentných podobách a rozmanitých druhoch umenia. Nevyhýbajú sa jej ani v umeleckých obsahoch primárne určených detskému divákovi a mládeži. Dokonca sa nedospelému prijímateľovi snažia uľahčiť pochopenie jej významu. Námet smrti sa objavuje i v takej špecifickej oblasti akou je bábkové divadlo. V tomto druhu divadla sa objavuje smrť ako konkrétna postava alebo prítomná amorfná entita. Či sa o smrti hovorí a polemizuje sa nad tým, čo vlastne je, či je pozitívna alebo negatívna. Tvorcovia na vysvetlenie významu smrti detskému prijímateľovi, často využívajú ako výrazový a výpovedný prostriedok bábkú samotnú, a to nie len v divadle, ale napr. aj v rôznych televíznych šou. Napríklad v jednej z epizód americkej bábkovej

show Sesame street bábkky muppets hovoria o smrti blízkeho človeka a snažia sa vysvetliť, čo vlastne smrť je a znamená. Ďalším príkladom, tento krát v slovenskom kontexte je inscenácia *Kmotra Smrť a zázračný lekár* (2008 réžia: Ondrej Spišák) v *Starom divadle Karola Spišáka v Nitre* na motívy ľudovej rozprávky zapísanej Pavlom Dobšinským, kde sa smrť explicitne objavuje ako konkrétna postava pomáhajúca otcovi svojho krstňaťa. V intenciách tejto inscenácie je Smrť vykreslená ako spravodlivá postava, konajúca v súlade s istými zákonitostami života a neselektujúca medzi ľuďmi na základe ich spoločenského statusu. V divadelnom diele sú väčšinou použité klasické prvky a postupy bábkového divadla, ktoré detský recipient kategoricky poníma. Smrť je zobrazená ako spravodlivá a nevyhnutná. Takisto je v mnohých prípadoch nezvratiteľná, i keď sú inscenácie určené divákovi pod 6 rokov.²⁸

Inou diametrálne odlišnou inscenáciou je dielo, priamo reflektujúce smrť a pocity umierajúceho človeka kreované na základe workshopov v *Bábkovom divadle Žilina*. Toto dielo už nie je explicitne určené pre detského diváka, ale pre mládež a diváka dospelého, preto nesie odlišné vyjadrovacie prostriedky. Analogicky spája také fenomény akým sú myšlienky starovekého *Eposu o Gilgamešovi* a svet súčasného mladého produktívneho moderného človeka vyrovnávajúceho sa s otázkami hraničnej existencie a konečnosti života.

Unikátnu javiskovú koláž na základe workshopov skomponovali tvorcovia Ivan Martinka²⁹ a Andrej Kalinka³⁰, premiéru mala 30. 6. 2011 v Žiline. Obraz smrti sa v inscenácii objavuje na niekoľkých úrovniach a nazerá na ňu z rôznych pohľadov akcentujúcich jej neustálu prítomnosť v živote. Na hranice života a smrti sa tvorcovia pozerajú z pohľadu niekoľkých postáv a konfrontujú banalitu a absurditu uponáhľaného života s lyrickými obrazmi blízkosti dvoch ľudí, ale i s bolestnými okamžikmi objavujúcimi sa v bytí každej ľudskej bytosti.

28 Podľa psychológov je smrť u detí do 6 rokov vnímaná ako zvrátiteľný jav.

29 Absolvent bábkoherectva bratislavskej VŠMU (1995). Je umelcom všestranných aktivít. Ešte počas štúdií účinkoval v Paríži a spolupracoval so slávnym kolínskym divadlom pantomímy Milana Sládka. Dve sezóny bol členom Štátneho bábkového divadla v Bratislave, od roku 1996 je umelcom na voľnej nohe. Realizuje vlastné autorské projekty, príležitostne sa venuje scénografii a scénickej realizácii a bol viackrát ocenený na medzinárodných bábkarských festivaloch (Subotica, Lodž).

30 Je hudobným skladateľom, výrazný talent svojej generácie a spolupracuje s mnohými divadlami na Slovensku i v Čechách a najnovšie aj v Poľsku, či Nemecku.

Ideové dielo inscenácie *Epos o Gilgamešovi*

Epos o Gilgamešovi je prvým epickým dielom svetovej literatúry pochádzajúci zo starej Mezopotámie. Jedná sa o príbeh priateľstva kráľa Uruku *Gilgameša* a *Enkidu*, ktorí majú najprv spolu zápasiť, ale vzniká medzi nimi priateľské puto. Spolu porážajú obra *Chuvavu* a nebeského býka, ktorý má potrestať *Gilgameša* za to, že odmietol bohyňu *Ištar*. Na *Enkidu* zošle jej otec boží trest - začne slabnúť a chorľavieť, až napokon umiera. *Gilgameš* smúti za svojim priateľom. Nechce sa vyrovnáť s jeho smrťou. Vydáva sa hľadať nesmrteľného *Utanapištima*, do ríše mŕtvych, aby mu prezradil tajomstvo nesmrteľnosti a on ho získal. Dáva mu úlohu, ktorú nesplní. Tak sa vracia *Gilgameš* domov bez toho, aby získal nesmrteľnosť. *Utanapištim* mu ešte pred tým prezradí možnosť nájsť rastlinu večnej mladosti na morskom dne. Keď ju však získa, odnáša ju morský had a *Gilgameš* sa vracia domov sklamaný. V momente, keď sa vracia z ríše mŕtvych ukazuje prievozníkovi gigantické hradby svojho mesta Uruku a vtedy pochopí, že človek sa nestáva nesmrteľným večným životom, ale svojimi činmi, ktoré ostanú v histórii.

V samotnej predlohe, ktorá sa stala ideovým východiskom spomínaných workshopov, a tak i predlohou k samotnej inscenácii, sa objavujú otázky o večnosti, nesmrteľnosti, láske k blížnemu a smrti ako o niečom, čo je konečné, ale ostáva nádej, že sa dá zvrátiť. Už v samotnej predlohe môžeme badať strach z konečnosti existencie a pokus zvrátiť ju.

Problematika konečnosti ľudskej existencie v diele *Epos*

V tejto časti sa budeme venovať detailnej kontinuite jednotlivých obrazov inscenácie pre lepšie demonštrovanie zobrazenia smrti v danej inscenácii a významu jednotlivých obrazov.

V introdukcii inscenácie vyjadruje hlavná hrdinka svoje túžby. Na prvý pohľad sú triviálne, po ktorých túži ne jeden jedinec: „*Spať pod holým nebom, žmurkať jedným okom, naučiť sa písať, plávať nahá v mori, zmoknúť v lete, naučiť sa variť, rozprávať po francúzsky, vidieť more, jazdiť, naučiť sa variť, naučiť sa spievať, všeličo a všelijako a naozaj.*“ Hlavná hrdinka je oblečená v pánskom obleku s bielou košelou a kravatou, čo je zástupným znakom súčasného rýchleho a úspešného života. Je potrebné poukázať aj na fakt, že je oblečená vo farbách typických pre východný a západný svet ako pre farby smútku symbolizujúce smrť.

Prichádzajú ďalšie postavy v šedých kabátoch a sadajú si na prázdne ocelové kocky. V tomto prípade môžeme šedé kabáty a ocelové kocky považovať za zástupný divadelný znak všednosti, možno až šedosti a jednotvárnosti konzumného ľudského života, kde chýba rozmanitosť a farba,

prejavuje sa uniformita. Postavy sedia vedľa seba a začínajú sa kontinuálne vo svojej kocke – mikrosвете, vzdalovať. Odhadzovať šedé kabáty a odhaľovať svoju ľudskú individualitu. Začínajú sa vo svojich svetoch trápiť. Ako podklad tvorcovia použili rusínsku pesničku, ktorej text znie: „Bože môj, otče môj, nik sa ma nespýta na tejto doline, šuhajko, čo ti je? Čo mi je to mi je...” – čo ešte viac umocňuje celý obraz. Za postavami prichádzajú ich alteregá, ktoré ich dostávajú z kociek a vytvárajú ilúziu vnútorného zápasu samých so sebou. V pozadí je stále prítomný obraz ženy – hlavnej hrdinky, ktorá ich sleduje a prichádza medzi nich i reálne, obzerá si ich. Keď prichádza niekto, kto ich sleduje z vonku ich boj utícha a tvária sa vyrovnané. Hlavná hrdinka je jediná, u ktorej sa neobjavuje alterego. Už na začiatku je teda naznačené, že nevedie vnútorný boj, je vyrovnaná.

Hneď v prvom obraze môžeme nájsť prvky existencializmu, zameriavajúceho sa na človeka ako jednotlivca. Pritom však nie je „individualistický“, to znamená, že jednotlivca neizoluje. Naopak, pretože človeka vždy vyhľadáva v konkrétnej situácii, v ktorej je spojený so svetom - s inými ľuďmi, nejaví sa človek nikdy izolovaný, tak ako postavy v inscenácii. Ľudské bytie je jediným bytím vo svete a je vždy bytím s iným.³¹ V celom diele je jednotlivec v hraničnej situácii konfrontovaný s okolitým svetom a dopadom jeho rozhodnutí a situácie, nie len na seba, ale i jeho blízkych.

Nasleduje obraz rozhovoru hlavnej hrdinky a dokumentaristu pýtajúceho sa na veci z jej života: „Koľko máte rokov? 26 rokov. Máte súrodencov? Nemám. Vzdelanie? Študovala som fotku a nové médiá. Zamestnanie? Na PN-ke.“ Dokumentarista sa pýta na jej prácu v oblasti reklamnej fotografie, čo ju moc neteší. Dokumentarista hovorí o jej úspešnej kariére a postupne sa dostávajú k tomu, že fotila autá, šaty, modelky, čo demonštrujú herci v šedých kabátoch synchronickým preskupovaním svojich tiel a konštituovaním ich do rôznych tvarov anorganických predmetov. Dokumentarista jej pripomína, že je označovaná za jeden z najvýraznejších talentov, ale ona o tom nechce hovoriť – už sa tým neživí. V celom diele sa striedajú epické pasáže s lyrickými a sú umocňované autentickou hudbou Andreja Kalinku, kreovanej na základe rusínskych ľudových piesní.

Po rozhovore nasleduje lyrický obraz ženy. Tá si v bielych šatách ľahne na hercov metamorfujúcich sa na posteľ. Postupne vyjadruje pohybmi slobodu a radosť zo života. Prezlieka sa do červených šiat a zväzuje si vlasy – čo symbolicky vyjadruje dospievanie. Pohybuje sa vo svete zaneprázdnených

31 KAČMÁRIKOVÁ, E. – POLANOVÁ, N.: *Kapitoly zo súčasnej filozofie*. [online]. Vydanie prvé. s. 33 – 34. [cit. 2014-04-10]. Bez ISBN. Dostupné na: <http://web.tuke.sk/ksv/Kapitoly_zo_sucasnej_filozofie.pdf>.

ľudí v šedých kabátoch, večne sa niekam ponáhľajúcich a snaží sa ich vyrušiť z ich stereotypu. Ukazuje im voľnosť zobrazenú pomocou krídel. Herci vytvárajú aj vtákov pomocou rekvizít - topánok, všetci sa nechávajú unášať, ale zrazu počuť zvuk klaksónu, naľakaná žena uteká a protagonisti padajú na zem.

Pokračuje rozhovor *Dokumentaristu* a *Fotografky*. Preberajú jej rozhodnutie zúčastniť sa na jeho projekte, ktorý doteraz všetci odmietli. *Dokumentarista* naráža na prezentáciu projektu. Má byť prezentovaná vo všetkých médiách, a či *Fotografke* nevadí fakt, že to uvidí jej snúbenec. Ona dúfa, že to uvidí a vraj aj kvôli tomu asi súhlasila. Jej priateľ pracuje ako špičkový *developer*.

Objavuje sa muž oblečený podobne ako hlavná hrdinka a začne predvádzať prezentáciu v angličtine nového priestoru multiplex, ktorý dokáže prakticky všetko. Ostatní herci pri tom pomocou odkrytej animácie ovládajú kartónový predmet zložený z viacerých štvorcov s potlačou oblohy. Na konci hovorí, že je to Babylonská veža 21. storočia. Pri tom víťazne rozťahuje ruky a pozerá sa dohora. Znova sa nám naskytuje analógia s mýtom. Babylonská veža bola podľa povestí postavená ľuďmi, aby dokázali, že svojimi schopnosťami a mocou sa dokážu priblížiť bohu. Tomu sa to nepáčilo, a preto im poplietol jazyky, aby vežu nedostavali, aby si nerozumeli. Odvtedy hovoria rôznymi jazykmi – preto *developer* rozpráva v anglickom jazyku. V tomto prípade môžeme nájsť aj odkaz na *Bibliu* a *Starý zákon*, konkrétne knihu *Genezis*. V rovnakej knihe sa nachádza aj príbeh o potope sveta a Noemovej arche, práve pre neho bol inšpiratívnym zdrojom *Epos o Gilgamešovi*, v ktorom sa tak isto nachádza príbeh s potopou, za ktorý *Utanapištim* dostáva nesmrteľnosť a radí *Gilgamešovi* ako ju môže získať (nebude spať šesť dní a sedem nocí – rovnaký čas aký trvala potopa sveta), čo *Gilgameš* nezvládne a zaspí. V knihe *Genezis* sa tiež objavuje prvýkrát po vyhnaní z raja možnosť zrodzenia a takisto aj s tým súvisiacej smrti, či prvá vražda.

Po prezentácii prichádzajú opäť *Dokumentarista* a *Fotografka*. Ona mu hovorí, že je to podľa nej otravné a povedala to aj snúbencovi, ktorý odišiel z izby. Ona išla za ním s fotoaparátom. Začínajú hlasnejšie polemizovať o urazení muža. Nasleduje pohybová groteskná etuda odohrávajúca sa v bare. *Fotografka* ťahá za ruku urazeného *Snúbenca* a sadajú si vedľa seba, on sa jej snaží vysvetliť podstatu svojho projektu. Ona mu ho vytrháva a chce, aby s ňou tancoval a zabával sa. Tak aj spraví, ale svoju modrú kocku nepúšťa z ruky. Zatiaľ popred nich ostatní aktanti tancujú. Neznámi muž bez tváre „poluje“ na jednu z herečiek v čiernobielych šatách a dvorí sa jej. Snaží sa jej rozopnúť podprsenu. *Dokumentarista* z pozadia všetko sleduje a neskôr začína tancovať so ženou v červenom. Do toho všetkého

hrá prerobený hit od Elvise Presleyho – *Only you*. Tu sa začína „vynárať“ jeden z motívov predlohy, a to odmietnutie bohyně *Ištar Gilgamešom*. Hudba ustáva a *Snúbenec s Fotografkou* ostávajú pozerat' na ženu v červených šatách so zabandážovanou rukou so slovami „*Aha vidíš? Aha vidíš.*“

Prichádza žena so smutným výrazom v čiernobielych šatách, na ktorých má béžový kabát neznámeho muža a za ňou druhá v šatách jej podobných. V popredí pri kockách scénicky tancuje aktantka v červených šatoch. Okolo chodia muži a pozerajú sa na celý obraz. Žena sa začína „strácať“ v kabáte a nastáva svetelná zmena. *Fotografka* sa snaží dozvedieť niečo o súkromnom živote *Dokumentaristu* – reaguje podráždene a prvý krát sa pýta na jej chorobu. Odpovedá mu: „*Normálne na preventívnej prehliadke.*“ V pozadí začína znieť hudba s latinským textom *Dies irae, dies illa*³² (Ten deň, onen deň, Ten deň, je deň hnevu) – pripomienka ľudskej prchavosti, rekviem a zvolávanie k poslednému súdu. V tomto momente sa tematika smrti explicitne objavuje i v zložke hudobnej. *Fotografka* sa dostáva do prúdu svetla pripomínajúcemu nebeské svetlo. Postupne s latinskou piesňou v synchronicite začína znieť pieseň rusínska. Opäť sa zjavuje žena v čiernobielych šatách pomaly prichádzajúca frontálne k publiku, držiac si obťažkané brucho. Obe piesne rusínska aj latinská sa prekrývajú. Zatiaľ čo žena chodí dokola jej alterego leží na zemi a drží si kľčovito brucho v polohe plodu. Prichádza *Fotografka* so šedou zdravotnou správou. Drží ju v ruke, číta a začína sa šialene smiať – prichádza prvotný šok. Na druhej strane sa nachádza žena v červených šatách s jej alteregom a synchronne narábajú s pravou zafačovanou rukou. V pozadí znie stále latinský biblický hymnus. Pre všetky ženské postavy prichádza deň hnevu, ktorý ich dostáva do hraničnej situácie a konfrontuje ich so smrťou. Na pozadí začína obraz ženskej tváre ronit' krvavé slzy. Všetky ženy sa na neho obracajú. Ženská tvár padá a odhaľuje zadnú stenu – stenu predstavujúcu vnútro človeka a ženy, veci skrývajúce sa pod povrchom, veci ovplyvňujúce človeka. Stena je zložená zo zvyškov a hláv bábik, umelých vlasov, televízií..., čím sa otvára aj vnútorný svet človeka, nenaplnené túžby, premárnené príležitosti. Táto stena ponúka aj možnosť interpretácie brány mŕtvych, brány do druhého sveta, či babilonských múrov. Keďže na konci padá a objavuje sa lúka.

Fotografka v popredí scény trhá lekársku správu, za zvuku bubna a padá na zem, nemôže správu zničiť. Ozýva sa *Dokumentarista* s otázkou, čo jej povedali doktor: „*Povedali mi, že zomriem. Dali mi kartu a pár povzbudivých slov.*“ Ostáva spať na podlahe s pokrčenou správou. Prichádza snúbenec, prikrýva ju bielym svetlom a nachádza v jej rukách skrčenú správu. Prečíta

32 Text zobrazuje dni posledného súdu, strach a zúfalstva.

si ju. Snaží sa ju zničiť, ale jeho alterego mu ju redundantne vracia, znova a znova. Bojuje s tým, ale nepomáha to. Snaží sa ju schovať do steny, fotografka už oblečená v bielom svetri mu ju znova podáva. Skladá zo správy papierové lietadielko a spieva pieseň mládenca, ktorému zomrelo dievča. Odhadzuje lietadielko to sa vracia späť aj s ďalšími, ktoré ho bombardujú. *Fotografka* sa prevaľuje na zemi v bielom svetri poukazujúcim na jej chorobu. Jeho naháňajú aleteregá, zatiaľ, čo ona je sama. Odpadáva a on stavia z modrej kocky dom, pred ten stavia plot v tvare detí. Bozkáva jej nohy, berie ju na ruky, ona sa vzpiera. Jeho alterego sa mu ešte snaží brániť v spoločnom živote. *Snúbenec* ju berie do domu. Snaží sa ísť proti bohu a jeho vôli. Žena v bielom svetri býva v mýtických predstavách interpretovaná ako obraz blížiacaj sa smrti.

Pokračuje rozhovor o dňoch po diagnóze. *„Závidela som... všetkým... Chápete? Každý môže žiť... Hoci aký chrapúň, vrah, tak prečo ja nie? Keď som videla smiech alebo radosť tak to bolo úplne najhoršie.*

Čo vám pomohlo? Začala som znova fotiť.

Modelky? Ten najväčší hnus – zdochliny, ovracané záchody, poštatých bezdomovcov, tie najväčšie sračky.

A to vám pomohlo?

Ako sa to vezme... Keď sa dnes pozerám na tie fotky prídu mi viac smutné ako hnusné.

A čo robíte teraz? Pozorujem ľudí a snažím sa uhádnuť ako asi žijú.“

Ukazuje a zamýšľa sa nad ženou s harmonikou, ženou s rukou i ženou v čiernobielych šatách – podľa nej sa nevie rozhodnúť a bude to niečo čo ovplyvní celý jej život. Hovorí o svojich fotkách týchto žien a ako sa menili. O sebaistom dievčati, ktoré prešlo zmenou, ukazuje plačúceho snúbenca po tom, čo mu povedala o svojej chorobe. Začína sa zameriavať aj na *Dokumentaristu*. Ten je stále uzavretý a nechce si odložiť tašku. *„Rozmýšľam prečo ľudia nevedia byť šťastní. „Ja som šťastný... Tečie vám z nosa krv.“*

Začínajú sa pohybovať ako tiene a objavuje sa žena v červenom, už bez ruky, oblečená v plátenných šatách. Okolo nej sú iné ruky – tvorcovia tu narábajú s hororovosťou výrazu umocnenou hudbou a recitáciou, zvukmi ako zo záhrobia. Postupne ju ruky pohlčujú. Všetci v kabátoch sa na ňu zameriavajú a sledujú jej chýbajúcu ruku. Jej alterego prináša červené šaty, prichádza k nim a berie si ich pomocou zubou a druhej ruky. Ostatní jej pomáhajú si ich obliecť. Keď ich má na sebe začína sa bláznivo smiať na chýbajúcej ruke, zrazu zmrzne a snaží sa učešať. Nejde jej to je zúfala. Pomáha jej alterego. Znova sa objavuje jej ruka začína pociťovať voľnosť a lietáť. Opäť sa vracia do reality a začína hrdelne spievať. Odhadzuje červené šaty, odkladá ich na stenu.

Za ňou je žena v čiernobielych šatách a béžovom kabáte, ktorá už je viditeľne gravidná, hľadá si brucho. Odhadzuje kabát, ale jej alterego ho skladá a prináša k nej. Prikríva sa ním. Žena sa hýbe pod kabátom. V jednom okamihu sa s ňou zdvíha i matrac a začína sa hýbať plod v jej bruchu, zastavuje ho, na konci sa ho zbavuje. Zakrývajú ho ostatní herci v šedých kabátoch, žena ešte bojuje so svojim alteregom dávajúcej jej stále kabát muža. Nakoniec ho tiež necháva v zadnej stene.

Dokumentarista zo svojej tašky vyťahuje slúchadlo, ide ku stene a otvára zásuvku z nej vychádzajú listy. Jeho alterego ho naháňa so zvoniacim telefónom, k nemu sa nemôže dostať, a keď ho konečne má tak sa na druhej strane nikto neozve. *Fotografka* ho spovedá, pohádajú sa. *Dokumentarista* si pripadá ako osamotený chybný výrobok, priznáva sa, že píše fiktívne listy fiktívnym osobám. Ona by s ním menila, chce fajčiť a on jej berie cigaretu.

Prichádza *Snúbenec* s alteregom a opäť začína prezentovať multiplex už však nie je istý ako na začiatku, *Fotografka* sa na neho díva. Odchádza k stene a odkladá do nej multiplex – stráca nádej. Chce sa vyšplhať na stenu, ale jeho alterego ho zastavuje. Prichádza žena s harmonikou a detskými topánkami zozadu na ňu kýva bábka dieťaťa zo steny. Keď sa k nemu priblíži, tak zmizne. Spieva a prichádzajú žena v čiernobielych šatách a jej alterego.

Zaznievajú slová: „*Nikto nie je odolný voči bolesti zo straty blízkeho človeka, a že je tak ako my všetci citlivý, zraniteľný a smrteľný. Takže podľa neho ste nezvali svoj projekt.*“

Fotografka už je celá v bielom a začína záverečná scéna. Všetci protagonisti sú na scéne so svojou bolesťou a robia gesto vyplývajúce z nej. *Snúbenec* sa pohybuje na zadnej stene. Dostáva sa k *Fotografke*, prekrížia si ruky, preložia cez ne rukávy od svetra a pobožkajú sa. Čo v divákovi evokuje akt zosobášenia. *Fotografka* spraví gesto pripomínajúce slobodu a snúbenec ostáva v náručí iba sveter. Odchádza, zostáva smútiť so svetrom. Zrúti sa zadná stena a objavuje sa lúka s kvetmi. Všetci vchádzajú na túto lúku a znie hlas *Fotografky* a *Dokumentaristu*, rozpráva jej *Epos o Gilgamešovi*. Rozprávajú sa o nesmrteľnosti a ona rozpráva svoje túžby ako na začiatku.

V diele sa nachádzajú aj konvenčné farby znázorňujúce smrť, či už je to farba biela, čierna, ale i červená. V týchto farbách sú odeté všetky postavy. Zadná stena znázorňuje nenaplnené veci v živote človeka, či veci ktorých sa vzdal, zároveň je odkladiskom túžob i akousi bránou smrti.

Psychologický aspekt inscenácie – transformácia správania a psychológie osobnosti pri strete s hraničným bodom existencie, smrťou

Tvorcovia inscenácie reflektujú tematiku konečnosti ľudskej existencie a pocity umierajúceho človeka, konfrontovaného s vážnou chorobou. Prípadne jedinca, ktorý sa musí pre smrť rozhodnúť (potrat) a vyrovnávanie sa blízkyh osôb s týmto faktom. Ukazujú vnútorný boj človeka snažiaceho sa tento moment oddialiť. Podľa slovenskej mediologičky Eriky Moravčíkovej „*Smrť alebo zánik organizmu zasahuje človeka vo všetkých sférach - nie len v biologickej, ale aj psychickej, či sociálnej. Hlboko determinuje citovú oblasť človeka, a to bez ohľadu na jeho emotívny stav alebo spôsob života. Narodenie, život a smrť sú tri fenomény, ktoré predstavujú nevyhnutnú skúsenosť ľudstva ako i jednotlivca.*“³³

Všetky tieto fenomény, čiže zrodzenie, život a smrť sú v inscenácii prítomné a ovplyvňujú psychológiu jednotlivých postáv. Tvorcovia ukazujú protagonistov vo všetkých spomínaných sférach a ich determinovanosť, ktorú im správa o blížiacej sa smrti spôsobila. Všetky postavy prežívajú strach zo svojej situácie. Hororové obrazy ukazujú hrôzu, akú títo ľudia cítia. Podľa E. Herzoga: „*Není pochyb o tom, že kdykoli se lidé střetli se smrtí a začali si jí být vědomí, pociťovali děsivou hrůzu, která postupovala celou jejich bytost, nehledě na to, zda se vědomí prezentovala jejich vlastní blížící se smrt anebo smrt někoho jiného.*“³⁴ Na všetkých postavách môžeme pozorovať prežívanie hrôzy zo smrti tzv. tremenda, zobrazenej v inscenácii hlavne pomocou už spomínanej hororovosti výrazu. Túto úzkosť prežívajú oni samotní, ale aj ich blízki.

Podľa existencionalistov, ktorí majú blízko ku konkrétnemu prežívaniu, bol podnetom ich filozofovania zvláštny, jedinečný „existenciálny zážitok“ (strach, smrť, utrpenie, hrôza, hnus, tragická situácia). Tento svet človeku pripadá cudzí, pretože si ho nemohol sám vybrať, bol do neho vrhnutý (narodený) nezávisle na svojej vôli a paradoxne proti svojej vôli z neho musí odísť.³⁵ Hlavná hrdinka sa dozvedá o svojej chorobe, o tom, že umiera proti svojej vôli. Proti vôli vzniká aj nový život v podobe plodu v lone ženy v čiernobielych šatách.

33 MORAVČÍKOVÁ, E.: Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry. In *Kultúra v premenách globalizácie*. Prvé vydanie. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, Katedra kulturológie, 2012, s. 190. ISBN 978-80-558-0093-6.

34 HERZOG, E.: *Psyché a smrt*. Brno : Emitos a nakladatelství Tomáše Janečka, 2012, s. 17.

35 KAČMÁRIKOVÁ, E. – POLANOVÁ, N. *Kapitoly zo súčasnej filozofie*, s. 33 – 34.

Tvorcovia na základe rozhovorov s Dokumentaristom ukazujú zmenu psychiky po oznámení blížiacej sa smrti. To čo sa s človekom deje, keď je bezprostredne konfrontovaný s hraničnou situáciou v živote. Hlavná hrdinka je so svojim osudom už zmierená, a preto nemá svoje alterego, druhú postavu. Zatiaľ, čo ostatné ženy sa dozvedajú veci počas predstavenia. Na začiatku aj na konci spomína svoje túžby a zmysel života, nad ktorým sa zamýšľa po tom, čo sa dozvedá, že umiera. Taktiež hľadá zmysel v tom prečo vlastne umiera. Podľa slovenskej kulturologičky Kataríny Gabašovej: „*Strach úzkosť i zúfalstvo nás majú viesť k tomu, aby sme dali životu zmysel. V hľadaní zmyslu smrti, sa ukrýva práve hľadanie zmyslu života. Výzva čeliť hrôzom existencie a chápať ich ako prostriedok k autonómnej existencii a k sebaapochopeniu sa môže zdať paradoxná, a to v zmysle, že myslieť na smrť alebo nechať sa viesť strachom a úzkosťou môže človeka viesť k strate zmyslu a k pesimizmu.*“³⁶ Hlavná hrdinka v posledných chvíľach rozmýšľa nad zmyslom života a nad tým, čo by ešte chcela stihnúť.

Psychológ J. Hučín deklaruje, že: „*Stáří, zánik, smrt nepatří v západní společnosti mezi vyhledávaná témata. Společenským ideálem je ekonomicky produktivní člověk plný energie a mladého vzezření.*“³⁷ Autori inscenácie Epos kreujú kontrast na základe toho, že do stredu pozornosti umiestnili mladú ženu, ktorá je spoločenským ideálom a ekonomicky produktívna. Zisťuje však, že vo veku 26 rokov umiera, hovorí o svojej chorobe a o pocitoch, o transformáciach v jej živote nastávajúcich po zistení, že jej existencia sa blíži ku koncu. Tvorcovia sa tak snažia v intenciách daného divadelného artefaktu o detabuizáciu smrti, ktorá je v súčasnej konzumnej spoločnosti stále do veľkej miery eliminovaná. Predkladajú intímnu výpoveď umierajúceho a jeho pohľad na život, zmysel žitia. Dávajú výpovedi o blížiacej sa smrti intímny ráz. „*Za tabuizovanie témy smrť v spoločnosti sa prihovára aj Markéta Hříbalová, keď tvrdí, že o svojej osobnej tragédii stále nevieme hovoriť a väčšina z nás nedokáže poskytnúť podporu trúchliacemu človeku. Vnútorňý smútok a pocity spojené so smrťou blízkej osoby sú vytlačované, pretože v dnešnej spoločnosti, ktorá je zameraná predovšetkým na výkon a mladosť, nie sú trúchliaci schopní podávať najlepšie výsledky. V individualizovanej spoločnosti nechceme, aby nám ostatní videli do kariet. Takéto citlivé témy zdieľame len so svojimi najbližšími. Na verejnosti sú ukryté.*“³⁸

36 GABAŠOVÁ, K.: Reflexia smrti v kontexte súčasnej kultúry. In Kultúra v premenách globalizácie. Prvé vydanie. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, Katedra kulturológie, 2012, s. 95. ISBN 978-80-558-0093-6.

37 WEB 1

38 MORAVČÍKOVÁ, E.: Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry. In Kultúra v premenách globalizácie. 2012, s. 201.

V scéne kedy *Fotografka* ukazuje *Dokumentaristovi* svoje fotografie a zamýšľa sa nad osudom jednotlivých žien sa prejavuje neschopnosť hovoriť s ostatnými o svojej osobnej tragédii. Na postavách *Fotografky* a jej *Snúbencu* sa zas objavuje intímne vyrovnávanie sa so smrťou dvoch blízkych osôb. Postavy prechádzajú počas predstavenia viacerými fázami.

Podľa americkej psychologičky Elisabeth Kübler-Ross je 5 fáz³⁹, ktorými umierajúci človek a jeho blízki prechádzajú, sú to:

1. šok, popieranie a stiahnutie sa do izolácie
2. zlosť a agresia
3. vyjednávanie
4. depresia
5. prijatie a zmierenie

Týmito fázami prechádzajú aj hlavná hrdinka Eposu a jej Snúbenec. Pri scéne s lekárskou správou zažíva šok ona aj snúbenec. Prejavuje sa hlasným smiechom prechádzajúcim až k šialenosti výrazu. Nastáva zlosť, agresia a odmietanie ako druhá fáza. U nej sa prejavujú voči ostatným ľuďom, ale aj snúbencovi, ktorému povie, že je trápny. Závidí ostatným ľuďom. U nej sa spúšťa obranný mechanizmus v podobe, fotenia negustiózných vecí. „K vyrovnání se svou situací využívají nemocní širokou škálu obranných mechanismů. Aktivní obranné mechanismy se projevují zejména v agresivitě nemocného a umírajícího vůči svému okolí, anebo také v jeho zvýšené aktivitě. Tímto způsobem se snaží „zapomenout“ a nevšímat si svého stavu.“⁴⁰ Snúbenec nechce prijať správu a v zlosti ju trhá, ničí.

Tretia fáza - vyjednávanie nastáva, keď sa ju Snúbenec snaží dostať do domu a jeho alterego sa mu v tom snaží zabrániť, prejavuje sa jeho vehementná snaha ju zachrániť, aby spolu mohli prežiť naplnený život.

Štvrtá fáza – depresia, je ukázaná pomocou fotografie plačúceho Snúbencu, ale i jeho odloženie Babylonskej veže a následný zápas s jeho vnútnom a smútok po smrti *Fotografky*. Čo sa týka zmierenia u nej prichádza skôr. Už na začiatku divadelného diela je zmierená, pokojná a vyrovnaná. Nemá svoje alterego. Nezvádza už vnútorný boj. Zmierila sa so svojim osudom. Retrospektívne sú potom ukázané predchádzajúce fázy. U Snúbencu dochádza k záverečnej fáze až po smrti *Fotografky*. Zmierenie je vykreslené oblečením si jej svetra. E. Kübler – Ross tvrdí: „Nemocný může být už se svou situací smířen a jeho okolí stále ještě bojuje a smlouvá. Paradoxně pak právě

39 Nazývajú sa tiež ako päť fáz smútku alebo umierania, termín bol prvý krát zavedený v roku 1969.

40 WEB 1

*nemocný poskytuje psychickú podporu svému okolí, ktoré není schopné prijmout prognózu nemoci.*⁴¹

Tvorcovia v intenciách inscenácie deklarujú smrteľnosť každej ľudskej bytosti, vyrovnávanie sa so smrťou jeho blízkych. Ukazujú človeka i v iných hraničných situáciách akými sú vážna choroba, či rozhodnutie sa pre smrť nenarodeného dieťaťa – potrat. Pomocou diela proklamujú zmeny, ktoré koniec existencie a správa o nej prináša na úrovni psychologickkej i sociálnej.

Divákovi sa nenaskytuje len pohľad na umierajúcu osobu a jej okolie, ale poskytuje aj otázky týkajúce sa smrti a jej blízkosti. Ako aj otázku, čo po smrti je, ako mení človek svoje myslenie a čo sa pre neho stáva dôležitým. *Fotografka* opúšťa svoju perspektívnu prácu, začína si všímať ľudí okolo seba, fotiť ich, zamýšľať sa nad ich životmi. Vyjadruje svoje túžby, ktoré sú možno na prvý pohľad triviálne a každodenné, ale v živote ich už nestihnú. V záverečnom obraze sa zamýšľa, nad tým, čo znamená zmysel života, v čom ho ľudia vidia.

Naskytá sa aj otázka nesmrteľnosti, moci človeka a božej moci. Kategória nesmrteľnosti v inscenácii súvisí i s literárnou predlohou, a tým ako sa ju snaží získať *Gilgameš*. *Snúbenec* manipuluje s bledomodrou Babylonskou vežou 21. storočia zobrazujúcou nebo a neobmedzené možnosti človeka, ktorý sa svojou možnosťou a schopnosťami snaží priblížiť bohu. Je zo začiatku pri prezentácii energický, postupne však jeho nadšenie upadá so zhoršujúcim sa zdravotným stavom *Fotografky*. Pochopí, že proti osudu nemôže nič spraviť a Babylonскую vežu odkladá. Na konci pri páde steny sa odhaľuje lúka s kvetmi, práve pomocou kvetu chcel *Gilgameš* získať nesmrteľnosť. Tento akt môžeme chápať ako prechod do večnosti.

Implicitná a explicitná prítomnosť smrti vo viacerých úrovniach

Smrť a umieranie je v diele vyjadrené explicitne, a to na úrovni slovnej i pohybovej v jednotlivých znakových divadelných obrazoch i hudobnej a textovej zložke. V inscenácii sa však nachádza aj implicitne na sémantickej úrovni diela. Jednak môžeme badať tendenciu tvorcov využiť konvenčné farby symbolizujúce smrť vo východnej i západnej kultúre, akými sú biela, čierna a červená. Okrem farieb sú použité i archetypálne odkazy, a to na smrť ako nevestu a smrť v podobe matky.

Smrť v podobe matky môže recipient vnímať pri žene v čirno-bielych šatách. E. Herzog tvrdí, že: „*Úděl mateřství připomíná osudovost smrti tím, že*

41 WEB 1

oboji zahrnuje strádanie, „ztrátu a truchlení“ a také smrtelná muka.⁴² Pokiaľ obraz démona smrti získa podobu matky, stáva sa vedomý vzťah medzi dvoma pólmi ľudského života: narodením a smrťou. Tie sa stávajú hranicami života. Ľudia si uvedomujú, že sú bytosťami prichádzajúcimi z neznáma, do ktorého sa aj vrátia. A práve toto neznámo v nich vyvoláva tremendum.⁴³

Smrť ako nevesta sa objavuje v postave Fotografky. V momente, kedy v záverečnom obraze zomiera, divák má možnosť vidieť medzi ňou a snúbencom svadobný obrad, zobrazený pomocou prekríženia a previazania rúk. Tento obrad bol známy už u starovekých národov. V pohrebných rituáloch v tradičných kultúrach bolo zvykom, že pokiaľ zomrel mladý človek muž, či žena mal pohrebný obrad formu svadby. Taktiež žena v bielom svetri zjavujúca sa napríklad v snoch symbolizuje smrť. Ďalšou analógiou na predlohu inscenácie je fakt, že i bohyňa Ištar býva označovaná za archetyp nevesty smrti a teda nesie atribúty smrtonosnej nevesty.

Záver

Smrť je v súčasnej konzumnej mediálnej kultúre často braná ako komodita a výhodný predajný artikel. I keď sa môže zdať, že je vďaka médiám do veľkej miery detabuizovaná, u dnešného človeka pretrváva strach z nej ako niečoho neznámeho a má tendencie ju všemožnými spôsobmi oddiaľiť, či vytesniť. Autori v rôznych oblastiach kultúry a umenia však podávajú často aj pohľad diametrálne odlišný od mainstreamového zobrazenia. Ako príklad nám môže slúžiť práve zobrazenie smrti a jej atribútov konkrétnych skúmaných literárnych dielach a v bábkovom divadle, konkrétne v inscenácii Epos (2011) Bábkového divadla Žilina, v ktorej tvorcovia Ivan Martinka a Andrej Kalinka podávajú sondu do mysle a pocitov smrteľne chorého človeka. Poskytujú recipientovi obraz smrti v niekoľkých dimenziách a vyrovnanie sa s ňou ako i hraničnými situáciami v živote. Poukazujú však na konečnosť života ako na niečo intímne, čo ovplyvňuje nie len dotyčného, ale aj jeho blízkych, na niečo čo vplýva na sociálnu i psychologickú úroveň človeka.

Tento príspevok je čiastkovou prezentáciou výsledkov riešenia výskumnej úlohy vega č. 1/0410/14 „(de)tabuizácia smrti v súčasnej kultúre“, ktorá sa rieši na katedre kulturológie na FF UKF v Nitre.

42 HERZOG, E.: *Psyché a smrt*. Brno : Emitos a nakladatelství Tomáše Janečka, 2012, s. 102.

43 Ibid., 2012, s. 104 – 105.

Literatúra a zdroje:

- ASSMANN, J.: *Smrt jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, 96 s. ISBN 80-7021-514-3.
- CROWTHER, K.: *Návštěva malé smrti*. Praha : Baobab, 2013, 23 s. ISBN 978-80-87060-67-4.
- ELIADE, M.: *Mýtus o večném návratu*. Druhé vydanie. Praha : OIKOYMENH, 2009, 131 strán. ISBN 978-80-7298-388-9.
- ELIAS, N.: *O osamělosti umírajících*. Vydanie prvé. Praha : Nakladatelství Franze Kafky, 1998, 72 strán. ISBN-10: 80-85844-39-7.
- ERLBRUCH, W.: *Kačka Smrť a tulipán*. Mníchov : Slniečkovo, 2013, 40 s. ISBN 978-80-89314-26-3.
- HEIDEGGER, M.: *Bytí a čas*. Praha : Institut pro středoevropskou kulturu a politiku, 1996, 477 s. ISBN 8086005127.
- HERZOG, E.: *Psyché a smrt*. Vydanie prvé. Brno : Emitos a nakladatelství Tomáše Janečka, 2012, 246 strán. ISBN 978-80-87171-27-1.
- INŠTITORISOVÁ, Dagmar. 2001. *O výrazovej variabilite divadelného diela*. Vydanie prvé. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2001, 256 strán. ISBN 80-8050-406-7.
- INŠTITORISOVÁ, D. – ORAVEC, P. – BALLAY, M.: *Súčasný tváre slovenského divadla*. Vydanie prvé. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta a Ústav literárnej a umeleckej komunikácie, 2006, 339 s. ISBN 80-8094-012-6.
- JÁGEROVÁ, M.: *Posledné zbohom. Súčasný pohrebné obyčaje*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, 2008, 328 s. ISBN 978-80-8094-411-7.
- KAČMÁRIKOVÁ, E. – POLANOVÁ, N.: *Kapitoly zo súčasnej filozofie*. [online]. Vydanie prvé. 58 s. [cit. 2014-04-10]. Bez ISBN. Dostupné na: <http://web.tuke.sk/ksv/Kapitoly_zo_sucasnej_filozofie.pdf>
- LANSBERG, P. L.: *Zkušenost smrti*. Vydanie prvé. Praha : VYŠEHRAD. 1990, 208 s. ISBN 80-7021-054-0.
- MORAVČÍKOVÁ, E.(ed.): *Kultúra v premenách globalizácie*. Prvé vydanie. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, Katedra kulturológie, 2012, 438 strán. ISBN 978-80-558-0093-6.
- NANETTIOVÁ, A.: *Priatelja dažďa*. Martin. Matica slovenská, 2012, 98 s. ISBN 978-80-8128-054-2.
- PAVLOVSKÝ, Petr. (ed.): *Základní pojmy divadla*. Vydanie prvé. Praha : Libri, 2004, 352 strán. ISBN 80-7277-194-9.
- YALOM, I.: *Existenciální psychologie*. Praha : Portál, 2006, 527 s. ISBN 80-7367-147-6.

ZAMAROVSKÝ, V.: Gilgameš. Vydanie prvé. Bratislava : Mladé letá, 1974, 88 s. Bez ISBN

WEB 1: HUCÍN, J.: Psychologické aspekty smrti a umírání. [online]. [cit. 2014-04-10]. Bez ISBN. Dostupné na: <http://jakub.hucin.cz/smrt.html>

Kontaktné údaje:

Mgr. Veronika Kudlačáková, PhD.

Filozofická fakulta

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Hodžova 1

949 74 Nitra

vkudlacakova@ukf.sk

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Mgr. Marcela Králiková

Filozofická fakulta

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Hodžova 1

949 74 Nitra

kralikova.marcel@gmail.com

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

OD VIRTUÁLNEHO NEKROMARKETINGU AŽ PO ZOMIERANIE, SMRŤ A NESMRTEĽNOSŤ V KYBERPRIESTORE

From Virtual Nekromarketing to Dying, Death
and Immortality in Cyberspace

Maroš Lahučký

Abstrakt: Príspevok mapuje a analyzuje tematiku smrti, jej detabuizáciu, banalizovania, vytesnenia a praktiky nekromarketingu v kontexte kyberpriestoru a rozšírenej reality. V hlavnom poli záujmu je najmä skúmanie pokračujúceho života virtuálnych identít aj po smrti v podobe hologramov, dát a umelých inteligencií. Príspevok sa zaoberá možnosťami kontaktu a skúseností so smrťou prostredníctvom počítačových hier, aplikácií, programov, sociálnych sietí a informačných technológií. Analyzuje súčasné fenomény prezentácie smrti online, tzv. denníkov smrti a možnosti jednoduchej a bezbolestnej digitálnej smrti.

Kľúčové slová: smrť, zomieranie, virtuálna realita, rozšírená realita, kyberpriestor, nekromarketing, hologram, internet,

Abstract: The work mapping and analyzing the themes of death, it opens taboo topics, trivializing, displacement and nekromarketing practices in the context of cyberspace and augmented reality. The main field of interest is the particular investigation continued life of virtual identities even after death in the form of holograms, data and artificial intelligences. The work deals with the possibilities of contact and experience with death through computer games, applications, programs, social networking and information technology. Analyzes the current phenomena of death online presentation through death notes and easy, painless ways of digital death.

Key words: Death, Dying, Virtual reality, Augmented reality, Cyberspace, Nekromarketing, Hologram, Internet

Zomieranie, smrť a posmrtný život

„Smrť ako takej chýba mentálna reprezentácia. Každá predstava smrti – bez ohľadu na to, či sa jedná o smrť iného človeka alebo o budúcu vlastnú smrť – naráža na elementárny logický problém, že žiadny systém si nedokáže bezrozporne predstaviť svoj vlastný koniec. Ak je však smrť nepreniknuteľná a nepredstaviteľná, tak ju len veľmi ťažko definovať.“¹

Smrť tak z nášho pohľadu môžeme opisovať len z akéhosi vonkajšieho pohľadu alebo zo skúseností, ktoré máme k dispozícii. Tie sa však spájajú väčšinou so smrťou niekoho iného a preto je skúmanie fyzických, no najmä psychických sprievodných procesov zomierania a smrti, pre nás do značnej miery obmedzené a náročné. Spôsobuje to najmä nemožnosť získavania relevantných dôkazov alebo vlastnej skúsenosti, čo však nemusí byť v budúcnosti trvalým stavom. Výnimkou sú azda len prípady klinickej smrti, kedy sa jedinec dostáva do zvláštneho „mimotelového“ stavu a je svedkom viacerých zážitkov, ako sledovanie svojho vlastného tela a diania na vôkol, komunikácia s rodinou a známymi, ktorí sú už po smrti alebo prechod cez tunel, na konci ktorého je jasné svetlo. Toto sú niektoré z najčastejšie sa opakujúcich zážitkov pri klinickej smrti, ktoré sa však doteraz nepodarilo vedecky potvrdiť, ale ani vyvrátiť. Je teda otázne, či je klinická smrť skutočnou smrťou, po ktorej má človek naozajstnú skúsenosť s posmrtnou existenciou alebo sa jedná o halucinácie spôsobené nedostatkom prúdiaceho kyslíku do mozgu. Aj z tohto dôvodu je len veľmi ťažké definovať, čo smrť vlastne je, čo pre človeka znamená a čo prežíva pri vlastnej smrti. Samozrejme, ak sa neuspokojíme s lekárskou definíciou biologickej smrti, ako s trvalým a so životom nezlúčiteľným poškodením životne dôležitých orgánov alebo s rôznymi náboženskými vysvetleniami, ktoré opisujú smrť ako formu prechodu do ďalšej existencie.

Neexistuje azda pojem, ktorý by bol viac opradený mýtmi ako práve smrť. Ľudia, kmene, kultúry, spoločnosť ako celok, si už od svojho vzniku vysvetľujú tento konečný stav života rôznymi spôsobmi. Norbert Elias vraví: *„Konec ľudského žití, jemuž říkáme smrt, lze mytologizovat představou dalšího společného života, ať už v Hádu, ve Wallhale, v pekle, či v ráji. Je to nejstarší a nejčastejší forma lidského úsilí vyrovnat se s konečností života.“*² V tomto smere ide predovšetkým o vieru každého jedinca v niečo alebo niekoho (náboženstvá, svätci, príroda, veda a pod.), čím sa prakticky uisťuje, že po

1 ASSMANN, J. – MACHO, T.: *Smrť jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, s. 71

2 ELIAS, N.: *O osamělosti umírajících v našich dnech*. Praha : Nakladatelství Franze Kafky, 1998. s. 7

konci života začína ďalšia etapa jeho existencie v inej forme a podobe. Takýto spôsob vyrovnávania sa so smrťou, však nie je v súčasnosti jediným a v dobe pokroku viacerých informačných technológií sme svedkami snáh o úplné detabuizovanie smrti, resp. o vytvorenie jej zábavnejšej až triviálnejšej podoby. To má za následok zbanalizovanie nielen smrti ako takej, ale i aktu zomierania alebo až prílišnú snahu o vyhýbanie sa akejkolvek podobe smrti, prípadne prehlbovanie strachu pred ňou. Takýto stav prináša v súčasnosti dva odlišné pohľady na smrť a to v prvom rade jej čoraz častejšie vytesňovanie z vlastného života, no na druhej strane aj neustále posúvanie hraníc intimity, kedy sa v zobrazovaní smrti a zomierania neobjavujú žiadne obmedzenia. „Mezi mnoha tvory na této zemi, kteří umírají, dělá smrt potíže jen lidem. Pouze lidé mezi všemi živými bytostmi vědí, že zemřou, pouze oni předvídají svůj konec, uvědomují si, že může přijít kdykoli, a podnikají určitá opatření – jako jednotlivci i jako skupiny, aby se uchránili před nebezpečím zániku.“³ Výsledkom takýchto procesov sú niekedy až bizarné spôsoby a nástroje, ako sa smrti vyvarovať a ako sa pred ňou napríklad i chrániť⁴. V našom príspevku si predstavíme niekoľko fenoménov bezprostredne spojených so smrťou a aktom zomierania, avšak odohrávajúcich sa vo virtuálnej realite⁵,

- 3 ELIAS, N.: *O osamělosti umírajících v našich dnech*. Praha : Nakladatelství Franze Kafky, 1998. s. 9
- 4 Takýmto príkladom môže byť aj tzv. Kryonika - z gr. kryos – studený – je zatiaľ legítimizovaná len v USA. Známu spoločnosťou, ktorá ju realizuje, je firma Alcor. Technológia kryoniky je do detailov prepracovaná, a to od momentu prehlásenia lekára, že pacient je mŕtvy. Bezprostredne po napísaní úmrtného listu sa do tela streknú látky, ktoré zabránia zrážaniu krvi a súčasne sa zchladzuje ľadom, aby nedochádzalo k jeho rozkladu. Potom sa prevezie do firmy Alcor, kde sa krv vymieňa za nemrznúcu tekutinu (kryonický roztok), ktorá v hlbokých mrazoch nekryštalizuje, a tak nepoškodzuje bunky. Najväčšia pozornosť sa venuje mozgu, lebo jeho bunky sú najcitlivejšie. Kvôli tomu sa doňho navŕtajú dva otvory, aby sa mohol monitorovať. Keď sa uskutočnia všetky procedúry, tak sa telo dá do akéhosi „spacáku“, v ktorom sa zchladzuje niekoľko dní až na teplotu mínus 110 až 120 °C a nakoniec do kovového boxu s teplotou mínus 196 °C. Takto zmrazené telá podľa odborníkov môžu vydržať milióny rokov. KOVÁČOVÁ, E. 2012. *Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry*. IN: Kultúra v premenách globalizácie. zborník príspevkov z vedeckej konferencie. Nitra : FF UKF, 2012. s. 190 - 191
- 5 Virtuálna realita – je počítačová technológia, ktorá prostredníctvom hardvéru a softvéru umožňuje vytvárať virtuálne modely objektívnej reality a tieto využívať pre generovanie vnemových pocitov ľudí. Dostupné na: http://www.priemyselneinzierstvo.sk/?page_id=1568

rozšírenej realite⁶, v kyberpriestore a za pomoci moderných informačných technológií. Práve virtuálny priestor a nové technológie poskytujú čoraz väčší priestor a prostriedky na to, aby sa so smrťou mohlo narábať ako s predajným artiklom v rámci rozširujúceho sa nekromarketingu a taktiež má človek príležitosť na čoraz intenzívnejší kontakt so smrťou a zomieraním v ich virtuálnej podobe, ktorá sa ho však priamo fyzicky netýka.

Na tomto mieste je dôležité pripomenúť rozdiely v pojmoch zomieranie, smrť a posmrtný život. Každý z nich sa spája s inou charakteristikou, inými sprievodnými javmi a predstavuje odlišnú podobu ľudskej existencie resp. neexistencie. Nás zaujímajú tieto pojmy alebo štádiá, ktoré sa človeka bezprostredne týkajú, hlavne v kontexte ich prepojenia a sprostredkovania formou virtuálnej reality. Tá môže do značnej miery ovplyvňovať ich ponímanie a vysvetľovanie. Zomieranie tak môžeme označiť za stav, kedy je človek v ohrození svojho života, čoho príčinou môže byť napríklad staroba, nehoda prípadne ochorenie a dôsledkom môže byť smrť. Virtuálna realita, ale taktiež rozšírená realita, nám skúsenosť so zomieraním prináša v podobe simulácií vo viacerých kampaniach, projektoch, hrách, ktoré sú súčasťou rozsiahleho kyberpriestoru. Podobnú skúsenosť nám sprostredkujú aj v prípade smrti, ktorú v realite môžeme chápať viacerými spôsobmi. Na jednej strane môže smrť predstavovať koniec života, za ktorým už ďalej nenasleduje nič. Na druhej strane však pre mnohých smrťou nič nekončí a vnímajú ju ako nevyhnutný akt potrebný k prechodu do inej „dimenzie“, iného spôsobu existencie.

Cieľom príspevku je vytvoriť diskurz k základným formám a spôsobom prezentácie zomierania, smrti a posmrtného života v kyberpriestore. Tie vznikajú pomocou virtuálnej a rozšírenej reality, ktoré často a do veľkej miery modifikujú ponímanie smrti, vedú k jej detabuizácii, banalizácii, praktikám spojeným s parazitovaním vo forme nekromarketingu a nekrotainmentu, no taktiež i k vytesneniu týchto pojmov z každodenného života.

Nekromarketing a nekrotainment

Vo svete médií, zábavy, informácií, plnom mediálnej a virtuálnej reality, kde sa neustále prehľbuje individualizmus, narcizmus, kult tela a mladosti, si svoju cestu úspešne razí aj podnikanie resp. prosperujúci obchod so

6 Rozšírená realita – dopĺňa realitu o dáta stiahnuté z internetú, prípadne uložené v mobilnom telefóne alebo tablete. Rozširuje tak reálne prostredie o virtuálne prvky. Táto technológia sa čoraz viac využíva v marketingu, zábavnom priemysle, v reklame alebo vo vzdelávaní.

smrťou v podobe nekromarketingu⁷ a nekrotainmentu. Ako píše kulturologička Kováčová: „*Smrť sa stáva biznisom ako každý iný. Pritom nejde len o široké portfólio pohrebného sortimentu vrátane bizarností najhrubšieho zrna ponúkajúc možnosť spolupnenia do diamantu, virtuálne cintoríny či urnu s podobizňou zosnulého. Hovoríme aj o „zábavnom“ aspekte smrti spredmetnom v podobe fotografií a videí samovrážd, vrážd, mučenia, týrania, verejných popráv diktátorov, ale aj o mediálnej smrti celebrit a telebrit.*“⁸ Súčasný rozsah pôsobenia nekromarketingu by sme mohli rozšíriť azda už len o čoraz častejšie „živé“ vystúpenia zosnulých hviezd pop music v ich 3D holografickej podobe, rôzne aplikácie a programy simulujúce smrť a zomieranie v rozšírenej realite alebo možnosť bezbolestného zomierania vo virtuálnych svetoch sociálnych sietí a počítačových hier. Vo všetkých týchto prípadoch je používaný pojem smrť v súvislosti so zaníkaním určitej identity (reálnej alebo virtuálnej) alebo žijúcej osoby, no jeho vážnosť a hodnota je priamo úmerná ziskom a miere zaujímavosti pre širokú verejnosť a mediálne publikum.

Médiá s radosťou parazitujú na utrpení druhých. Správy o úmrtiach, čo možno najsenzačnejších alebo naopak najemotívnejších, dokážu zobrazovať a podsúvať divákovi a čitateľovi celé týždne a tí ich s ochotou a chuťou prijímajú. Nevnímajú tak fenomén smrti a umierania ako súčasť ich samých a celej spoločnosti, ako konečnú etapu ich života, ale majú pred očami zväčša zvrátenú zábavu, marketing alebo „pseudo“ smútok nad utrpením ľudí, ktorých poznajú len s masmédií. Tie dokážu zo smrti známej osoby vyťažiť maximum a v dobe jej aktuálnosti, je pre nich témou číslo jedna a teda hlavnou zárobkovou činnosťou. Ako príklad by sme mohli použiť mediálne prezentovanie popráv známych diktátorov Saddáma Husajna alebo Muamára Kaddáfího, ktorých sledovanie len potvrdilo chůtky voyeristického publika. „*Exhibícia smrti pôsobí na ľudský zrak magneticky. Je odpudzujúca, ale neodolateľne osobná. Obrazy smrti, ako možno nazvať videá a fotografie doslova znásilňujúce smrť v intímnom strete s odchádzajúcim*

7 Nekromarketing považujeme za druh marketingu, ktorý využíva všeobecne známe marketingové pravidlá a techniky, s cieľom vyvolania výmeny, ktorá uspokojí požiadavky jednotlivcov, organizácií a obracia sa smerom k situáciám a predmetom, ktoré sú explicitne alebo implicitne spojené so smrťou alebo parazitujú na smrti a tragédii. WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definícii nekromarketingu*. Zlín : UTB, 2010, s. 5

8 KOVÁČOVÁ, E. 2012. *Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry*. IN: *Kultúra v premenách globalizácie*. zborník príspevkov z vedeckej konferencie. Nitra : FF UKF, 2012. s. 192

životom, sú neraz vyhladávanou ponukou médií.⁹ Takéto nazeranie na umieranie a smrť tu však bolo prítomné azda v každej dobe, len v iných formách. Máme na mysli predovšetkým verejné popravy odsúdených (u nás známe napr. Prešovské jatky), v stredoveku časté popravy údajných čarodejníčiek, na ktoré sa chodilo pozerieť stovky ľudí. Takéto verejné demonštrácie popráv a zabíjania sa v tej dobe považovali za akési spoločenské udalosti, v dobách gladiátorských hier v antickom Ríme, boli dokonca obľúbenou formou nielen plebejskej zábavy. Na západe nebolo zriedkavým zaobštarávať si fotky svojich zosnulých blízkych na pamiatku, ale tiež napríklad obrázky zabitých alebo popravených zločincov, kvôli senzácii a ich veľkej popularite¹⁰. Ďalej tiež môžeme spomenúť určitý druh nekromarketingu v podobe zabalzamaného tela ruského politika a revolucionára Vladimíra Iljiča Lenina, ktoré je dodnes vystavené v moskovskom múzeu a milióny návštevníkov sa na neho s obľubou chodia pozerieť. „Podobne kontroverzne vyznieva aj metóda plastinácie, ktorej priekopníkom sa stal nemecký patológ Günther von Hagens vo svojich „dielach“ vystavených na celom svete. „Moje plastinačné laboratórium je niečo ako posmrtný salón krásy modernej doby. Omladzujeme telá, nepekne veci ako vráskavú kožu a vrásky jednoducho odstránime“, vraví Hagens. Plastinácia je špeciálna konzervácia ľudského tela za účelom vytvorenia exponátu, ktorý anatomicky detailne odhaľuje svaly, kosti a vnútornosti ľudského tela stiahnutého z kože. Plastináciu si údajne želala aj dnes už zosnulá popová legenda, Michael Jackson. Podľa Hagensových slov mu môže práve táto metóda zaručiť nesmrteľnosť tela.“¹¹ Z vedeckého a lekárskeho hľadiska ide nepochybne o veľmi zaujímavý experiment, ktorý môže v mnohých prípadoch poslúžiť ako prostriedok k učeniu, avšak vystavovať podobné „die-

9 HRUBÁ, Z. *Fenomén smrti v súčasnej kultúre*. Nitra : FF UKF, 2012. s. 66.

10 Ako príklad môže poslúžiť vražda a zabitie známeho amerického lúpežníka a zločínca, neskôr dokonca ľudového hrdinu, Jesseho Jamesa, ktorého v roku 1882 zradil a zastrelil nový člen jeho gangu Robert Ford. Ten sa stal na istý čas nesmierne známym a incident, kedy Jamesa zavraždil, dokonca stvárňoval na divadelných doskách. Veľmi populárnymi sa stali aj fotografie jeho mŕtveho tela, z ktorých sa predalo veľké množstvo a objavili sa tiež na titulných stranách viacerých novín. Jeden z boháčov vraj ponúkal šerifovi za telo zločínca 50 000 dolárov, aby ho mohol vystavovať po celej krajine a najznámejšia fotografia zosnulého Jamesa, bola najčastejšie videná fotka v stereoskopoch (prístroj na prehliadanie stereofotografií – plastické zobrazovanie), hneď vedľa Sfingy, Taj Mahalu alebo Rímskych katakomb. DOMINIK, A.: *The Assassination of Jesse James by the coward Robert Ford*. USA : Warner Bros, 2007. 160 min.

11 KOVÁČOVÁ, E. 2012. *Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry*. IN: Kultúra v premenách globalizácie. zborník príspevkov z vedeckej konferencie. Nitra : FF UKF, 2012. s. 199

la“ z iných, komerčných dôvodov alebo za každú cenu šokovať, už takým serióznym dojmom nepôsobí.

V umení a v jednotlivých kultúrach sa stretávame so smrťou, umiernením a rôznymi sprievodnými rituálmi už od dávnych dôb. V rôznych starých kmeňoch býval odchod zo sveta živých sprevádzaný obradovými tancami, piesňami a nie je tomu inak ani dnes v rozvinutejších kultúrach, aj keď v súčasnosti sú tieto rituály vo výrazne modifikovanej podobe. Umelci boli už v minulosti touto témou fascinovaní a premietali ju do svojich obrazov, sôch a iných diel s dôrazom na jej tajomnosť a neustálu prítomnosť. Avšak nielen to. Jednou z prvých techník sochárstva bolo napríklad vrstvenie sadry na lebky, ktorým sa akoby prepožičiavala nová, trvácnejšia tvár. Ďalším bola napríklad technika odliatkov mŕtvych tvárí umelcov alebo známych osobností, tzv. posmrtné masky, prostredníctvom ktorých akoby mohli žiť naveky. Súčasným technologickým pokrokom však nie sme odkázaní na uchovávanie spomienok na zosnulých len v podobe fotografií, malieb, či sôch, ale tiež napríklad rôznych nahrávok alebo dokonca holografických prezentácií.

Holografická nesmrteľnosť

Holografické¹² vystúpenia zosnulých hviezd pop music sa stali v posledných rokoch významnou zložkou nekromarketingu alebo nekrotainmentu a predznamenávajú obraz budúcnosti nesmrteľného prežívania ľudí v kyberpriestore. Môžu tak aj naďalej prostredníctvom svojich virtuálnych identít prežívať na tomto svete a byť tak jeho súčasťou možno aj v holografickej interaktívnej podobe. Najvýraznejším rozdielom v tomto prípade je, že tzv. “holo” prezentácie mŕtvych nemožno vidieť len prostredníctvom nejakého media (napríklad na obrazovkách TV a PC, mobilov, tabletov a pod.), ale môžu sa prakticky objaviť aj priamo vedľa nás, akoby so skutočným fyzickým telom. Medzi najznámejšie prípady takýchto holografických projekcií patria bezpochyby vystúpenia rapera Tupaca Shakura, spevákova Elvisa Presleyho, Fredieho Mercuryho či Michaela Jacksona. Čím sú tieto hologramy v skutočnosti? Dá sa v ich prípade hovoriť o “oživení” alebo zmŕtvychvstaní osobnosti alebo o forme pokračovania života i po smrti? Sú to vlastne ešte tí istí ľudia, ktorých sme poznali aj pred ich smrťou alebo sú len obrazmi a matnými spomienkami na život? K problematike uchovávanania spomienok na mŕtvych v rôznych podobách sa zaoberá aj rakúsky

12 Hologram je optický premenlivý prvok, ktorý mení vlastnosti dopadajúceho svetla difrakciou (odrazom) svetelných lúčov tak, že z neho vytvára obraz. Dostupné na: <http://www.mirrorhologram.com/page/co-je-to-hologram/43/>

filozof Thomas Macho. Ten sa vo svojich štúdiách zaoberá aj vytváraním umeleckých diel v rôznych kultúrach, ktorých hlavnou témou je práve smrť alebo mŕtvy človek a prostredníctvom nich sa napríklad ľudia vyrovnávajú a vyrovnávajú so smrťou ako takou alebo svojho blízkeho. Vytvárajú tak "obrazy smrti", neživé reprezentácie živých, ktoré nám odkrývajú paradoxnosť zosnulého, teda jeho "prítomnú neprítomnosť". Samotný Macho sa vyjadril k problematike vytvárania obrazov smrti, nesmrteľnej materiálnosti zosnulého, no i k samotnému významu mŕtveho tela nasledovne: "Co se zde ukazuje, je člověk, a přece ne člověk, obličej, a přece ne obličej. Důvěrně známá tvář a zároveň strnulá grimasa. Oči jsou bez pohledu skleslé, a přece tak hrozné, že je člověk musí zatlačit, aby unikl jejich působení. Každý zemřelý je dvojník. Od svého živého dvojčete se odlišuje, aniž by byl jiný. Mrtvola nám před oči staví hádanku. Nevíme, co ukazuje. „Kdysi živého člověka?“ Avšak co je to „kdysi živý člověk“? Věc, jež si vypujčila auru z bývalého života, nebo člověk jehož aura vyplývá z jeho zvláštního „zvěčnění“?"¹³ Vytváranie hologramov mŕtvych osobností nám význam podobných otázok len znásobuje o to viac, ak uvážime, že pri takejto forme navrátenia zosnulých do sveta živých, nemáme dočinenia len s nehybnými obrazmi a telami, ale s dokonalou pohybujúcou sa, komunikujúcou a dokonca spievajúcou virtuálnou formou, vierohodne simulujúcou a zastupujúcou predtým živého človeka. Smrť v tomto prípade akoby prestala existovať a človek našiel spôsob ako ju poraziť a ignorovať. Ako sme už skôr spomenuli virtuálne, holograficky oživené boli už viaceré známe osobnosti. Jedným z prvých bol spevák Elvis Presley, ktorý sa tohto znovuzrodenia dočkal v roku 2007 v priamom prenose speváckej súťaže American Idol. Spolu so speváčkou Celine Dion vtedy zaspievali jeho pieseň *If I can dream*. Pre mnohých fanúšikov a divákov to bola zaiste skúsenosť, ktorá ich mohla odpútať od myšlienok na smrť, ako niečoho konečného, pretože práve videli na pódiu desiatky rokov mŕtveho človeka, ako spieva duet so svojou kolegyňou, no na druhej strane viacerí označili tento počin za prejav neúcty k mŕtvemu, ktorý sa takémuto „zneužitíu“ nemohol ubrániť. Pre mediálne a vydavateľské spoločnosti to bola ale zaručená cesta, ako na mŕtvom umelcovi zarobiť ešte viacej peňazí. V dnešnej dobe, kedy sa detabuizácia smrti, ale i jej banalizovanie a zjednodušovanie deje v rôznych formách a podobách, sa stretávame čoraz viac so súbojom človeka resp. nových technológií so smrteľnosťou. Nie je tomu tak len v rámci nekromarketingu a nekrotainmentu, ale i z akéhosi vnútorného pocitu ubezpečenia, že máme nad smrťou kontrolu. Vôbec pri tom nezáleží, že podobnými

13 ASSMANN, J. – MACHO, T.: *Smrť jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, s. 77

technologickými prostriedkami zatiaľ smrť oklamať nedokážeme, pretože novým a „živým“ obrazom zosnulého dokážeme dokonale zmiať naše zmysli. „*Obraz nachází svůj opravdový smysl v tom, že zobrazuje něco, co je nepřítomné, a může tedy být přítomno pouze obrazně. Vyjevuje něco, co v obraze není, nýbrž se skrze něj může pouze jevit. Obraz mrtvého tedy za těchto okolností není žádnou anomálií, nýbrž přímo původním smyslem toho, co obraz tak jako tak je. Zemřelý je vždy již nepřítomen, smrt je nesnesitelná nepřítomnost, kterou bychom nejradši rychle vyplnili obrazem, abychom ji dokázali snést.*“¹⁴ Ďalším s „oživených“ osobností bol v roku 2012 raper Tupac Shakur, ktorého v roku 1996 zastrelili. O jeho päť minútové znovuzrodenie sa postarali jeho kolegovia z brandže a hollywoodske štúdio špecializujúce sa na počítačové triky. Celá akcia ich vyšla niekoľko stotisíc dolárov a nešlo o žiadny predchádzajúci záznam z Tupacovho koncertu, ale o kompletne novú performance vytvorenú vďaka počítačovej grafike. To len dokazuje fakt, že táto technika napreduje nevidaným tempom. Prezident filmového štúdia Nick Smith k projektu povedal: „*Tímto způsobem umíme přivést mrtvé zpět k životu. Stačí vzít jejich podobiznu a hlas a najednou může na koncertě zpívat i někdo, kdo to předtím nikdy neudělal.*“¹⁵ Po koncerte založil anonymný užívateľ holografického Tupacovi dokonca účet na sociálnej sieti Twitter, na ktorom nazbieral behom pár minút niekoľko tisíc fanúšikov, čo bolo iba podčiarknutím aktu jeho virtuálneho znovuzrodenia. V blízkej budúcnosti sa taktiež pripravujú viaceré „živé“ vystúpenia a dokonca koncertné turné spevákov Freddieho Mercuryho a Michaela Jacksona. „*Vzhľadom na neprítomnosť originálu relikvie, ale zároveň jej nekonečnej kópie, ktorá sa dostáva do verejného priestoru, môžeme hovoriť o pop nekromarketingu, ktorý využívajúc stratégie masovej produkcie je symptómom fetišizácie a redukcie na komoditu podľa dopytu po suveníroch spojených so zosnulými, ich podobizňami, telami či ideami, ktoré reprezentovali.*“¹⁶

Virtualizácia zosnulých alebo anestetizácia smrti

V rámci nekromarketingu sa rozmohla obrovská ponuka rôznych spomienkových predmetov (urny, šperky, svietniky a iné), ktoré sú vytvárané v najrôznejších tvaroch a veľkostiach. Zdobené sú rôznymi maľbami

14 ASSMANN, J. – MACHO, T.: *Smrt jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, s. 78

15 Dostupné na: <http://art.ihned.cz/c1-55461590-zastreleny-rapper-tupac-ozil-jako-hologram-za-stovky-tisic-ho-stvorili-v-hollywoodu>

16 WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definicii nekromarketingu*. Zlín : UTB, 2010, s. 5

a rytinami, ale taktiež šperkami a diamantmi¹⁷. Tomáš Stríž je jedným z mála, ktorí takúto službu ponúkajú. Podľa jeho slov je hrdý na to, že prostredníctvom svojej firmy dokáže pozostalým sprostredkovať fyzický kontakt so zosnulými príbuznými. Všetky takéto artefakty dokonca majú svoju ochranú známku, originálny kód, ktorým sa zaručuje pravosť popola použitého na výrobu dekorácie. Ich úlohou je akoby najmä obohatiť zomieranie a smrť o trochu "umenia", estetiky a spomienku na zosnulého zachovať v originálnom a "cool" prevedení. Práve kategória estetiky je v tomto smere vnímaná do značnej miery rozporuplne a podobné možnosti sú zatiaľ prijímané veľmi rozpačito. V tomto prípade sa môžeme opierať skôr o kategóriu anestetiky¹⁸, ktorou sa bližšie zaoberal aj filozof Wolfgang Welsch. Kategória estetická produktov nekromarketingu však nie je v našom príspevku v hlavnom poli záujmu. Zameriavame sa predovšetkým na súčasné a budúce formy navštevovania a uctievania si pamiatky zosnulých vo virtuálnom priestore a v rozšírenej realite. V súčasnosti nachádzame pomerne veľké množstvo tzv. virtuálnych cintorínov, webových stránok a portálov, na ktorých si môžete vytvoriť virtuálny hrob svojho príbuzného a budete mu tak môcť pravidelne zapalovať sviečky, pokladať kytice na hrob alebo posilať správy. Podľa prívržencov takejto služby je hlavná výhoda virtuálnych cintorínov v ich dostupnosti nech ste prakticky kdekoľvek. Stačí vám k tomu len internet a počítač, smartfón alebo tablet a okamžite môžete navštíviť pamätné miesto svojej rodiny alebo známych, kdežto v reálnom svete musíte putovať na jediné konkrétne miesto. Na takomto princípe pracuje napríklad aj slovenský portal cintoriny.sk, ale aj mnoho iných vo svete, kde sú takéto služby ponúkané podstatne dlhší čas, vo väčšom meradle a sú stále obľúbenejšími. Ako takéto niečo vlastne funguje? Veľmi jednoducho. Na webovom portáli si v digitálnej mape cintorínu vyhľadáte konkrétny hrob a potom si už len stačí zvoliť či chcete zapáliť svičku, položiť kyticu

17 Zaujímavosťou je, že nie sú v takejto podobe dostupné len pre ľudí, ale napríklad aj pre zvieracích miláčikov, ktorým sľubujú zabezpečenie pokojného miesta na odpočinok. Urny dokonca môžete vyzdobiť Swarovskeho kameňmi a zakopať do zeme, prípadne vložiť ako dekoráciu do záhradného jazierka, kde sa časom samovoľne rozložia.

18 Podľa Wolfganga Welscha „*sa pojem „anestetika“ používa ako „protipól k estetike. Anestetika označuje taký stav, v ktorom je zrušená elementárna podmienka estetického — schopnosť pociťovať. Kým estetika zosilňuje pociťovanie, anestetika tematizuje necitlivosť — v zmysle straty, prerušenia alebo nemožnosti senzibility — a aj to na všetkých úrovniach: počínajúc fyzickou otupenosťou až po duchovnú slepotu. Anestetika má skrátka do činenia s odvrátenou stranou estetiky.*“ WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definícii nekromarketingu*. Zlín : UTB, 2010, s. 3

a pod. Sviečka na virtuálnom hrobe horí 24 hodín, po ktorých následne postupne vyhasína. Zosnulým môžete taktiež vyberať typy náhrobných kameňov, zanechávať rôzne oznamy v podobe textov či fotografií alebo zriaďovať stránky so všetkými údajmi zosnulého a životopisom. Na stránky samozrejme môžete vkladať aj hudbu, prípadne videá zo života zosnulého alebo z jeho vlastného pohrebu, ktoré poslúžia tým, čo sa nemohli osobne dostať na pohreb. Na podobnom princípe funguje aj anglická webový portál *The Virtual Memorial Garden*, na ktorom je umiestnený zoznam zosnulých aj s krátkym popisom ich života a okolností smrti. Obsahuje taktiež sekciu pre "domácich miláčikov". Takéto stránky si však môžu vytvárať aj ľudia sami pre seba ešte pred tým ako zomrú, ako to spravil Holanďan Jaap Louise. Ten doslova "prepojil" svoj budúci hrobna malom cintoríne s kyberpriestorom. Na náhrobný kameň neumiestnil meno ani datum narodenie, ale nechýba tam internetová adresa na stránku, kde budú môcť príbuzní po jeho smrti písať rôzne odkazy. Na stránke je obrázok náhrobného kameňa, báseň a emailová adresa. Ľudia si teda nekupujú dopredu už len hrobové miesta, prípadne náhrobné kamene, ale dokonca si začínajú zriaďovať vlastné webové stránky s vizualizáciou a obsahom, aký im vyhovuje. Spojenie cintorínov, smrti a informačných technológií sa však neuskutočňuje len virtuálne v kyberpriestore, ale aj spojením reality s rozšírenou realitou. Takéto niečo je možné prostredníctvom tzv. QR kódov, ktoré sa umiestňujú priamo na náhrobné kamene. Stačí ak pridete k príslušnému hrobu, pomocou smartfónu nasnímate QR kód a aplikácia vás nasmeruje na stránku, kde sú uvedené údaje o zosnulom, jeho fotografia a tiež životopis. Táto služba sa dá priamo prepojiť so stránkami virtuálnych cintorínov a zosnulí sa tak stávajú v novej podobe možno aj naveky súčasťou kyberpriestoru.

Čo s dátami po smrti?

Problematika virtualizácie cintorínov, identít mŕtvych ľudí a digitalizácie ich údajov, ktoré sú neustále k dispozícii, je priamo prepojená aj s inými otázkami. Tie naopak nesúvisia s človekom a jeho identitou, ktorá je po smrti transformovaná do kyberpriestoru, ale s iným, v budúcnosti čoraz dôležitejším problémom. Vďaka internetu, jeho službám a možnostiam, sa stále viac a viac virtualizuje naša identita a to najmä prostredníctvom sociálnych sietí, emailových služieb, online počítačových hier, internetových obchodov a podobne. Stáva sa prirodzeným a bežným, že ľudia žijú dva životy, reálny a virtuálny, ktoré sa však časom či chceme alebo nie, začínajú dokonale prelínať. S tým samozrejme súvisí aj otázka, čo s virtuálnou identitou po smrti človeka v reálnom svete? Zomiera táto identita spolu s ním

alebo pokračuje v existencii v kyberpriestore? Touto témou sa začínajú intenzívnejšie zaoberať aj spoločnosti poskytujúce rôzne internetové služby. Medzi najpopulárnejšie a najväčšie určite patrí spoločnosť Google, Inc., ktorá desiatkam miliónov užívateľov ponúka značné množstvo služieb s viacerými navzájom prepojenými účtami. Je teda logické, že sa začali zaoberať aj otázkou, čo s dátami, účtami a teda online identitou užívateľa po jeho smrti. Nedávno tak spustili funkciu *Správca neaktívnych účtov*, ktorej úlohou je spravovanie účtov po smrti užívateľa. *"Správca neaktívnych účtov v sebe ukrýva nastavenia, pomocou ktorých je možné určiť, čo sa má stať s používateľským účtom a dátami po tom, čo ich užívateľ prestane používať – napríklad v prípade náhleho úmrtia. V nastaveniach je možné zvoliť periódu, počas ktorej bude kontrolovaná aktivita užívateľa na účte, v rozpätí troch až 12 mesiacov. V prípade, ak sa vo zvolenom období na svoj účet neprihlásí, prípadne nevykoná žiadnu aktivitu, či nepošle e-mail alebo neosloví niektorí zo svojich kontaktov na sieti Google+, bude mu na predvolené číslo a sekundárny e-mail odoslaná textová správa, ktorá ho má upozorniť na deaktiváciu účtu."*¹⁹ Ak daný užívateľ zomrel a na túto výzvu nezareaguje, na rad prichádzajú jeho príbuzní a priatelia, ktorých si vopred určí a uvedie do aplikácie. Tí sú vyzvaní k tomu, aby potvrdili smrť dotyčného a následne môže spoločnosť vykonať "poslednú vôľu" zosnulého prostredníctvom zrušenia jeho účtov, poskytnutia prístupu ku kontám pozostalým, prípadne rozposlaním správ, dát a odkazov vopred určeným kontaktom. Na podobnom princípe funguje aj aplikácia na sociálnej sieti Facebook s príznačným názvom *If I Die*. Jej hlavnou úlohou je zabezpečiť prežívanie virtuálnej identity aj po fyzickej smrti takým spôsobom, že plní našu poslednú vôľu, posieľa priateľom správy a upozorňuje ich na dôležité dátumy. Funguje na podobnom princípe, ako aplikácia od spoločnosti Google. Užívateľ si nastaví určité časové rozpätie, kedy má aplikácia kontrolovať jeho aktivitu na danom účte. Ak neprichádza k žiadnej aktualizácii upovedomí ho, aby potvrdil svoj status. Aj v tomto prípade si musíme určiť tzv. troch "trustees" (poverencov), ktorí majú potvrdiť našu fyzickú smrť a následne spúšťa aplikácia jednotlivé akcie na základe časového plánu. Za vznikom aplikácie stojí izraelčan Eran Alfonta, ktorého k tomu podnietili jeho známi. Tí sa len so šťastím vyhli autonehode, čo ich podnietilo k otázke, ako zanechať odkaz svojim blízkym v prípade náhlej smrti. Podľa Alfonta je táto metóda efektívnejšia ako napríklad v minulosti

19 ŠVEC, T.: *Na internete možno žiť aj po smrti. Čo s nepotrebnými dátami?* [online] In: Pravda.sk, Bratislava : Perex, a.s., 2013. [cit. 2014-03-25]. Dostupné na: <http://vat.pravda.sk/komunikacia/clanok/277419-na-internete-mozno-zit-aj-po-smrti-co-s-nepotrebnymi-datami/>

zanechávané listy, ktoré často zostali neprečítané, pretože pri danej aplikácii prebieha overenie smrti práve pomocou spomínaných poverencov. Taktiež poukazuje na výhodu, že správa bude poslaná len na konto, ktoré vopred určí užívateľ v aplikácii. Zachary Sniderman uvádza vo svojom článku nasledovný príklad využiteľnosti tejto aplikácie: *“Jednej užívateľke bola diagnostikovaná rakovina a tak začala nahrávať videá pre jej dcéru, ktorej budú posielané na každé narodeniny dokým nedovŕši osemnásť rokov.”*²⁰ Takouto formou akoby bola zaručená sociálno-mediálna nesmrteľnosť užívateľov a aj keď zomrú, ich profily môžu naďalej žiť v kyberpriestore a posilať vopred nahrané správy svojej rodine a priateľom. Obdobný koncept aplikácie a technológie, pomocou ktorej by človek mohol komunikovať so svojimi príbuznými i po smrti, bol zobrazený aj v príbehu “Prídem hneď” z anglickej filmovej minisérie Black mirror. Virtualizácia zosnulých, ale aj akési znovuzrodenie sa v danom príbehu stáva skutočnosťou a to prostredníctvom sociálnych sietí, smartfónov a informačných technológií. Hlavnými postavami Martha a Ash, mladý pár, ktorý žije kdesi na samote. Jedného dňa je Ash pri vracaní požičanej dodávky zabitý a Martha zostáva v smútku sama. Od známej sa však dozvedá o službe, ktorá na základe profilov na sociálnych sieťach a internetovej komunikácie, dokáže “oživiť” zosnulých, čo má pomôcť pozostalým so smútkom zo straty. Po dlhšom váhaní sa rozhodne službu využiť a prostredníctvom smartfónu sa tak dokáže skontaktovať s virtuálnou identitou mŕtveho manžela Asha. Kontakt je umožnený písomnou formou, ale taktiež telefonicky, kedy je na základe zaznamenaných správ a telefonátov stvorená akási umelá inteligencia simulujúca reakcie a odpovede skutočného človeka. Vrcholom príbehu je však moment, kedy sa Martha môže opäť stretnúť a objasť so svojím “manželom”, resp. s jeho robotickou formou, verne simulujúcou skutočného človeka. Po čase však Martha zisťuje, že žiadna technológia nedokáže nahradiť skutočného človeka. Aj keď je námet príbehu značne futurologický, aplikácia ako If I die alebo holografické oživovanie mŕtvych ukazujú, že takáto virtualizácia zosnulých nemusí byť v budúcnosti len fikciou, ale formou akéhosi nesmrteľného bytia v kyberpriestore.

Skúsenosti so smrťou a zomieraním

Uctievanie pamiatky našich zosnulých v kyberpriestore nie je jediným zo spôsobov, ktoré priamo ovplyvňujú našu skúsenosť so smrťou, zomieraním alebo sprostredkujúajú pocity spojené s jej virtuálnym prežívaním. Technologických vymožeností a programov, ktoré dokážu zobraziť smrť

20 Dostupné na: <http://mashable.com/2012/01/06/if-i-die-facebook-app/>

a zomieranie, prípadne poskytnúť virtuálnu formu ich prežitia existuje v súčasnosti viaceru. Prezentovať je ich možné napríklad formou reklamy rôznych produktov v rozšírenej realite, prostredníctvom počítačových hier, ktoré dokonale simulujú život, smrť i zomieranie alebo cez virtuálne identity, ktoré bez obáv môžeme nechať "zomrieť" a nahradiť ich v okamžiku novými.

Využitie rozšírenej reality pri tematizovaní smrti, jej detabuizovaní, prípadne prepojení s uctievaním pamiatky zosnulých, sme si spomínali pri umiestňovaní QR kódov na náhrobné kamene, ktorými sa prepojili s kyberpriestorom. Augmentovaná realita sa však pomerne často využíva i v reklame, marketingu a podnikaní, kde dokáže zaujať značné publikum najmä svojou interaktivitou. Výnimkou nie je ani spojenie rozšírenej reality so smrťou a zomieraním, čím nám sprostredkúva virtuálnu skúsenosť. Ako príklad môžeme uviesť knihu *Reviver* (Oživovateľ) od spisovateľa Setha Patricka, v ktorej obálke sú zakódované interaktívne informácie. Do smartfónu si stačí stiahnuť aplikáciu pre rozšírenú realitu Blippar a následne sa stávate svedkom oživenia mŕtvol z obálky knihy. Stávate sa tak súčasťou virtuálneho sveta. Podobnú skúsenosť so smrťou a zomieraním prostredníctvom rozšírenej reality, máte možnosť zažiť aj s tričkom od spoločnosti World Wildlife Fund, ktoré bolo použité na podporu kampane proti zabíjaniu Sibírskeho tigra. Na tričku je umiestnená potlač s hlavou tigra, v ktorej sú zakódované informácie. Akonáhle nasnímate daný obrázok pomocou smartfónu, špeciálna aplikácia využívajúca rozšírenú realitu vám úkaže, aké je to byť zastrelený, teda ako sa cíti Sibírsky tiger. Kampaň i samotné produkty zožali veľký úspech, aj keď pôsobia pomerne kontroverzným dojmom. Podobných príkladov, kedy môžeme vidieť spojenie augmentovanej reality a smrti, nájdeme v súčasnosti už značné množstvo.

Homo ludens a smrť

Skúsenosť so smrťou a zomieraním máme možnosť nadobudnúť i vo virtuálnom priestore počítačových, konzolových, ale v súčasnosti aj rozšírených mobilných hier, do ktorých vstupujeme prostredníctvom rôznych informačných technológií. Sprístupňujú nám priestor, v ktorom môžeme svoju virtuálnu identitu resp. avatara nechať bezproblémov zomrieť najrôznejšími spôsobmi a následne byť znovu oživený v novom kole danej hry. Takéto videnie smrti môžeme mať za následok jednak jej detabuizovanie, ale vo väčšej miere hlavne banalizovanie a zjednodušovanie. Kategória smrti, ale i samotný pojem, tak naberajú úplne odlišné ponímanie a často i význam. "*Neustále koketovanie so smrťou*

a jej detabuizácia, odemocionalizovanie, je formou strachu a zároveň domestifikácie, ktoré sú vnímané ako abstraktné, ako tie, ktoré sa nás netýkajú. Znečitlivenie videným obrazom je s citlivosťou zužitkované na marketingové kroky cez nekrofilných pracovníkov marketingových oddelení. A niekedy ironizovanie smrti je zároveň snahou o poľudštenie jej charakteru ako obranného reflexu pred jej prítomnosťou.“²¹

Ako príklad na spomínané počítačové a konzolové hry, ale aj na reklamnú kampaň, ktorá ich sprevádza, nám poslúži hned niekoľko titulov. V prvom rade musíme spomenúť predovšetkým hry s vojnovou tematikou, ako sú napríklad veľmi známe a populárne série Medal of Honor, Call of Duty alebo Battlefield, ktoré sa snažia čo najvernejšie a najefektnejšie simulovať konkrétne vojnové konflikty. V úlohe hlavného hrdinu tak môžete prežívať situácie, ktoré sa stali aj v realite, ba čo viac, pri plnení misie môže prísť vaše virtuálne ja aj niekoľko krát o život. Keďže sa väčšinou jedná o tzv. FPS (First person shooter) žáner hier, všetko prežívate z pohľadu prvej osoby akoby ste sa razom preniesli do kyberpriestoru. Aj to dopomáha k reálnejšie prežitému zážitku. V reálnom živote by ste pri zlyhaní nemali šancu na nápravu a smrť by bola neodvratná, avšak v kyberpriestore sa smrťou zďaleka nič nekončí, pretože hra vám ponúka nekonečné množstvo opakovaní a „znovuzrodení“. Ďalšou možnosťou vytesnenia, zmeny významu smrti tak ako ho poznáme v živote a jej „oklamanie“, je možné aj pomocou rôznych kódov tzv. „cheatov“ na nesmrteľnosť, po ktorých zadaní vám už ani v počítačovej hre nehrozí žiadne riziko usmrtenia. Takéto „simulácie realisticky zobrazujú zlyhanie správania voči hrozbe katastrofy, často motivované rovnakou neschopnosťou jednotlivca aj spoločnosti rozlíšiť fantáziu od reality. Sen uskutočnený vo virtuálnej realite prestáva byť záhadou.“²²

Oveľa drsnejším dojmom však pôsobí hra Dark Souls: Prepare to die, v ktorej je umieranie bežnou súčasťou postupu v hre a jej zdolávaní. Počet protivníkov, ich sila a nástrahy v podobe pascí sa neustále zvyšujú a vám nezostáva nič iné, ako len skúšať a zomierať. Nič strašné sa však v podstate nedeje. Po zabití na x-tý spôsob znova ožívate a môžete ísť smelo vpred. O obsahu a štýle hry čo to hovorí aj samotný názov alebo reklamná kampaň pri začatí jej predaja: „Ste pripravení zomrieť?“ Podobný štýl hrania, teda časté zomieranie, ktoré vám prináša nový začiatok a skúsenosť, je prítomné aj v minimalistickej hre Spelunky. V nej sa vžijete do role jaskyniara,

21 WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definícii nekromarketingu*. Zlín : UTB, 2010, s. 4

22 HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, s. 645

ktorý skúma podzemné chodby a hľadá poklad. Na jeho ceste však stretáva množstvo nástrah, ktoré nekončia inak ako smrťou. „Každá ďalšia strata života je príležitosť spoznať hru bližšie a preniknúť hlbšie do jej tajov, aj keď vás chce zabiť. Zakaždým. Je to bizarný vzťah; musíte zomrieť, aby ste sa dostali ďalej. Chodte a zomierajte v Spelunky, opláti sa položiť zopár životov.“²³ Ako vynikajúci príklad nám poslúži aj hra s príznačným názvom Dead Island, ktorej príbeh sa odohráva na exotickom ostrove zasiahnutom epidémiou, po ktorej sa mŕtvi menia na „zombíkov“. Nezostáva vám nič iné, ako bojovať o vlastný život s oživenými mŕtvolami, avšak nie vždy je tento boj úspešný a vy sa jednoducho môžete stať jednou z nich. Ako posledný príklad uvádzame hru Skyrim, ktorá je z pohľadu zomierania podľa nás jednou z najbizarnejších počítačových hier. Táto RPG (Role playing game) totiž ponúka niekoľko desiatok spôsobov, ako môžete v hre zomrieť. Na portáli Youtube sa doteraz objavilo už množstvo videí od jednotlivých užívateľov, v ktorých ponúkajú návod na čo najefektnejšiu smrť. Jedným z najpopulárnejších sa stal užívateľ HunterNormandy, ktorý zverejnil video s názvom *100 Ways to die in Skyrim*, kde je názorne zobrazená rovná stovka úmrtí jeho avatara. Zomrieť môžete napríklad spôsobom vyprovokovania vojakov, ktorí vás nasledne zabijú, taktiež môžete skočiť z útesu, spáchať samovraždu utopením, upáliť sa alebo jednoducho prepracovať. Vo videu je ukázané, že fantázii sa medze nekladú a to aj v prípade zomierania. „Virtualita fantastických simulácií nepozná pri zobrazení fantázie obmedzenia. Fantómy dokážu skutočnosť nielen nahradiť, ale ju aj prekonať. Viera v oslobodenie od fyzických hraníc a otvorenie vesmíru ničím neobmedzených virtuálnych zážitkov v kyberpriestore má svoje úskalia. Simulácie fantastiky ukazujú, ako prežívame ilúzie, ktoré poskytujú súčasné technológie, a naznačujú zážitky z budúcich technológií. Simulačné technológie simulujú aj vlastné nebezpečenstvá, ktorými v budúcnosti môžu ohroziť jednotlivca aj spoločnosť.“²⁴

S tematikou smrti spojenou s hrou alebo zábavou sa môžeme v značnej miere stretnúť aj na mobilných zariadeniach s operačným systémom IOS alebo Android. V prípade hier je to napríklad infantilne pôsobiaca zábavka *Dumb Ways to Die*, v ktorej na vás čaká niekoľko levelov a vašou jedinou úlohou je pripraviť kreslené postavičky rôznymi spôsobmi o život. Hra je nápadne podobná kreslenému seriálu a viacerým online hrám *Happy tree friends*, ktoré sa stali fenoménom a zobrazujú extrémne násilie a zomieranie na lesných zvieratkách. Význam smrti akoby v tomto prípade stratil svoj

23 Dostupné na: <http://www.sector.sk/recenzia/29755/spelunky.htm>

24 HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, s. 645

význam konečnosti niečoho tak významného a jedinečného ako je ľudský život a tak bol redukovaný na repetatívne zomieranie a oživovanie živých tvorov v zábavnej kreslenej podobe. Obdobnou je aj hra *I will Die*, v ktorej máte so svojim avatarom zdolávať nezdolateľné prekážky, čo nekončí inak ako bezcieľnym zomieraním. Nepochybne zaujímavými avšak mierne kontroverznými sú aj aplikácie, ktoré na smrť priamo alebo nepriamo odkazujú. Medzi také patrí napríklad *Death Notes*, poznámkový blok určený pre zápis mien ľudí, ktorých by ste najradšej videli mŕtvych. Ďalšou je *101 Ways to Die*, ktorá funguje ako databáza bizarných spôsobov úmrtí ľudí po celom svete. Ďalšími sú aplikácie ako *Obituary*, slúžiaca ako databáza nekrológov tisícok zosnulých alebo *Death Clock*, čo sú akési hodiny odpočítavajúce náš zostávajúci čas k smrti. Takýchto hier a programov nájdeme veľké množstvo a preto ich nebudeme v príspevku všetky vymenovávať. Doposiaľ sme však nespomenuli vytváranie identít vo virtuálnych svetoch na spôsob sociálnej siete *Second life*. „Používateľ môže konštruovať svoju virtuálnu osobnosť bez fyzických a sociálnych obmedzení, vstupuje do sveta, v ktorom môže zmeniť svoje pohlavie, vek, rasu a iné základné vlastnosti. Navyše, nijaká zmena nemusí byť trvalá ani jediná. Na internete si môžete vytvoriť viacero osobností, každú inú a každú na iný účel, postupne, alebo aj paralelne, zdokonaľovať ich alebo zrušiť jediným klikom. Internet je miesto, kde sa môžete stať stvoriteľom samého seba a konfrontovať možnosti svojej osobnosti s inými stvoriteľmi virtuálnych osobností.“²⁵ *Second life* ponúka obrovské možnosti v podobe tvorby avatarov, vykonávania rôznych činností od záľub, vzdelávania, podnikania a mnohého iného, až po kreovanie skupín na základe záujmov, sympatií alebo vzťahov. Snaží sa dokonale simulovať reálny život a preto je v nej možné uzatvárať manželstvá, rodiť deti, zomierať alebo sa stať členom skupiny nekrofilov. Práve to umožňuje aj fetišistická skupina *Necrophilia*, do ktorej sa môžete prihlásiť ako virtuálny nekrofil, prípadne mŕtvoľa a zdieľať tak názory, myšlienky a chůtky s ostatnými. V prípade *Second life*, ale aj iných sociálnych sietí, programov a hier využívajúcich avatarov platí nasledovné, ak vás omrzí súčasná virtuálna identita a zatúžite po novej, necháte ju jednoducho zrušiť alebo bez povšimnutia, čím v podstate nastáva jej virtuálna smrť. Máte tak nad jej existenciou, životom a smrťou dokonalú moc, čo nie je v realite vždy a v takej miere možné.

25 HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, s. 638

Prezentácia zomierajúcich na internete a digitálna smrť

Fenoménom posledných rokov sa stala prezentácia zomierajúcich a smrti na internete, čím sa výrazne posúvajú hranice intimity a detabuizácia smrti dostáva nový rozmer. Bolo by veľmi ťažké určiť, či ide o akúsi snahu zomierajúcich šokovať celý svet pred svojou smrťou, upozorniť na seba, zviditeľniť sa alebo len jednoducho navždy zvečniť pohľad na svoju smrť. Každopádne na internete sa najčastejšie stretávame s dvomi typmi prezentovania smrti. Pri prvom type ide o smrť v realite, kedy skoná fyzické telo človeka, pričom všetko je zdokumentované formou video nahrávok, blogu, hlasovej správy a pod. Druhým a častým spôsobom je digitálna smrť virtuálnej identity, kedy sa človek odpája od kyberpriestoru a tak zaniká jeho digitálne JA. Pomerne nedávno sa stal v Šanghaji tragický prípad, kedy zahynulo mladé dievča skokom z výškovej budovy. Spáchala samovraždu kvôli rozchodu s priateľom a všetko dokumentovala na sociálnej sieti Instagram. Aj keď čínske médiá túto tragédiu oficiálne nepotvrdili, viacero dôkazov nasvedčuje jej pravdivosti. Mladá čiňanka najprv zverejnila fotku, kde páli všetky osobné veci, neustále komentovala svoj stav depresie ako nezvratiteľný a na záver sa na jej profile objavila fotka, kde sedí na okraji balkóna. Odvtedy nepribudol na danom účte žiadny komentár ani fotografia, čo tiež môže byť dôkazom pravdivosti príbehu. Smutným faktom, no zároveň obrazom dnešného prežívania nielen v realite, ale aj vo virtualite na sociálnych sieťach je skutočnosť, že nikto s priateľov dievčaťu nepomohol a dočkala sa tak len lajkov a komentárov. Instagram taktiež poslužil ako miesto, kde istý Zach z USA uverejňuje videá a fotky svojej zomierajúcej babky. Tá sa stala behom krátkej chvíle fenoménom aj vďaka jej humoru a parodovaniu rôznych aktuálnych udalostí. Mnohí užívatelia označujú takýto čin za dojímavý, avšak čo takéto medializovanie prináša samotnej babke Betty, zostáva otázkou. Inou formou ako môžeme prezentovať na internete smrť a zomieranie je blog a tzv. *Denníky smrti*. Takýmto spôsobom sa o svoje pocity delila aj 25 ročná Eva Markvoort, ktorá takto blogovala posledné 4 roky svojho života. Opisovala najmä sprievodné procesy choroby, jednotlivé procedúry, svoje pocity ako bolesť, strach a vyrovnávanie sa s diagnózou. Rodičia premietali dcérin pohreb naživo na jej blogu, ako si to sama priala. Podobne strávila posledných 5 mesiacov života na svojom blogu *Portrait of a Dying Mother* aj 39 ročná Michelle Mayer. Aký má vlastne takáto forma detabuizácie zomierania zmysel? *“Vzhľadom na to, že ľudia smutné príbehy milujú, je jasné, že záujem verejnosti denníky umierajúceho človeka bude záručený. Okrem toho, že si verejnosť nad riadkami poplače, takýmto spôsobom môžu umierajúci dosiahnuť zvýšenie povedomia ľudí o svojej diagnóze, či jej*

*následkoch. Môžu prinútiť ľudí, aby viac dbali na prevenciu a vyvarovali sa chybám, ktorých sa dopustili umierajúci. Mnohí pozostalí využijú blog a jeho čitateľov ako platformu pre vznik nadácie, či fondu, ktorý má pomôcť ľuďom trpiacim rovnakou diagnózou, ako umierajúci bloger.*²⁶

Častým fenoménom v kyberpriestore je i digitálna smrť, ktorú sme v príspevku spomínali už skôr v súvislosti s profilmi a účtami naďalej existujúcimi aj po smrti človeka. Digitálnu smrť však môžu spáchať aj živí, ako tomu bolo v kampani Digital Death, do ktorej sa zapojili viaceré celebrity. Zmyslom kampane bolo, aby sa niekoľko celebrit od Facebooku a Twittera, čím vlastne virtuálne zomrú až do okamihu, pokiaľ sa nevyzbiera 1 milión na pomoc deťom v Afrike. Kampaň bola sprevádzaná viacerými reklamnými spotmi, v ktorých sa jednotlivé osobnosti lúčia s fanúšikmi a digitálne zomierajú. Nechýbali taktiež „umelecké“ fotografie všetkých zúčastnených vo vlastnej truhle. Aj na tomto príklade môžeme vidieť, aké jednoduché je „zomrieť“ v kyberpriestore alebo ako v ňom pojem smrť absolútne stráca zmysel. Kampaň však nezaznamenala taký výrazný úspech aký sa od nej očakával, keďže celebrity počas nej nič špeciálne nerobili, iba jednoducho virtuálne zomreli.

Záver alebo nazeranie na smrť v modernej spoločnosti

*„Nekromarketing sensu largo je metódou vyvolávania strachu zo smrti a odmietania tohto procesu a zároveň v snahe o zabrzdenie prirodzeného procesu starnutia a umierania kŕmením spoločnosti omladzujúcimi, takmer oživujúcimi kozmetickými či farmaceutickými prostriedkami, ktoré cez vyvolaný strach pôsobia de facto len v rovine placebo efektu.*²⁷ O zmiernenie strachu zo smrti a zomierania, prípadne o prevenciu pred nimi, sa dnes starajú okrem iného aj rôzne informačné technológie, programy a aplikácie. Majú hlavne za úlohu kontrolovať zdravotný stav užívateľa, včas informovať záchranú službu alebo poskytnúť základné informácie prvej pomoci. „Fyzické telo je vo veku virtuálnej reality „predmetom invázie“, roboti, androidi a kyborgovia (Robocop, Terminátor), fyzickí aj duševní paraziti (Hviezdna brána), votrelci v človeku {Votrelce}, nanoproteíka a psychodrogy v cyberpunku - to všetko sú možnosti premeny človeka na čosi iné, čo už nebude ľudské. Človek túži zdokonaľiť sa až na hranice všemohúcnosti, ale zároveň chce zostať sám sebou. Totálna protéza individuálnej aj sociálnej skutočnosti, virtuálna realita, ktorú sami

26 Dostupné na internete: <http://magazin.atlas.sk/spektrum/novy-fenomen-smrt-v-priamom-prenose/744359.html>

27 WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definícii nekromarketingu*. Zlín : UTB, 2010, s. 4

vytvárame, nám kladie otázku: „Som skutočný, alebo som stroj?“²⁸ Podobnú otázku si môžeme položiť aj v súvislosti so smrťou: Má pre mňa smrť ešte význam, keďže si môžem vytvoriť svoje virtuálne ja? Film *Futurologický kongres*, ktorý vznikol na motívy poviedok spisovateľa Stanislawo Lama, zobrazuje myšlienku nesmrteľnosti človeka vo virtualite pomocou naskenovania jeho mladého, vitálneho tela a prenesením do programu, čím sa zaručí jeho neopotrebovateľnosť. Simuluje tak nekonečné prežívanie človeka kdesi v kyberpriestore. Takáto simulácia však poskytuje len „okamžité uspokojenie túžby. Simulácia je len napodobením uspokojenia. Umelo, zdanlivo a dočasne nahrádza nedostatok skutočného života podobne ako drogové opojenie. A tiež môže byť návyková. Môže nadobudnúť formu infantilnej „regresívnej symbiózy s fantáziou a snom“²⁹ Práve tu je zobrazená túžba človeka zostať za akúkoľvek cenu nesmrteľným a nevyhnutný koniec tak odsunúť na vedľajšiu koľaj. Viaceré technológie dneška ukazujú možnosti, ako vo virtualite prežívať podstatne dlhšie aj napriek fyzickej smrti. Niektoré služby a praktiky sa už viac menej implementovali do spoločnosti a kultúry, no je azda len otázkou času, kedy náš život nebude nevyhnutne smerovať k zákonitému a nezvratnému koncu.

„V moderní společnosti, kde člověk není svázán tradicí, její absence znamená bezradnost, ale naopak možnost výběru, tedy příležitost zvolit si individuálně vlastní způsob nahlížení smrti – a to jak na úrovni duchovní, tak na úrovni materiální.“³⁰

Príspevok s názvom *Od virtuálneho nekromarketingu až po zomieranie, smrť a nesmrteľnosť v kyberpriestore je čiastkovou prezentáciou výsledkov riešenia výskumnej úlohy VEGA č. 1/0410/14 „(De)tabuizácia smrti v súčasnej kultúre“; ktorá sa rieši na Katedre kulturológie na Filozofickej fakulte UKF v Nitre.*

Literatúra a zdroje:

ASSMANN, J. – MACHO, T.: *Smrť jako fenomén kulturní teorie*. Praha : Vyšehrad, 2003, 91 s., ISBN 80-7021-514-3

28 HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, s. 643

29 HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, s. 645

30 ZUKAL, J.: *Vytěšňování smrti v pozdní modernitě* : bakalárska práca. Brno : MU FSS, 2010, s. 16

- DOMINIK, A.: *The Assassination of Jesse James by the coward Robert Ford*. USA : Warner Bros, 2007. 160 min.
- ELIAS, N.: *O osamělosti umírajících v našich dnech*. Praha : Nakladatelství Franze Kafky, 1998. 72 s. ISBN 80-85844-39-7
- HEREC, O.: *Prieskumník virtuálnej reality*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2003, 655 s.
- HRUBÁ, Z. *Fenomén smrti v súčasnej kultúre* : diplomová práca. Nitra : FF UKF, 2012. 91 s.
- KOVÁČOVÁ, E.: *Tabuizácia a detabuizácia smrti v kontexte súčasnej globalizovanej kultúry*. IN: Kultúra v premenách globalizácie. zborník príspevkov z vedeckej konferencie. Nitra : Filozofická fakulta, Katedra kulturologie a Kulturologická spoločnosť, UKF, 2012. s. 189 - 211
- ŠVEC, T.: *Na internete možno žiť aj po smrti. Čo s nepotrebnými dátami?* [online] In: Pravda.sk, Bratislava : Perex, a.s., 2013. [cit. 2014-03-25]. Dostupné na: <http://vat.pravda.sk/komunikacia/clanok/277419-na-internete-mozno-zit-aj-po-smrti-co-s-nepotrebnymi-datami/>
- WOJCIECHOWSKI, L. P.: *Poznámky k definícii nekromarketingu*. In: Sborník konferenčných príspevků ze 4. ročníku mezinárodní konference (KO)MÉDIÁ. Zlín 21.-22.10.2009. - Zlín : UTB, 2010. s. 1-9 ISBN 978-80-7318-903-7
- ZUKAL, J.: *Vytěšňování smrti v pozdní modernitě* : bakalárska práca. Brno : MU FSS, 2010, 43 s.
- http://www.priemyselneinzierstvo.sk/?page_id=1568
- <http://www.mirror-hologram.com/page/co-je-to-hologram/43/>
- <http://art.ihned.cz/c1-55461590-zastreleny-rapper-tupac-ozil-jako-hologram-za-stovky-tisic-ho-stvorili-v-hollywoodu>
- <http://mashable.com/2012/01/06/if-i-die-facebook-app/>
- <http://www.sector.sk/recenzia/29755/spelunky.htm>
- <http://magazin.atlas.sk/spektrum/novy-fenomen-smrt-v-priamom-prenose/744359.html>

Kontaktné údaje:

Mgr. Maroš Lahučký
Filozofická fakulta
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Hodžova 1
949 01 Nitra
lahucky.ukf@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

OBČIANSKA PARTICIPÁCIA V KONTEXTE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY

Civic Participation in the Context of Media Education

Mária Moravčíková

Abstrakt: Nezištný pocit spolupatričnosti k určitej skupine či inštitúcii sa v dnešnej individualizovanej dobe stáva skôr želaním ako pravidlom. V spoločnosti sa stále zdôrazňuje jedinečnosť človeka a participácia na živote spoločnosti, skupiny či kolektívu je často vnímaná ako príťaž. Dokonca aj moderné technológie svojimi vymoženosťami akoby odsúvali človeka do samostatnej pozície mimo skupinových, kolektívnych štruktúr. Mediálna výchova sa teda stáva v istom zmysle nielen kompetenciou jednotlivca ako člena spoločnosti, ale aj nevyhnutnou kompetenciou súčasného občana. Medzi mediálnou výchovou a občianstvom či aktívnou participáciou môžeme zaznamenať určitú väzbu, spojenie, ktoré súvisí so zvyšovaním kvality života. Stále sa totiž zvyšuje dôležitosť schopnosti kriticky hodnotiť postavenie médií v občianskej spoločnosti. V príspevku sa pokúšame načrtnúť styčné plochy medzi mediálnou výchovou a občianskou participáciou. Prostredníctvom analýzy konkrétneho projektu neformálneho vzdelávania, ktorý spája rozvoj mediálnej gramotnosti a aktívnej participácie, sa pokúšame formulovať konkrétne závery v súvislosti s prepojením týchto dvoch oblastí. Analýzu doplníme vyhodnotením neštruktúrovaných interview s účastníkmi projektu.

Kľúčové slová: občianstvo, občan, aktívne občianstvo, spoločenské občianstvo, mediálna výchova, občianska participácia.

Abstract: In today's individualized time selfless sense of belonging to a particular group or institution becomes more a wish than a rule. The company emphasizes the uniqueness of man. Participation in community affairs, life of society, group or collective is often viewed as a burden. Even modern technology prefer separate position of man outside the group, the collective structures. Media education thus becomes not only competence of an individual as a member of society, but also an essential competence of the current citizen. Between media education and active participation we can identify certain bond, which is linked with increasing of the quality

of life. Importance of the ability to critically evaluate the role of the media in civil society is increasing. In this paper we try to outline the interfaces between media education and civic participation. Through the analysis of a particular non-formal education project, which links the development of media literacy and active participation, we are trying to formulate specific conclusions in relation to the media literacy and civic participation. At the end we add the analysis of the evaluation of unstructured interviews with the project participants.

Key words: citizenship, citizen, active citizenship, social citizenship, media education, civic participation.

1 Občianstvo a občianska participácia

Občianstvo ako pocit spolupatričnosti, vernosti, participácie a podpory určitému systému, spoločenskému usporiadaniu, ktoré je ohraničené špecifikovaným územím, zohráva dôležitú úlohu vo vývoji spoločnosti od nepamäti. V našich končinách sa diskusie na túto tému rozvírili významnejšie až po roku 1989 a v súvislosti s integráciou Slovenska v rámci Európskej únie sa problematike občianstva začala venovať ešte väčšia pozornosť. Postupne sa sformuloval termín demokratické občianstvo. „*Občan a občianstvo s prívlastkom spôsobujú však ťažké teoretické problémy, preto sa niektorí autori týmto a podobným prívlastkom vyhýbajú. Napriek tomu, o väčšine dnes jestvujúcej literatúry možno povedať, že uvažuje o demokratickom občianstve aj tam, kde to explicite nevysloví.*“¹ Teoretické východiská definovania občianstva sa opierajú o identifikáciu a vymedzenie typu občianstva. Čuchranová a kolektív uvádzajú nasledujúce členenie:

- a) štátne (politické, „klasické“) občianstvo,
- b) spoločenské, „nové“ občianstvo.

Základný rozdiel vnímajú autori v ohraničení štátneho občianstva nielen územím, ale aj právnym systémom a zákonnými normami. Štátne občianstvo reprezentuje vzťah jednotlivca k štátu a jeho právnemu systému. „*Spoločenské občianstvo (alebo občianstvo v širšom zmysle) buď prekračuje hranice štátu, alebo sa člení vo vnútri štátu. Je založené na vzťahoch medzi jednotlivcami a vychádza z ekonomických a sociálnych základov, teda buduje sa na participácii individua v sociálnom a ekonomickom živote spoločnosti. Súčasťou tohto typu občianstva je národná (prípadne etnická) identita, jazyk,*

1 ČUCHRANOVÁ, D. a kol.: *Občan a občianstvo*. Veľký Biel : POPE PRINT, Peter Pošvanc, 2001. s. 22.

*historická a kultúrna pamäť. Je vo veľkej miere neformalizované, posudzované skôr nepísanými normami, zvykmi a neformálnymi vzťahmi.*² Spoločenské občianstvo teda nevníma jednotlivca len z pohľadu štátu, ale aj ako súčasť rozsiahlejších a komplikovanejších celkov, ktoré sa formujú nielen vzhľadom na územie, oblasť, región, ale aj v rámci variabilnosti vzťahov rôznych sociálnych, spoločenských, kultúrnych skupín. Práve takto vymedzené občianstvo, ktoré zahŕňa okrem identity, jazyka, historickej a kultúrnej pamäti aj participáciu v rámci sociálneho a ekonomického života, má predpoklady vytvoriť priestor na uvažovanie o ďalších dimenziách občianstva, ale aj o jeho prítomnosti v rámci rôznych odborov. A to aj takých, ktoré s problematikou občianstva priamo nesúvisia.

*„Občiansku participáciu možno vo všeobecnosti definovať ako aktívnu účasť jednotlivcov na riešení spoločenských problémov a na spravovaní verejných záležitostí – či už sa odohráva v rámci lokálnej komunity, konkrétnej spoločenskej organizácie, etnického či národného spoločenstva alebo globálnej komunity.*³ Podľa autoriek štúdie o stave a trendoch vo vývoji je občianska participácia prejavom aktívneho občianstva. Nemôžeme ju však vnímať iba ako súkromný záujem o verejné dianie. Občianska participácia vzniká až vtedy, ak jednotlivec aktívne zasahuje do verejného priestoru. Nezostáva izolovaný, ale realizuje sa ako aktívny občan. Upozorňujeme však na to, že občianska participácia nesúvisí iba s politikou, môže zasahovať do oblasti vzdelávania, ekonomiky, sociálnej či kultúrnej problematiky. Je síce takmer nemožné presne definovať hranice medzi politickou a občianskou participáciou, napriek tomu je potrebné tieto dva pojmy rozlišovať. Inú dimenziu problematiky tvorí tzv. spoločenská participácia, teda pôsobenie v rôznych záujmových spolkoch, kluboch, ktoré však priamo nesúvisí s podieľaním sa na rozhodovaní o verejných záležitostiach. Gyarfášová a Bútorová však zdôrazňujú, že aj takéto aktivity môžu prerásť do občianskej participácie.

V súvislosti s občianstvom možno hovoriť o niektorých najdôležitejších vplyvoch, ktoré túto problematiku zasahujú. Ide najmä o intenzívnejšie procesy európskej integrácie, zlepšenie postavenia marginalizovaných skupín v kontexte občianskych práv a so snahou o vymedzenie úlohy štátu v procesoch sociálnej integrácie spoločnosti.⁴

Všetky spomínané iniciatívy v súčasnosti zápasia najmä s nezáujmom mládeže a verejnosti. *„Jednou zo spoločných výziev a potenciálnym*

2 C. d., s. 22.

3 BÚTOROVÁ, Z. – GYARFÁŠOVÁ, O.: Občianska participácia : trendy, problémy, súvislosti. In: *Sociológia*. ISSN 1336-8613, 2010, roč. 42, č. 5, s. 450.

4 MACHÁČEK, L.: *Participácia mládeže na samospráve školy*. Bratislava : Iuventa, 2006. s. 13.

východiskom koordinovaného úsilia v občianskom vzdelávaní vo viacerých krajinách je problém nezájmu, resp. klesajúceho záujmu mládeže (ale aj širšej verejnosti) o otázky politickej participácie či nepolitického občianskeho angažovania vo veciach verejného života, či už v širšom európskom, alebo užšom národnom kontexte.⁵

V našom príspevku sa však nebudeme podrobnejšie zaoberať terminologickým vymedzením a problémovými miestami občianstva a občianskej participácie. Pozornosť sa pokúsime obrátiť smerom k možnostiam a spôsobom, ako formovať aktívne občianstvo u mladých ľudí prostredníctvom neformálneho vzdelávania. Presnejšie, tejto problematike sa budeme venovať v kontexte mediálnej výchovy. Preto sme terminologické vymedzenie takej rozsiahlej problematiky, akou je občianstvo a občianska participácia, v tomto príspevku zúžili len na tie oblasti, v ktorých vidíme hlbšie prepojenie s mediálnou výchovou, resp. mediálnou gramotnosťou. V ďalšej časti príspevku sa budeme opierať o pojmy spoločenské občianstvo, aktívne občianstvo, občianska a spoločenská participácia.

1.1 Občianstvo a občianska participácia v kontexte mediálnej výchovy

Odhliadnuc od možno zidealizovaných predstáv súvisiacich so silou, dôležitosťou a potenciálom aktívneho občianstva a občianskej participácie, ako ju prezentujú niektoré dokumenty Európskej únie, musíme súhlasiť s tým, že ľudia by sa mali zapájať do verejného života (Ide napríklad o projekt Rady Európy z roku 1997 – *Výchova k demokratickému občianstvu*; Deklarácia a program výchovy k demokratickému občianstvu, ktorú prijali ministri Rady Európy v roku 1999; ďalšie dokumenty konkrétnych orgánov pôsobiacich v tejto oblasti – Centrum európskej mládeže v Štrasburgu, Stály výbor zástupcov ministerstiev členských krajín pre mládež, Európska asociácia pre informačné a poradenské služby pre mládež a pod). Samozrejme, niektoré iniciatívy v tejto oblasti sú do určitej miery prehnané a viaceré dokumenty problematiku riešia na veľmi všeobecnej úrovni. Napriek tomu je boj s pasivitou v oblasti občianskej iniciatívy a participácie dôležitý. Možno by stálo za úvahu venovať okrem aktívneho občianstva a participácie v rámci Európskej únie väčšiu pozornosť najskôr participácii v rámci mesta, regiónu či štátu. To znamená v rámci štruktúr, ktoré sú jednotlivcom bližšie ako Európska únia. Považujeme totiž za logické pokúsiť sa naštartovať tento proces v menších rozmeroch, z pozícií, ktoré sú bežným mladým ľuďom

5 ZÁPOTOČNÁ, O. – LUKŠÍK, I.: Podiel školy na formovaní aktívneho občianstva. In: *Sociológia*. ISSN 1336-8613, 2010, roč. 42, č. 5, s. 493.

bližšie, viac sa ich dotýkajú. Európska únia môže na mnohých mladých pôsobiť ako abstraktný pojem. Navyše, majú často problém cítiť spolupatričnosť voči škole, mestu, či dokonca rodine, nieto ešte voči zoskupeniu, ktoré pre nich môže predstavovať iba akúsi vzdialenú a neznámu formu medzinárodnej spolupráce. Nehovoriac o tom, že si často vôbec neuvedomujú vplyv Európskej únie na svoje životy.

Nemyslíme si, že by neúspech spôsoboval nedostatok informácií alebo úsilia riešiť tento problém na úrovni vyšších zodpovedných štruktúr. Práve naopak, iniciatíva v súvislosti s tematikou aktívneho občianstva a participácie je pomerne výrazná. Prekážky však vidíme v tom, že informácie a konkrétne kroky vo forme opatrení na zlepšenie situácie stroskotajú často práve na úrovni menších celkov (štátu, krajov, regiónov, obcí, škôl). Nezasiahnu jednotlivcov. V tomto smere vnímame o to intenzívnejšie iné prostriedky na riešenie problému – menšie regionálne iniciatívy, mládežnícke projekty, záujmové zoskupenia a nepochybne aj školy či vzdelávacie inštitúcie. Práve sieť týchto – na prvý pohľad menej podstatných – organizácií by mohla účinnejšie zacieliť aktivity na podporu občianskej participácie. Samozrejme, tieto drobné iniciatívy by bez podpory na vyššej úrovni nemohli vzniknúť. Napriek tomu sa ukazuje, že ani kroky zhora nebudú bez účinného zacielenia na jednotlivca úspešné.

Nezištný pocit spolupatričnosti, prináležania k určitej skupine či inštitúcii sa v dnešnej individualizovanej dobe stáva skôr želaním ako pravidlom. V spoločnosti sa stále zdôrazňuje jedinečnosť človeka a participácia na živote spoločnosti, skupiny či kolektívu je často vnímaná ako príťaž. Dokonca aj moderné technológie svojimi vymoženosťami akoby človeka odsúvali do samostatnej pozície mimo skupinových, kolektívnych štruktúr. Napríklad sociálne siete síce podporujú sieťové kontakty, komunikáciu a zdieľanie, urýchľujú a uľahčujú komunikáciu, získavanie kontaktov a informácií, na druhej strane však človek všetky činnosti prostredníctvom nich vykonáva v podstate fyzicky osamotene, pri počítači, doma, ochudobnený o osobný kontakt s tými, s ktorými prostredníctvom webu komunikuje.

Medializácia spoločnosti však, či sa nám to páči, alebo nie, spôsobuje, že život jednotlivca je stále viac spojený s médiami a navyše, s médiami neraz viac ako so živými ľuďmi. Stále sa zvyšuje množstvo spoločensky významných komunikačných aktivít edukačného, ekonomického, politického či kultúrneho charakteru, ktoré sprostredkujúvajú médiá. *„Médiá sa stávajú rozhodujúcou inštitúciou socializácie a identifikácie so spoločnosťou, inštitúciou, ktorá často dokáže zatieniť školu i rodinu. Majú zrejmy vplyv na správanie*

*je jedinca a spoločnosti, na životný štýl, na kvalitu života vôbec.*⁶ Človek má čoraz viac možností, ako získať nové informácie, vyjadriť svoj názor, diskutovať, zapájať sa do verejného života. Paradoxom však je, že čím viac možností máme, tým menej sa do života spoločnosti naozaj zapájame. V súčasnosti sa nezaujíma o verejné otázky ospravedlňuje komplikovanou ekonomickou, spoločenskou a hospodárskou situáciou. Ľudia strácajú záujem, ba dokonca chuť zapájať sa do života spoločnosti, pretože nadobudli pocit, že akékoľvek úsilie v tomto smere je zbytočné.

Obidve uvedené dimenzie – nedostatočné zacielenie iniciatív na konkrétneho jednotlivca a zdôrazňovanie individualizmu – otvárajú priestor takému riešeniu situácie, ktoré by bolo postavené na čiastkovej práci na úrovni menších štruktúr. Jedným zo spôsobov je aj hľadanie prienikov medzi tými iniciatívami, ktoré zabezpečujú rozvoj kľúčových kompetencií pre celoživotné vzdelávanie. K takýmto iniciatívam patrí aj zvyšovanie mediálnej gramotnosti. To prebieha aj vo forme mediálnej výchovy, ktorá je v súčasnosti pomerne rozvinutá na legislatívnej, edukačnej aj inštitucionálnej úrovni.

Problematika mediálnej výchovy a aktívneho občianstva nachádza v mnohých oblastiach spoločnú cestu, priestor na vzájomné prepojenie, ktoré by mohlo zvýšiť účinnosť úsilia rozvíjať obidve kompetencie – mediálnu a digitálnu gramotnosť aj spoločenské a občianske kompetencie. Navyše, existuje aj reálny priestor na rozvoj ďalších kľúčových kompetencií – komunikácia v materinskom jazyku, iniciatívnosť a podnikavosť, kultúrne povedomie a vyjadrovanie. *„Sústavné zvyšovanie mediálnej gramotnosti sa všeobecne považuje za významný prostriedok zvyšovania kvality súkromného (partnerského, skupinového, spotrebiteľského) života jednotlivca, ale aj jeho verejného (občianskeho) bytia. Lebo práve médiá rozdiel medzi verejným a súkromným často zmyňujú, zneisťujú, alebo dokonca zámerne mätú. To logicky stavia mediálnu výchovu do blízkosti k výchove k občianstvu, zvyšovaniu jazykovej a vyjadrovacej kultúry, dejepisu a osobnostnej výchove.*⁷

Je neodškriepiteľné, že mediálna výchova a stáva v istom zmysle nielen kompetenciou jednotlivca ako člena spoločnosti, ale aj nevyhnutnou kompetenciou súčasného občana. Stále sa totiž zvyšuje dôležitosť schopnosti kriticky hodnotiť postavenie médií v občianskej spoločnosti. Nepreskúmanou otázkou je aj schopnosť a vôľa médií pomáhať občanom poznávať spoločnosť, a schopnosť občanov vnímať médiá ako súčasť verejnej sféry

6 JIRÁK, J. – WOLÁK, R.: *Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání*. Praha : Radioservis, a. s., 2007. s. 7.

7 C. d., s. 9.

a demokracie. „Niektorí odborníci vidia v rozvinutej mediálnej gramotnosti dokonca nevyhnutnú podmienku toho, aby sa jedinec dokázal plnohodnotne zapojiť do verejného života (napr. Masterman, 1985; Masterman, 1997; Buckingham, 2003 či Potter, 2004).“⁸

Neukončenou a v určitom smere neuskutočniteľnou úlohou disciplín, ktoré sa zaoberajú občianstvom, je kategorizácia kompetencií, ktoré má jednotlivec ovládať, aby mohol aktívne participovať na živote spoločnosti ako jej plnohodnotný občan. Existuje množstvo rôznych zoznamov, ktoré sa od seba viac či menej líšia. Autori publikácie *Občan a občianstvo* sa prikláňajú k názoru, že takýto zoznam pravdepodobne nikdy nebude úplne kompletný. Nie je to však pôsobené len obrovskou názorovou variabilitou, ktorá s pojmom občianstvo a občan súvisí, ale určite aj širokospektrálnosťou termínu a jeho ustavičným vývojom či súvisom s aktuálnym dňom v spoločnosti, so zmenami, novinkami. Kompetencie, zručnosti a vedomosti aktívneho občana nám v tomto príspevku poslúžia ako podklad na hľadanie styčných bodov medzi občianstvom a mediálnou výchovou. Nazdávaime sa totiž, že práve mnohé spoločné kompetencie a ciele spájajú tieto dve oblasti a vytvárajú pomerne stabilný priestor na prepojenie.

Napríklad sociálna dimenzia kompetencií občana sa dotýka schopností, ktoré sú dôležité na rozvoj sociálnych vzťahov. Tie už však dnes nemôžeme vnímať len z pohľadu fyzických a osobných vzťahov. Vzťahy sa konštruujú aj v rámci nových technológií a rozvíjajú sa za asistencie médií. „V súvislosti s dynamickým rozvojom moderných technológií v druhej polovici minulého storočia v spoločnosti dochádza k prudkému nárastu nových spôsobov riešenia prenosu informácií. Množina tzv. nových médií nie je celkom jednoznačne vymedzená. Hlavnými znakmi, ktoré odlišujú nové médiá, sú interaktivita a flexibilita v súvislosti s ich využívaním a vysokým stupňom vzájomnej prepojenosti a dostupnosti úzko súvisiacej s globalizáciou. Nové médiá tiež umožňujú zrýchľovať proces prenosu informácií.“⁹ Najmä internet a sociálne siete diametrálne zmenili charakter vzťahov a komunikácie. Toto nové špecifikum je potrebné zohľadniť a pripraviť mladého človeka tak, aby bol kompetentný využiť výhody tejto vymoženosti vo svoj prospech. Kultúrna dimenzia kompetencií občana hovorí o schopnostiach dôležitých na porozumenie a využívanie kultúrnej tradície v celej jej rôznorodosti. Kultúrne aspekty v rámci mediálnej výchovy sú tiež nezanedbateľnou časťou širokého spektra tém, ktorým sa venuje.

8 C. d., s. 9.

9 MEŠŤÁNKOVÁ, M.: Média a politická moc. In: *Pedagogické rozhľady*. Bratislava : MPC, 2013. str.18

K občianskym kompetenciám okrem vedomostí o ústave, ľudských právach či fungovaní právneho systému a vlády patria aj vedomosti o fungovaní spoločnosti, politiky a kultúry. Ani jedna z týchto oblastí sa dnes už bez médií nezaobíde. Navyše, médiá v mnohých prípadoch aktívne ovplyvňujú nielen politiku, ale aj spoločnosť a kultúru. Bez adekvátnej prípravy a vedomostí napríklad o rôznych manipulačných technikách a persuzívnych postupoch nebude mladý človek nikdy schopný kriticky zhodnotiť informácie o politike, kultúre či spoločnosti, ktoré sprostredkávajú médiá. K občianskym zručnostiam zaraďujeme:

- intelektuálne zručnosti,
- zručnosti v práci s informáciami a dátami,
- kritické a nezávislé myslenie,
- zručnosti pre prácu s informačnými technológiami,
- schopnosť diferencovať, identifikovať, opísať, hodnotiť,
- schopnosť vysvetliť, zaujať postoj, brániť postoj,
- schopnosť viesť diskusiu, rozhodovať sa,
- interpersonálne zručnosti,
- tvorba konsenzu, vyjednávanie,
- organizačné zručnosti, zručnosť pre tvorbu spolupráce,
- komunikačné a participačné zručnosti.

Uvedené zručnosti sa v mnohých aspektoch prekrývajú so zručnosťami, ktoré sa pokúša rozvíjať mediálna výchova. Obidve oblasti sú si príbuzné nielen zameraním, ale aj prostredníctvom kompetencií a zručností, ktoré rozvíjajú.

2 Prieskumná časť

V súvislosti s problematikou mediálnej výchovy a demokratického občianstva v rámci tohto príspevku analyzujeme projekt S vami o nás, ktorý realizovalo Mesto Leopoldov v spolupráci s miestnou radou mladých na podporu participácie mládeže na živote v meste a na mládežníckej politike. Aktivity projektu trvali 16 mesiacov a finančne ich podporil Slovenský inštitút mládeže luventa prostredníctvom programu Európskej únie Mládež v akcii. V našom príspevku sa najskôr venujeme analýze tohto projektu, ku ktorej sme získavali podklady priebežne počas celej realizácie projektu. Vyhodnocovali sme jednotlivé aktivity, výstupy projektu a na základe konkrétnych príkladov sme sa pokúsili formulovať možné prieniky medzi mediálnou výchovou a výchovou k demokratickému a aktívnemu občianstvu. Zaoberali sme sa tým, ako možno spojiť edukačné aktivity projektu zameraného

na aktívne občianstvo s témami mediálnej výchovy v rámci neformálneho vzdelávania. Súčasťou analýzy je aj vyhodnotenie prieskumu realizovaného medzi všetkými účastníkmi projektu prostredníctvom hĺbkových rozhovorov, v ktorých sme sa zamerali na to, ako recipienti vnímali spojenie dvoch problematík – mediálnej výchovy a výchovy k aktívnemu občianstvu, resp. problematiku mládežníckej politiky. V príspevku z hľadiska jeho rozsahu neuvádzame kompletnú analýzu, orientujeme sa iba na vyhodnotenie najdôležitejších zistení.

2.1 Charakteristika projektu neformálneho vzdelávania

O život samosprávy, komunálnu politiku, rokovania mestského zastupiteľstva či voľby má obyčajne záujem skôr stredná a staršia generácia, veľmi dôležitou časťou obyvateľov každého mesta či obce je však aj mládež. Mladí si zvyčajne neuvedomujú, že rozhodnutia, ktoré sú v kompetencii samosprávy, neovplyvňujú ich životy iba okrajovo. Často majú zásadný charakter v súvislosti so súčasnosťou, ale aj s budúcnosťou mladých. Napriek tomu väčšina mladých ľudí na živote mesta nijako neparticipuje, a čo je ešte horšie, nemá ani vedomosti o tom, ako funguje samospráva, aké informácie či služby môže občanovi poskytnúť a aké povinnosti má občan voči mestu. Práve túto situáciu sa pokúšal riešiť projekt S vami o nás. Okrem aktivít na podporu aktívneho občianstva mladých, rozvoja solidarity, tolerance a sociálnej súdržnosti bol projekt spojený aj s problematikou mediálnej výchovy.

V prvej fáze realizátori projekt orientovali najmä na neformálne vzdelávanie v podobe workshopov. Ich cieľom bolo vytvorenie živého a trvalého dialógu a spolupráce medzi samosprávou a mladými ľuďmi v meste, čo môže samospráve pomôcť v riešení problémov a hľadaní odpovedí na otázky týkajúce sa nielen mladých ľudí. Workshopy sa ďalej orientovali na komunikáciu, komunikačné zručnosti, mládežnícku politiku, samosprávu, aktívne občianstvo, vedenie tímu, koučing, otázky budovania spolupráce a získavanie informácií o možnostiach realizácie projektov, technické zručnosti a možnosti prezentácie a propagácie, fotografia, zvuk, video, prezentácia, reklama, tvorivé písanie, informačné zdroje. Išlo o neformálne aktivity, v rámci ktorých sa spájala problematika aktívneho občianstva a mediálnej výchovy, predovšetkým o learning-by-doing ako formu mediálnej výchovy. Vzdelávanie bolo síce orientované aj na analýzu mediálnych výstupov (kriticko-hermeneutická vetva mediálnej výchovy), ale tieto aktivity boli do projektu zaradené len okrajovo.

V druhej fáze vytvorili účastníci mapu mesta a jeho okolia. Výsledkom bolo nielen spoločné zaznamenávanie terénu, okolia a jeho zaujímavostí,

ale predovšetkým mapovanie potrieb, možností, vízií optikou mladých ľudí. Spomínané aktivity boli zároveň prípravou na vytvorenie miestneho mládežníckeho parlamentu, ktorá vyvrcholila v tretej fáze projektu. Projekt spojil činnosti mládežníckeho parlamentu a mestského zastupiteľstva formou prezentácie úloh, cieľov a plánov parlamentu na zasadnutí zastupiteľstva či komisií.

Súčasťou projektu bolo zaznamenávanie všetkých aktivít, ktoré predstavovalo nielen dokumentáciu o realizácii, ale aj príklad z praxe ako inšpiráciu pre záujemcov o podobné úsilie. Jedným z výstupov projektu bol krátky film, ktorý prezentuje skúsenosti s podobnými formami spolupráce formou konferencie a workshopov a realizované aktivity. Projekt vyvrcholil prezentáciou výstupov v rámci mikroregiónu, čiže stretnutiami so zástupcami samospráv okolitých miest a obcí a záverečnou konferenciou s názvom *Zaostrené na mládež*, na ktorej sa zúčastnili aj predstavitelia zahraničných družobných miest. Okrem krátkeho filmu nakrúcali účastníci projektu aj reklamný šot, ktorý zverejnili na webovej stránke mesta. Všetky činnosti súvisiace s nakrúcaním, strihaním, produkciou realizovali účastníci projektu v spolupráci s odborníkmi z praxe. Realizovali aj niekoľko menších podujatí (blší trh, basketbalový kemp, prezentáciu v miestnej škole), v rámci ktorých zabezpečovali propagáciu (rozhlasová reklama, plagáty, facebook, webová stránka), zabezpečenie podujatia aj jeho realizáciu. Aktivity projektu vtiahli do diania nielen samotných účastníkov, ale aj zástupcov školského parlamentu z miestnej základnej školy či poslancov mestského zastupiteľstva.

Východiská projektu možno jednoducho opísať formou problémov, s ktorými sa projekt usiluje vyrovnáť:

- Nedostatočný dialóg samosprávy a mladých.
- Neznalosť problematiky samosprávy mladými, ba nevedomosť o nej.
- Rozhodovanie poslancov mestského zastupiteľstva „od stola“.
- Neinformovanie verejnosti o činnosti mestského zastupiteľstva.
- Nedostatok priestoru na dialógy a reakcie formou online fór.
- Poslanci nepoznajú skutočné problémy občanov.
- Nedostatočné kompetencie z oblasti mediálnej, čitateľskej gramotnosti a z oblasti občianskej a multikultúrnej výchovy.
- Nedostatok znalostí o spôsoboch a formách komunikovania požiadaviek, nápadov, plánov a názorov.
- Nedostatočná participácia mladých ľudí na živote mesta a na riešení jeho problémov.
- Nedostatočné zapájanie mladých ľudí do rozhodovania, nedostatočné využívanie a neznalosť možností súvisiacich s občianskymi právami a povinnosťami – aktívne občianstvo.

K hlavným cieľom projektu patrili:

- Vytvorenie modulu na spoločné neformálne vzdelávanie mládeže a samosprávy.
- Vytvorenie mapy potrieb na základe vzájomnej spolupráce predstaviteľov mesta a mladých.
- Vytvorenie fungujúceho mládežníckeho parlamentu, schválenie činnosti.
- Zlepšenie schopností v oblasti mediálnej gramotnosti.
- Lepšie podmienky na aktívne zapojenie mladých ľudí do samosprávnej politiky – aktívne občianstvo.

2.2 Výskumná metóda a vzorka

Okrem charakteristiky a analýzy projektu, ktorú sme realizovali na základe osobnej účasti na vybraných aktivitách projektu, sme ako výskumnú metódu použili interview. *„Interview je výskumnou metódou, ktorá umožňuje zachytiť nielen fakty, ale i hlbšie preniknúť do motívov a postojov respondentov. Pri interview možno sledovať i niektoré vonkajšie reakcie respondenta a podľa nich potom pohotovo usmerňovať ďalší priebeh kladenia otázok.“*¹⁰ v rámci prípravy interview sme si zvolili otvorené typy otázok, aby sme zabezpečili väčšiu otvorenosť a voľnosť rozhovoru. Počas interview sa často stávalo, že bolo potrebné otázku preformulovať, vyžiadať si doplnenie, vysvetlenie a v mnohých prípadoch odpoveď prirodzene vyvolala doplňujúce otázky, ktoré v scenári interview neboli vopred zaznamenané, ale ktoré pri neskoršom vyhodnotení podstatne ovplyvnili výsledky. Túto metódu sme si zvolili najmä pre pomerne nízky počet účastníkov, od ktorých sme chceli získať bezprostredné informácie o problematike, ku ktorej sme nemali dostatok informácií. *„Interview je veľmi dobrým exploratívnym nástrojom – nástrojom na zmapovanie problematiky, s ktorou výskumník doteraz nemal skúsenosti, alebo ktorá nie je spracovaná ani v literatúre. Výskumník použije otvorené otázky, aby získal základnú orientáciu v skúmanom poli.“*¹¹ Projekt, ktorý ciele prebájal problematiku mediálnej výchovy a aktívneho občianstva nám poskytol priestor na realizáciu prieskumu, ktorý môže tvoriť východisko pre podrobnejší a rozsiahlejší výskum. Z konkrétnych druhov interview sme si vybrali neštruktúrované interview, ktoré môže priniesť nové, neočakávané informácie. Takáto metóda síce umožňuje horšiu kategorizáciu, ale v rámci

10 GAVORÁ, P.: *Výskumné metódy v pedagogike*. Bratislava : UK v Bratislave, 1997. s. 87.

11 C. d., s. 88.

zamerania prieskumu poskytuje väčšiu voľnosť pri získavaní informácií. odpovede respondentov sme zaznamenávali na diktafón alebo na kameru.

Výskumnú vzorku tvorili všetci účastníci a realizátori spomínaného projektu neformálneho vzdelávania. Tvorili ich dve skupiny ľudí – realizátori (3 osoby staršie ako 18 rokov) a účastníci (11 dievčat vo veku od 13 do 17 rokov). Podrobnejšie zloženie výskumnej vzorky uvádzame v nasledujúcej tabuľke. Za najväčší nedostatok výskumnej vzorky považujeme skutočnosť, že ju tvorili samé ženy. Keďže sme však projekt zamerali na jeden konkrétny projekt, nazdávame sa, že bolo potrebné pracovať iba s účastníkmi projektu, ktorých tvorilo 14 žien. Vzorka bola podmienená dobrovoľnými záujmami o účasť v projekte, bola obmedzená aj územným zameraním projektu, ktorý bol prioritne určený pre mladých ľudí v Leopoldove. Vzorku sme umele nedopĺňali, pretože aj pri interpretácii výsledkov interview sme zohľadňovali celkový priebeh, aktivity, výstupy projektu, ktorý sme v priebehu realizácie analyzovali na základe osobného pozorovania.

Tabuľka 1 Počet a vek respondentov výskumnej vzorky

	13 rokov	15 rokov	17 rokov	27 rokov	29 rokov	spolu
ženy	2	6	3	1	2	14

Interpretácia získaných údajov mala induktívny charakter. Vychádzala najskôr z analýzy projektu neformálneho vzdelávania, ktorá prebiehala na základe audionahrávok a videonahrávok, ale aj vlastných poznámok z účasti na realizácii vybraných aktivít projektu. Táto etapa slúžila ako základ na prípravu scenára neštruktúrovaného interview. Rozhovory sme realizovali v priebehu troch týždňov bezprostredne po ukončení projektu. Každý trval od 45 do 55 minút. V rámci interpretácie sme hľadali segmenty, kategórie, prepojenia, ktoré sme integrovali do vyšších kategórií. V rámci týchto kategórií sme hľadali konkrétne vzťahy a prepojenia.

V ďalšej časti príspevku uvádzame konkrétne kategórie:

1) Hodnotenie projektu neformálneho vzdelávania.

- Hodnotenie aktivít a fáz projektu (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Hodnotenie účastníkov projektu (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Hodnotenie koordinátorov projektu (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Hodnotenie výstupov projektu (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Hodnotenie formy vzdelávania v rámci projektu – neformálne vzdelávanie (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Hodnotenie zaujímavosti projektu.
- Hodnotenie prínosu projektu.

Táto kategória nám poskytla údaje o tom, ako vnímajú respondenti projekt, ktorého boli súčasťou. Prostredníctvom konkrétnych otázok o projekte sme sa však dostali aj do oblasti formy realizácie projektu, a to na základe viacerých odpovedí, ktoré smerovali k tomu, že takýto spôsob vzdelávania považujú respondenti za vyhovujúci, podnetný, kreatívny, zábavný.

2) Mediálna gramotnosť

- Neformálne vzdelávanie v oblasti mediálnej gramotnosti v rámci projektu (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Mediálna gramotnosť ako kompetencia v živote.
- Médiá v živote.
- Hodnotenie zaujímavosti zvolených tém orientovaných na mediálnu gramotnosť.
- Hodnotenie užitočnosti a praktickej využiteľnosti zvolených tém orientovaných na mediálnu gramotnosť.

3) Aktívne občianstvo

- Neformálne vzdelávanie v oblasti aktívneho občianstva (negatívne, pozitívne, neutrálne).
- Aktívne občianstvo ako kompetencia v živote.
- Význam aktívneho občianstva.
- Hodnotenie zaujímavosti zvolených tém orientovaných na aktívne občianstvo.
- Hodnotenie užitočnosti a praktickej využiteľnosti zvolených tém orientovaných na aktívne občianstvo.

2.3 Interpretácia výsledkov, zhrnutie najdôležitejších zistení

V rámci vyhodnotenia výsledkov prieskumu sa najskôr budeme venovať analýze projektu, potom uvedieme najdôležitejšie zistenia v súvislosti s prieskumom účastníkov projektu.

Swot analýza projektu

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Atraktívna forma vzdelávania. • Variabilné tematické zameranie projektu. • Atraktívne výstupy, ktoré môžu prilákať ďalších záujemcov. • Spokojnosť zo strany účastníkov projektu. • Pozitívne hodnotenie aktivít a fáz projektu. • Imidž a dobré meno neformálnej skupiny, ktorá projekt organizuje. • Kvalitná organizácia aktivít. • Podpora zo strany odborníkov z praxe. • Spolupráca s mestom. • Dobrá klíma medzi organizátormi a účastníkmi. • Pozitívne reakcie súvisiace s prínosom projektu zo strany účastníkov projektu, sponzorov, spolupracovníkov. 	<ul style="list-style-type: none"> • Chýbajú legislatívne zabezpečenie spolupráce mesta s mladými ľuďmi, prípadne dokumenty, ktoré by na úrovni mesta riešili spoluprácu poslancov a mladých. • Obmedzený rozpočet mesta. • Problém s disciplínou u účastníčok. • Nedostatočný počet realizátorov projektu.
Príležitosti	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> • Potreba zlepšenia komunikácie. • Záujem zo strany poslancov a miestnej školy. • Zvýšenie povedomia o problematike. • Možnosť spolupráce s aktívnymi miestnymi spolkami a klubmi. • Spolupráca s partnerskými mestami. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuálne podmienky. • Nezáujem zo strany mladých. • Ťažšia udržateľnosť projektu bez finančnej podpory.

Zhrnutie zistení z neštruktúrovaných interview:

- Respondenti považovali v rámci svojich výpovedí za atraktívnejšie a zaujímavejšie tie časti workshopov, ktoré súviseli s mediálnou výchovou. Bolo pre nich zaujímavé podieľať sa na realizácii filmu, ankety a reklamného zostrihu. Ocenili aj možnosť hodnotiť mediálne produkty, v rámci čoho najčastejšie vyzdvihli skutočnosť, že „*takto som sa nad médiami doteraz nezamyslela.*“ (Slávka, 13 rokov). Saskia (15 rokov): „*Robili sme aj krátky televízny šot, ktorý sa nakrúcal na mestskom úrade. Mestský úrad na chvíľku ovládli malí škôlkari, ktorí boli hercami. V primátorovej kancelárii sme mali televízne štúdio, svetlá, statív a kameru. Robili sme aj taký malý televízny trik, v ktorom sme na chvíľku nechali zmiznúť primátora. To bola sranda.*“

- Väčšina respondentov vnímala neformálne vzdelávanie v oblasti mediálnej výchovy pozitívne. Horšie to už bolo s vnímaním mediálnej gramotnosti ako kompetencie v živote. Mediálnu gramotnosť chápali účastníčky projektu väčšinou ako prácu s médiami, schopnosť mať technickú zručnosť v ovládaní médií, vedieť s nimi narábať. „*Najdôležitejšie je vedieť pracovať na počítači, ovládať internet, vedieť fotiť, možno sa mi niekedy zide aj tá práca s kamerou. Ale podľa mňa to je dnes už bežné, že mladí ľudia sú v tom zruční.*“ (Sabina, 13 rokov).
- Napriek tomu, že účastníčky viac zaujali workshopy k mediálnej výchove, väčší význam vo svojom živote pripisovali aktívnej participácii. To môže byť spôsobené tým, že väčšina výstupov aj celé zameranie projektu bolo prioritne orientované na aktívnu participáciu. Rozvoj mediálnej gramotnosti bol sekundárnym cieľom projektu. Alexandra (15 rokov): „*Veľmi sa teším, že som mohla byť súčasťou tohto projektu. Cítim, že to malo zmysel a spoločne spravíme niečo viac pre mladých v našom meste. Som rada, že vďaka takémuto projektu môžeme mladým ľuďom ukázať, ako funguje samospráva, môžeme aj diskutovať o možnostiach, ako my sami môžeme ovplyvniť život v Leopoldove.*“
- Za veľmi podstatnú považovali účastníčky podporu zo strany poslancov a odborníkov z praxe, ktorí sa podieľali na realizácii workshopov k mediálnej výchove. Tieto externé authority v nich vzbudzovali pocit dôležitosti, dodali aktivitám odbornejší základ, dôveryhodnosť. Sylvia (15 rokov): „*Konferenciu sme pripravovali s nadšením, ale trochu sme sa báli, že nikto z poslancov nepríde. To bolo pre nás veľké prekvapenie, keď ich prišlo deväť z jedenástich. Siedmi s nami boli celý deň, diskutovali sme, spolu sme v skupinách pracovali na úlohách do workshopov.*“
- Z hľadiska praktickej využiteľnosti ocenili účastníčky projektu všetky aktivity, v rámci ktorých participovali na ich realizácii (organizácia konferencie, blší trh, basketbalové stretnutie...). Dominika (15 rokov): „*Realizovali sme blší trh. Všetko bolo náročnejšie, ako sme si predstavovali. Najskôr sme rozniesli plagáty a letáky, čo bolo veľmi náročné kvôli vysokým letným teplotám. Niekoľko dní sme strávili v kine a ukladali sme veci, čo nám obyvatelia mesta priniesli. Za naše prvé úspechy berieme aj to, že sme o akcii informovali aj v mestskom rozhlase. Na tom sme si uvedomili, aké je dôležité zadávať presné informácie. Napriek tomu, že blší trh sa nevydaril podľa našich predstáv a veci, ktoré nám obyvatelia priniesli, sme na blšom trhu nemohli použiť, preto sme ich darovali na charitu.*“ Pocit zodpovednosti za niečo reálne, následný úspech alebo v jednom prípade aj neúspech v nich vzbudil záujem. Zistili, že ich baví organizovať aktivity pre iných, uvedomovali si, čo sa prostredníctvom toho

naučili. Staršie realizátorky projektu síce práve tieto aktivity označili za najstresujúcejšie a najrizikovejšie, zhodli sa však v tom, že účastníčky práve prostredníctvom nich nadobudli chuť byť ďalej súčasťou projektu. Kristína (29 rokov): „*Stáli sme tam s tlupou nahnevaných dospelých chalanov, ktorí si chceli založiť basketbalový klub, čo vôbec nebolo v pláne. Hrôza... Nemohli sme tam baby nechať, aby to riešili. Museli sme zasiahnuť. Nakoniec vysvitlo, že dievčatá tam chceli prilákať viac ľudí. Tak na facebooku písali, že sa bude zakladať mužské družstvo...*“

- Celkovo hodnotili účastníčky projekt veľmi pozitívne. Najdôležitejšie prínosy charakterizovali rôzne, vo všeobecnosti však platilo, že pozitívne ocenili praktické zručnosti z oblasti mediálnej gramotnosti, uvedomovali si dôležitosť občianskej participácie. Veronika (16 rokov): „*Niektorí z nás sa do projektu zapojili len čisto kvôli tomu, že ich to zaujalo, iní preto, aby zmenili mesto k lepšiemu svojimi návrhmi či predstavami o lepšom meste z pohľadu mládeže. Niektorí dospelí si možno myslia, že nás, mládež ani nezaujima to, ako a čo mesto urobí práve pre nás, ale my sme tu preto, aby sme vám ukázali, že nám to nie je jedno, že aj my dokážeme navrhnúť a zrealizovať svoje plány. Bohužiaľ, ešte to nezvládneme sami, tak sme sa rozhodli vstúpiť do mládežníckeho parlamentu a aspoň skúsiť urobiť v meste niečo, čo by bolo pre mládež vhodné a kde by sme mohli mimo školy tráviť čas.*“
- Projekt však často vnímali aj z hľadiska možnosti trávenia vlastného voľného času. Petra (17 rokov): „*Dnes je veľmi málo mladých, ktorí sú schopní dobre si zoradiť priority. Ak by sa nám podarilo rozbehnúť tento projekt, tak dáme mladým šancu odlíšiť sa od ostatných, nebyť ako každý. Môžeme im dať šancu naštartovať to, aby každý rozvíjal svoj talent a vedel sa postaviť za to, čo v živote skutočne chce robiť a presadiť si to, čo ho baví.*“

Na základe rozboru a analýzy konkrétneho príkladu praxe, kde v rámci projektu neformálneho vzdelávania prebiehalo prepojenie rozvoja mediálnej gramotnosti a aktívnej participácie na živote spoločnosti, môžeme formulovať určité predpoklady:

- Mediálna výchova disponuje potenciálom na implementáciu iných oblastí a rozvoja iných súvisiacich kompetencií, konkrétne občianskej participácie, aktívneho občianstva.
- Spojenie rôznych foriem mediálnej výchovy a výchovy k aktívnej participácii môže byť pre mladých ľudí atraktívne.
- Neformálne aktivity na rozvoj mediálnej gramotnosti môžu zvýšiť atraktivitu iniciatív na rozvoj občianskej participácie.

- Mediálna výchova môže zohrávať dôležitú úlohu v rámci rozvoja občianskej participácie, demokratického, aktívneho aj spoločenského občianstva.
- Rizikom takéhoto spojenia môže byť degradácia rozvoja mediálnej gramotnosti len na formu learning-by-doing. Nedostatočná pozornosť môže byť venovaná kritickej analýze médií (kriticko-hermenutická vetva mediálnej výchovy).
- Pri podobných aktivitách je dôležité brať do úvahy, že jedna z oblastí vždy bude mierne v úzadí, jej rozvoju sa bude venovať menšia pozornosť (v tomto prípade išlo práve o mediálnu gramotnosť, ktorá nebola prioritná).
- Aktivity rozvíjajúce občiansku participáciu by sa mali sústrediť aj na čiastkové ciele v podobe iniciatív v regiónoch, v mestách, na školách, ktoré umožňujú lepšie zacielenie a zvyšujú účinnosť. To isté podľa nás platí aj v prípade rozvoja mediálnej gramotnosti.

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

- BÚTOROVÁ, Z. – GYÁRFÁŠOVÁ, O.: Občianska participácia : trendy, problémy, súvislosti. In: Sociológia. ISSN 1336-8613, 2010, roč. 42, č. 5, s. 447 – 491.
- BÚTORA, M. – BÚTOROVÁ, Z. – STREČANSKÝ, B.: *Aktívne občianstvo a mimovládny sektor : Trendy a perspektívy*. Bratislava : Včelí dom, 2012. 80 s. ISBN 978-80-970885-0-7.
- ČUCHRANOVÁ, D. a kol.: *Občan a občianstvo*. Veľký Biel : POPE PRINT, Peter Pošvanc, 2001. s. 22.
- GONCOVÁ, M.: Od výchovy k demokratickému občianstvu ku globálnej výchove. In: *Globálne rozvojové vzdelávanie*. Ed.: Jozef Lysý. Bratislava : ALBUM, 2007. ISBN 978-80-968667-7-9.
- JIRÁK, J. – WOLÁK, R.: *Mediální gramotnost : nový rozměr vzdělávání*. Praha : Radioservis, a. s., 2007. s. 7. ISBN 978-80-86212-58-6.
- LYSÝ, J., MISTRÍK, E., MINAROVÍČOVÁ, K., ČUCHRANOVÁ, D.: *Súčasné témy v občianskom vzdelávaní*. Bratislava : Národné osvetové centrum, 2007. 129 s. ISBN 978-80-7121-282-9.
- MACHÁČEK, L.: *Mládež, participácia, občianstvo, demokracia. Analýzy a metodiky rozvoja neformálneho vzdelávania. Ako získať schopnosti občianskej*

- demokratickej participácie*. [online]. Trnava, Bratislava : Slovenská sociologická spoločnosť pri SAV, sekcia mládež, 2003. 116 s. [cit. 23/3/2014]. Dostupné na internete: <<http://www.spaeds.org/uploads/publikacie/L.Machacek,Mladez,participacia.pdf>>. ISBN 80-89034-48-9.
- MACHÁČEK, L.: *Participácia mládeže na samospráve školy*. Bratislava : Iuventa, 2006. 120 s. ISBN 80-8072-052-5.
- MACHÁČEK, L. (ed.): *Participácia študentov na samospráve školy*. Bratislava : IUVENTA.
- MACHÁČEK, L. – ŠŤAVA, E.: *Občianske vzdelávanie a výchova mládeže k občianstvu : Národná správa z medzinárodného výskumu občianskeho vzdelávania ICCS 2009*. Bratislava : Národný ústav certifikovaných meraní vzdelávania, 2012. 108 s. ISBN 978-80-970261-7-2.
- MEŠŤÁNKOVÁ, M.: Média a politická moc. In: *Pedagogické rozhľady*. Bratislava : MPC, 2013. s.18, ISSN 1335-0404.
- MINAROVIČOVÁ, K., ŠTĚRBA, R. a kol.: *Teoretické reflexie výchovy k demokratickému občianstvu na školách (slovenský a český kontext)*. [CD-ROM]. Bratislava : Univerzita Komenského, 2013. 220 s. ISBN 978-80-223-3534-8.
- SUCHOŇOVÁ, E.: *Globálne vzdelávanie – vzdelávanie pre 21. storočie*. Bratislava : Metodicko-pedagogické centrum v Bratislave, 2013, 64 s. ISBN 978-80-8052-474-6.
- ZÁPOTOČNÁ, O. – LUKŠÍK, I.: Podiel školy na formovaní aktívneho občianstva. In: *Sociológia*. ISSN 1336-8613, 2010, roč. 42, č. 5, s. 492 – 515.

Kontaktné údaje:

Mgr. Mária Moravčíková, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
maria.moravcikova@ucm.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

GLOBALIZÁCIA – MÉDIÁ – VÝCHOVA EKOLOGICKÉHO SUBJEKTU

Globalization – Media – Education of Ecological Entity

Eva Odlerová

Abstrakt: Cieľom príspevku je analýza globalizačných procesov, ich mediálna interpretácia so zreteľom na ekologické problémy, na ich „globálne“ dimenzie ako aj na identifikáciu metodologických prístupov zameraných na upevňovanie environmentálneho vedomia súčasníkov. Príspevok je zameraný na reflexie súčasných globalizačných procesov rámcovaných ekologickými udalosťami a na ich mediálne interpretácie. Súčasťou analýzy predmetnej problematiky bude formulovanie teoreticko – metodologických prístupov zameraných na upevňovanie kvality environmentálneho vedomia súčasníkov. V príspevku bude venovaný priestor i otázkam týkajúcich sa problematiky prognózy zameranej na ochranu životného prostredia a na možnosti túto ochranu podporovať zo strany médií. Analýza vzťahu človeka k prírode z pohľadu antropocentrických a biocentrických prístupov, vplyv globalizačných procesov na tvorbu, ochranu a devastáciu životného prostredia, význam médií pre interpretáciu predmetnej problematiky, metodologické prístupy zamerané na upevňovanie kvality environmentálneho vedomia a potreba prognostického predstihu pri identifikácii možných ekologických katastrof sú nosnými problémami príspevku.

Kľúčové slová: globalizácia, médiá, prognózy, environmentálne vedomie

Abstract: The aim of this paper is the analysis of globalization processes, the media interpretation with regard to environmental issues, to their „global“ dimensions as well as to the identification of their methodological approaches aimed at strengthening the environmental awareness of contemporaries. The paper is focused on the reflection of the current globalization processes framed by the environmental events and on their media interpretation. The analysis of that issue contains also the formulation of theoretical - methodological approaches aimed at strengthening the quality of environmental awareness of contemporaries. The paper will be devoted to issues of prognosis aimed at the protection of the environment and

the possibilities of protection of this support from the media. Analysis of the relationship of man to nature in terms of anthropocentric and biocentric approaches, the impact of globalization processes on the creation, protection and destruction of the world, the importance of the media for the interpretation of the aforementioned issues, methodological approaches aimed at strengthening the quality of environmental awareness and the need for advance forecasting at identification of potential environmental disasters are centroidal problems of contribution.

Key words: globalization, media, forecasting, environmental awareness

Dnes je už viac ako samozrejmé, že do zložitej a protirečivej štruktúry globalizačných procesov patrí aj problematika ochrany a tvorby životného prostredia a širšie – aj problematika racionálneho využívania zdrojov energie na našej planéte. V podstate ide o environmentálne – ekologickú problematiku, ktorá – ako produkt aj globalizačných procesov – by mala byť reflektovaná aj médiami, ich programovou a informačno – strategickou aktivitou.

V prospech týchto aktivít dnes vieme o množstve ekologických katastrof, ktoré dramaticky zasiahli do životného prostredia, do biotického, ale aj abiotického spoločenstva atď. Vďaka médiám vieme aj to, ktoré krajiny a akým spôsobom prijímajú aktívnu účasť (resp. neúčasť) na ochrane biosféry, na eliminácii produkcie skleníkových plynov atď.

A opäť vďaka médiám vieme aj to, ktoré technológie sú nežiaduce najmä z hľadiska produkcie škodlivých externalít; vďaka médiám, ich kritickým reflexiám sa postupne upevňuje nový civilizačný fenomén – environmentálna zodpovednosť za budúcnosť. V tom zmysle médiá slúžia aj ako určitý metodický prostriedok prevencie ; ich environmentálne – informačné aktivity sú v úlohe prognostického predstihu s cieľom predchádzať v budúcnosti negatívitám, vyplývajúcim zo vzťahu človek – spoločnosť – príroda.

A napokon tá najdôležitejšia dimenzia médií- dimenzia výchovy „environmentálneho subjektu“, zameraná na umocňovanie kvality ekologického vedomia súčasníkov. Vzhľadom na vysoký vedecko – technický, intelektuálny a mravný potenciál médií, stojí pred médiami – vo vyššie vymedzených súvislostiach - množstvo náročných úloh; našou snahou je ich naformulovať v kontexte požiadaviek doby či už v globálnom alebo našom národnom meradle.

Medzi najdôležitejšie úlohy ľudstva patrí v súčasnosti riešenie problému vzájomného pôsobenia spoločnosti a prírody, spojené s riešením

súčasného ekologického napätia. Otázky týkajúce sa riešenia problému hladu, rozširovania pre ľudstvo nebezpečných chorôb, racionálne využívanie prírodných zdrojov, výskumy vesmíru či ochrana životného prostredia súvisiace tiež s nekomplexným využívaním výrobných látok, s veľkým množstvom odpadu, s doterajšou pragmaticky orientovanou technológiou výroby, s množstvom namáhavej telesnej a bezobsažnej duchovnej práce, s neschopnosťou uspokojovať rastúce sociálne, duchovné a mravné potreby, schopnosťou uspokojovať rastúce sociálne, duchovné a mravné potreby, s dobrodružným prístupom k výtvarnému vedecko – technickej revolúcii, hrozbou jadrovej katastrofy atď.; sú úzko späté s potrebou intenzívnej a systematickej, koncepcie premyslenej ekologickej výchovy.

Prirodzene, ekologická výchova, cieľom ktorej je formovanie ekologického vedomia, špeciálne ekologického subjektu a ekologickej kultúry všeobecne, neprebíha vo vzduchoprázdne, respektíve iba na úrovni čistých akademických úvah; prelína sa s problémami ideologickými, politickými, sociálne - ekonomickými ako aj s filozoficko - svetonázorovými, a toto všetko s dominujúcou potrebou formovať humánny a racionálny vzťah človeka k prírode.

Na tomto procese môžu úspešne participovať aj médiá tvorbou „ekologických programov“, sprístupňovanie „profilu“ osobností, ktoré sa danou problematikou zaoberajú atď.

Cieľom tohto iste nie ľahkého procesu výchovy“ k prírode, pre prírodu a v mene človeka“ je formovanie takých humanistických kvalít osobnosti (ekologického subjektu) ktoré sa stanú organickou súčasťou a prostriedkom prekonávania jednostranných, v zásade ahumánnych a nekultúrnych duchovno - praktických orientácii ľudí vo vzťahu k prírode. Ekologická výchova sa preto stáva významnou súčasťou prípravy človeka zodpovedne, humánne, racionálne a teda v konečnom dôsledku kultúrne pristupovať vo svojom každodennom jestvovaní k hodnotám prírodného prostredia, alebo – slovami prírodovedcov k neorganickému telu človeka.

Ekologická výchova má teda formovať u človeka zmysel pre prírodu. Jej prostredníctvom si človek má, respektíve musí uvedomovať vo svojej každodennej činnosti (ktorou sa akýmkoľvek spôsobom dotýka prírody) dôležitosť, užitočnosť a perspektívnosť svojho konania nielen z hľadiska svojich bezprostredných potrieb a záujmov; musí chápať všeobecný význam prírody pre ľudstvo, jej krásu, jej funkciu zdroja šťastia a vlastnej existencie; musí pochopiť hodnotu prírody v celkovom jej rozsahu a všemožne ju ochraňovať pred akýmkoľvek formami jej devastácie.

V tejto súvislosti nie je tajomstvom, že potreba ekologickej výchovy je znásobená vzrastajúcim zostrovaním globálnych problémov (včítane

ekologických problémov) súčasného ľudstva. Je preto potrebné, v rámci ekologickej výchovy zamerať pozornosť na serióznu, realistickú analýzu dialektiky vzťahu človeka k prírode, ale aj k sebe samému. Totiž zodpovedný postoj k biosfére (ktorá zahŕňa časť atmosféry, hydrosféry a litosféru) musí byť úzko spätý so zodpovedným postojom človeka (ľudstva) k sebe samému, k vlastnému existenčnému prostrediu, v ktorom žije, a ktoré vo vzťahu k nemu má vystupovať v úlohe rovnocenného partnera. Ak chce ľudstvo dosiahnuť rozkvet civilizácie, musí preto vyriešiť základné, kľúčové problémy, ktoré stoja pred nim – odvrátiť nebezpečenstvo totálnej ekologickej krízy a odstrániť nebezpečenstvo vojny, ktorá hrozí totálnym spustošením Zeme. V tom zmysle organickou súčasťou ekologickej výchovy dnešného človeka je výchova k mieru ako jedinej, a to nielen humánnej a racionálnej, ale aj existenčnej alternatíve spôsobu života.

Dnes je táto úloha o to závažnejšia, o čo sú dramatickejšie vzťahy medzi jednotlivými krajinami na nadnárodnej, a teda globálnej úrovni. Totiž každá vojna si vyžaduje obeť nielen na ľudskom kapitáli, ale aj na kapitáli prírody, jej zdrojov atď. Aj v tejto súvislosti médiá zohrávajú nezastupiteľnú funkciu

Súčasná ekologická situácia (s prevažujúcim krízovým charakterom) sa prirodzene nevzťahuje iba na tú ktorú, priemyselne vyspelejšiu krajinu, ale v podstate zasahuje celé ľudstvo našej planéty, preto z hľadiska súčasného vedecko-technického rozvoja sa problémy, súvisiace s ekológiou v rámci národných meradiel musia riešiť aj v medzinárodnom meradle. Obzvlášť toto platí v súvislosti so znečisťovaním životného prostredia vyšších vrstiev atmosféry civilnou i vojenskou dopravou, znečisťovaním oceánov, skúšaním atómových zbraní, experimentmi v oblasti prípravy hviezdnych vojen atď. Tu ide jednoznačne o také ekologické javy (a ich dôsledky), ktoré nekončia pred štátnymi hranicami tej ktorej krajiny. Na to, aby ľudstvo dosiahlo požadované ciele v oblasti ekológie, je nevyhnutný komplexný prístup, ktorý má, resp. musí vyústiť do potreby internacionalizácie ekologických záujmov.

V tejto súvislosti stojí pred pokrokovými silami dnešného ľudstva úloha koordinovaného, vedecky regulovaného prístupu k tejto problematike (OSN, UNESCO).

Vedecké riešenie ekologických problémov a koordinovaný prístup k nim stáva sa tak zároveň prejavom medzinárodnej zodpovednosti dnešnej civilizácie za osud našej planéty.

Uvedený vedecky koordinovaný, humanistickou integráciou umocnený aspekt riešenia ekologickej problematiky vychádza – ako zo svojho základu – zo stanoviska historického optimizmu (na rozdiel od pesimistických), nihilistických a skeptických teórií. Tento historický optimizmus

stáva sa významnou dimenziou ekologickej výchovy, je určujúcim znakom všeobecnej ekologickej kultúry, bez ktorej ďalší rozvoj spoločnosti nie je možný.

Neodmysliteľnou súčasťou ekologickej výchovy je úsilie (počnúc rodinou, všetkými stupňami školskej dochádzky až po profesionálnu výchovu) o cielavedomý, prognostický, (kultúrno-humánny) prístup človeka a spoločnosti k prírode.

Je známe, že historické predpoklady pre vznik súčasných ekologických problémov možno identifikovať už v počiatkoch novoveku, v období trhovej spoločnosti, voľnej súťaže, v období industrializácie. Charakteristickým znakom tohto obdobia bolo, že príroda bola redukovaná na číry objekt využívania, na vec „púhej“ užitočnosti, so živelnými, koristníckymi záujmami determinovaným prístupom. Na túto skutočnosť upozornilo už obdobie kolonizácie.

Preto potreba cielavedomej (s dôrazom na jej prognostický charakter) regulácia vzťahu človeka a prírody sa musí stať dominujúcim hľadiskom výchovy ekologického subjektu, jeho ekologickej kultúry, kvality jeho ekologického myslenia.

Deštruktívny zásah do biosféry a signalizácia jej zničenia bezprostredne súvisí s charakterom (vedou a technikou umocnenou) povahou ľudských aktivít, so stupňom a mierou kontroly a riadenia ekologických procesov. V súvislosti s výchovou ekologického subjektu (t. j. subjektu v ktorom dominuje v procese humanizácie, osvojovania prírody moment pozitívneho pretvárania, a nie ničenia, devastácie) stoja v centre pozornosti okrem iného aj tieto nie zanedbateľné úlohy, ktoré by mali byť premostené do špecifickej podoby aj v mediálnej výchove.

- Ak príroda v období (a celé stáročia pred týmto obdobím) industrializácie a voľnej súťaže bola objektom v zmysle „cudzej, zvecnenej moci“, ktorú človek dobíjal vtedy ešte málo účinnými vedecko-technickými prostriedkami, v súčasnom období vedecko-technického pokroku príroda už stráca charakter oného nedobytného, nevyčerpatelného a ťažko osvojiteľného objektu. Tu nepomôže iba technologická disciplína v lokálnom, národnom či v medzinárodnom meradle; v ekologickej výchove musia byť v centre pozornosti otázky „jasnozrivosti“ konania, t. j. schopnosť človeka (spoločnosti) orientovať svoj prakticko-činný vzťah k prírode so zreteľom na bližšie i vzdialenejšie možné ekologické dôsledky.

Táto požiadavka je o to väčšmi zdôvodnená, o čo výraznejšie príroda – ako objekt ľudského pôsobenia sa už nebráni svojou (metaforicky povedané) „prvotnou“, „panenskou“ mocou (ako to bolo z čias predindustriálnych formácií), ale bráni sa svojou „slabosťou“, „únavou“, „vyčerpanosťou“ atď.

- Z tohto dôvodu sa žiada zo strany spoločnosti (ľudstva) v základe skorigovať svoje ciele s ohľadom na životné podmienky ostatných foriem života. V centre pozornosti ekologickej výchovy preto musí byť snaha zmeniť doterajší koristnícky vzťah (cieľ) človeka voči prírode na vzťah vzájomného, rovnocenného, „dôstojného“ spolužitia. Odveká snaha človeka prejavíť sa voči prírode ako odlišná určenosť (od ostatných foriem života), dnes už nie je opodstatnená, najmä ak máme na mysli dnešnú „ekologickú slepotu“, ktorá z tejto bezhraničnej snahy „vládnuť nad prírodou“ sa civilizácii kruto vymštuje. Uvedenú skutočnosť potvrdzuje neodvratné hynutie, ba až vyhynutie vzácnych druhov fauny či flóry.

Vyzdvihnutím prognostického aspektu v ekologickej výchove chceme zároveň upozorniť na potrebu zodpovedného prístupu najmä k budúcej generácii a k budúcim jej životným podmienkam. V tejto súvislosti riadenie a regulácia vzťahu človek – príroda musí mať charakter všeobecného ľudského predstihu, t. j. musí usilovať o to, aby ľudstvo svojim pôsobením na prírodu nebolo zaskočené výsledkami tohto pôsobenia; aby tieto produkty ľudských aktivít nemali charakter iracionálnej moci, charakter „odcudzenej sily, ale aby slúžili celkovému rozkvet, zveľadovaniu ľudskej i prírodnej skutočnosti.

Táto úloha nie je ľahká a v rámci ekologickej výchovy (rámcovanej mediálnou výchovou) je potrebné klásť dôraz na formovanie a rozvíjanie tvorivého myslenia (samozrejme i konania), ktoré umožňuje v ekologických súvislostiach „vidieť ďalej, hlbšie a lepšie“, slovom, ktoré dokáže predvídať budúcu funkciu výsledkov našej činnosti.

A práve s takouto schopnosťou súvisí aj problematika zodpovednosti najmä na úrovni novo sa konštituovanej etiky, o jej environmentálnej funkčnosti nemožno pochybovať; je to etika nových (už aj environmentálnej) zodpovednosti. Slovom Hansa Jonasa, „žiadna doterajšia etika nemusela zohľadňovať globálne podmienky ľudského života, ale ani jeho vzdialenú budúcnosť, a vôbec existenciu ľudského rodu. Skutočnosť, že práve tieto sú dnes v ohrození, vyvoláva potrebu nového chápania práv a povinností, ktoré predchádzajúca etika – na úrovni princípov – neidentifikovala“.¹

1 JONAS, H.: *Princíp zodpovednosti*. Praha: OIKOIMENH, 1997, s. 29.

Ako sme už vyššie konštatovali, environmentálne - informačné aktivity médií, sprístupňujúce environmentálnu a ekologickú problematiku sú zároveň aj v úlohe „metodického prostriedku“ prevencie, ale aj v ich hraniciach sa konštituovali potreby zodpovednosti (za produkciu nových technológií, nových technicko – inštrumentálnych prístupov k zdrojom zeme, nových stratégií v obchode atď.). Uvedenú metodickú úlohu médií možno identifikovať aj v súvislosti s nekontrolovateľnou spotrebou neobnoviteľných zdrojov a rastúcim konzumom dnešnej spoločnosti.

Z environmentálne – ekologického hľadiska konzum a vlastníctvo zdrojov zeme je iba zdanlivo prejavom bohatstva; pojmom bohatstva; skutočným bohatstvom je ekologické poznanie o „ohraničenom“ bohatstve. A na takomto poznaní by sa mali podieľať aj médiá (prostredníctvom environmentálnych programov, šotov, reklám, propagáciou ekologických produktov, ekofilmov atď.).

V tejto súvislosti sa odvolávame na humanistickú iniciatívu sociálneho učenia Jána Pavla II, v ktorom je prítomná výzva ochrany životného prostredia, najmä prostredníctvom identifikácie fenoménu bohatstva vyjadreného v kvalite ľudského poznania.²

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

JÁN PAVOL II.: PAVOL, J. II.: *Encyklika Centesimus Annus*. Trnava : Spolok sv. Vojtecha, 1992. 109 s. ISBN 80-85198-68-1.

JONAS, H.: *Princíp zodpovednosti*. Praha: OIKOYMENH, 1997. 318 s . ISBN 80 – 86005-06-2.

ODLEROVÁ E.: *Ekofilozofia v dejinách filozofického myslenia*. Bratislava 2007. 122 s. ISBN 978 – 80- 227-2619-1.

ODLEROVÁ,E., KUSIN,V.: *Človek a životné prostredie*. (Sociologické a ekofilozofické reflexie). Bratislava, 2010. 94s. ISBN 978-80-227-3265-9.

2 Ján Pavol II.: *Encyklika Centesimus Annus*.Trnava: Spolok sv. Vojtecha, 1992.

Kontaktné údaje:

doc. PhDr. Eva Odlerová, CSc.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
eva.odlerova@ucm.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

PRÍSTUPNOSŤ A PREFERENCIE ZRAKOVO HENDIKEPOVANÝCH UŽÍVATEĽOV VO VZŤAHU K WEBOVÝM STRÁNKAM

Accessibility and Preferences of Visually Impaired Users in the Context of Websites

Paulína Petkáčová

Abstrakt: Príspevok sa zaoberá problematikou používania a pohybovania sa na internete zrakovo hendikepovanými občanmi, ktorých v teoretickej časti definujeme ako špecifický druh užívateľov technológií. Poukazujeme na to, že pri ich snahe vyhľadávať a získať online informácie sa ešte stále stretávajú s viacerými bariérami napriek priaznivej legislatívnej úprave. Náplňou empirickej časti predkladaného textu je interpretácia výsledkov pilotného zisťovania preferencií a názorov zrakovo hendikepovaných užívateľov, navštevujúcich Rehabilitačné stredisko pre zrakovo postihnutých v Levoči, na technickú optimalizáciu webov.

Kľúčové slová: zrakový hendikep, bariéry, asistenčné technológie, webové stránky, prístupnosť.

Abstract: This report concerns with using and surfing of visually handicapped citizens on the internet. In the theoretical part we define them as a specific type of technology users. We point out that in their attempts to search and obtain online information are still faced with several barriers despite of the positive legislative modification. The purpose of the empirical part of this present text is the interpretation of the results of the pilot survey. We found out preferences and views of visually handicapped users (Rehabilitation Centre for the Visually Impaired people in Levoča) in the context of technical optimization of websites.

Key words: visual handicap, barriers, assistive technologies, websites, accessibility.

Úvod

Pre nevidiacich a slabozrakých občanov je internet jednou z možností ako „prekročiť“ svoj hendikep a dozvedieť sa viac o svete, ktorí nedokážu vidieť jasne alebo vôbec. Tak ako každému inému užívateľovi webu, aj im poskytuje slobodný prístup k informáciám, čím sa zlepšujú možnosti ich vzdelávania a uspokojovania osobných potrieb i záujmov. V spoločnosti, kde už pojmy ako kyberpriestor, virtuálna realita či sociálne siete nie sú vnímané ako neologizmy má, pôvodne neprístupný svet informačných technológií pre zrakovo hendikepovaných, vďaka legislatívnej úprave a rôznym asistenčným technológiám vzostupnú tendenciu. Prístupnosť vo všeobecnosti nazývame bezbariérovosťou, kedy napríklad budovu s takýmto prívlastkom môžu navštíviť telesne hendikepovaní. Prístupnosť webových stránok je teda zúženým pojmom, pričom tieto stránky by nemali nútiť svojich používateľov prekonávať prekážky a nedokonalosti smerom k bezproblémovému a efektívnemu prístupu, ktorého cieľom by mala byť možnosť čítať web stránky, pohybovať sa po celom priestore web lokality, interagovať s procedúrami vyžadujúcimi výber a vstup dát, aktivovať hypertextové odkazy, sťahovať dokumenty a pracovať s nimi.¹ Samozrejme, že bezbariérový web odstraňuje aj iné úskalia, než ktorým je zdravotné znevýhodnenie, či už zrakové, sluchové, pohybové alebo iné. Dokáže byť zároveň nápomocný osobám vo vyššom veku a osobám s krátkodobými znevýhodneniami. Zakladateľ World Wide Webu (www), Tim Berners-Lee, považuje za základný pilier prístupnosti vetu: „*Sila webu je v jeho univerzalizite. Prístup pre každého nezávisle na schopnostiach je jeho základný prvok.*“² Hoci nie sú zrakovo hendikepovaní považovaní za najpočetnejšiu znevýhodnenú skupinu v kontexte s používaním internetu, z aspektu bariér s akými sa prostredníctvom svojho postihnutia stretávajú, by sme ich mohli zaradiť medzi skupiny, ktorým je v rámci riešenia danej problematiky venovaná najväčšia miera pozornosti.

Zrakovo hendikepovaní ako užívatelia digitálnych médií

Mediálne publikum môže byť definované z pohľadu viacerých rovín a kritérií. Najčastejšou diferenciáciou je jeho rozdelenie na základe užívateľského média. Stretávame sa tak s čitateľmi, poslucháčmi či divákmi. V prostredí digitálnych médií sa však stalo zaužívaným označením užívateľa

1 DÁLNOKÝ, J.; MAMOJKA, B.; TEPLICKÝ, P.: *Prístupnosť web stránok a dokumentov zrakovo postihnutým ľuďom*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.itapa.sk/data/att/173.pdf>. [2014 – 03 – 26].

2 ŠPINAR, D.: *Tvoříme přístupné webové stránky*. Brno : ZONER Press, 2004, s. 156.

technológií.³ Marc Prensky definuje vo vzťahu k digitálnym médiám digitálnych domorodcov a digitálnych prisťahovalcov.⁴ Domorodcami nazýva deti a mladých ľudí narodených po roku 1980, ktorí sú od útleho veku obklopení nástrojmi digitálnej éry. Na druhej strane stoja prisťahovalci, ktorí sa snažia v „novom svete“ aklimatizovať. Podstatný rozdiel medzi týmito dvoma tábormi vidí v učení sa prisťahovalcov. Pri vychádzaní z tejto myšlienky by sme mohli takmer všetkých zrakovo hendikepovaných (narodených nielen pred rokom 1980) priradiť k „imigrantom“. Všetci sa musia „priučiť“ digitálnemu svetu a zároveň sekundárnym technológiám (čítačka obrazovky a pod.), prostredníctvom ktorých majú možnosť do tohto sveta preniknúť. Mohlo by sa teda zdať, že z pohľadu domorodcov a nimi vytvorenými, nie príliš priaznivými, podmienkami sú zrakovo hendikepovaní vo vzťahu k digitálnym médiám takzvanými „nevítanými imigrantmi“. Na to, aby sa človek mohol stať členom internetového publika potrebuje okrem technologických znalostí aj prístup k internetu a novým médiám. Spomínaný prístup tak nie je závislý iba od ich vlastnej vôle a schopností, ale aj od vonkajších faktorov, ktoré častokrát nemajú možnosť ovplyvniť. Tým, ktoré médiá sledujeme, aké internetové stránky navštevujeme, a aké percento času im venujeme, vypovedáme o sebe veľmi veľa. Dávame tak svojmu okoliu najavo nielen svoje záujmy, ale aj hodnoty a subjektívne vnímanie sveta. Aj na základe týchto faktorov si o nás okolie vytvára obraz.⁵ Akú predstavu si môžeme urobiť o preferenciách zrakovo hendikepovaného publika, ak je jeho prístupnosť obmedzená iba na webové stránky, ktoré svojou optimalizáciou podporujú sekundárne technológie? Legislatíva ukladá povinnosť vytvárania bezbariérového prístupu iba informačným systémom verejnej správy. Na jednej strane kvitujeme snahu sprístupniť slabozrakým či nevidiacim občanom podstatné informácie týkajúce sa verejného života, na strane druhej upriamujeme pozornosť na absenciu prispôbených webových stránok z oblastí, ktoré by mohli mať zrakovo hendikepovaní záujem navštíviť v rámci svojich subjektívnych potrieb. Zákonná úprava by sa tak mala sústrediť na sprístupnenie informácií umiestnených na internete na základe slobodnej voľby každého občana, vrátane občanov s rôznymi zdravotnými problémami a neobmedzovať ich výber na základe vyhovujúcej respektíve nevyhovujúcej webovej stránky. Zrakovo hendikepovaní by sa tak postupom času mali možnosť stať platnou súčasťou interaktívneho publika, ktoré patrí z hľadiska vývoja mediálneho publika do poslednej

3 JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál, 2009, s. 201.

4 PRENSKY, M.: Digital Natives, Digital Immigrants. In: *On the Horizont – MCB University Press*. 2001, vol. 9, Issue 5, s. 1 – 6.

5 PETRANOVÁ, D.: *Publikum masových médií*. [CD 4]. Trnava : UCM FMK, 1. vyd., s. 3.

fázy, pre ktorú je príznačná možnosť výberu na strane jednotlivca. Zároveň by sa stali aktívnou zložkou mediálnej komunikácie, na základe ktorej si jednotlivec vyberá z ponuky mediálnych obsahov a podľa svojich potrieb, záujmov a možností s nimi nakladá.⁶

Digitálna priepasť je multidimenzionálny fenomén, ktorý pokrýva tri aspekty: globálnu, sociálnu a demokratickú priepasť.⁷ Ide teda o kategorizovanie spoločnosti, ktorá moderné informačné a mediálne technológie využíva alebo nevyužíva v nadväznosti na spomenuté rozdiely. V súvislosti s týmto termínom tak môžeme hovoriť aj o rozdielnosti v oblasti mediálnych kompetencií a mediálnej gramotnosti, ktorá na problematiku prekážok brániacich plnohodnotnému prístupu k médiám nahliada z viacerých uhlov. Úroveň mediálnej gramotnosti závisí od demografických, individuálnych, symbolických a technologických bariér. Pri individuálnych bariérach môže ísť o faktory, ktoré sú vo väčšej či menšej miere mimo kontroly jednotlivca (napríklad zdravotné postihnutie).⁸ Takéto postihnutie hrá vo vzťahu k technológiám určitú rolu, avšak prístup k nim by sme mali chápať najmä ako zručnosti a kompetencie, s ktorými vieme tieto technológie účinne využívať. Tí, ktorí k nim majú obmedzený prístup, dostávajú na rozvoj zručností menej príležitostí.⁹ Livingstone upozorňuje na to, že pri výskumoch mediálnej gramotnosti sa častokrát nemerajú alebo neberú do úvahy výsledky rôznorodých skupín obyvateľstva.¹⁰ „Výskumné zistenia súvisiace s procesmi a princípmi rozvoja mediálnej gramotnosti skupiny napr. zrakovo postihnutých môžu prispieť k iniciovaniu a vhodnej formulácii legislatívnych a podporných dokumentov a iniciatív súvisiacich s touto skupinou zdravotne postihnutých občanov.“¹¹

Rozvoj schopností a zručností užívania nových médií je pre zrakovo hendikepovaných občanov dôležitý z dvoch hľadísk. Prvé z nich by sme mohli nazvať individuálnym hľadiskom, pretože na základe úrovne mediálnych a informačných kompetencií sa zvyšuje šanca na ich kvalitnejšie

6 JIRÁK, J.; KÖPPOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál, 2009, s. 213 – 219.

7 NORRIS, P.: *Digital Divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge : Cambridge University Press, 2001, s. 234.

8 VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: UCM FMK, 2013, s. 34 – 36.

9 BUCKINGHAM, D.: *The Media Literacy of children and young people: A review of the research literature*. London : Centre for the Study of Children, 2005, s. 33.

10 LIVINGSTONE, S.; VAN COUVERING, E.; THUMIM, N.: *Adult Media Literacy*. London : The London School of Economics and Political Science. 2005, s. 60.

11 VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: UCM FMK, 2013, s. 37.

postavenie napríklad na trhu práce. Druhé, spoločenské hľadisko by dokázalo prispieť k odstraňovaniu predsudkov a vylúčenia zrakovo hendikepovaných zo spoločnosti.

Problémy zrakovo hendikepovaných používateľov webu

Miera schopnosti pohybu na webových stránkach sa odvíja aj od rôznych druhov zrakového postihnutia, z ktorých vyplývajú špecifické problémy. Pre úplne nevidiacich a inak ťažko zrakovo postihnutých je dôležité použitie vstupného a výstupného zariadenia. Ťažký zrakový hendikep neumožňuje používanie myši, k dispozícii majú iba klávesnicu. Na základe toho musí byť použitie myši nahradené možnosťou vykonávajúcou ten istý príkaz prostredníctvom klávesnice a klávesových skratiek. Hlasový výstup umožňuje čítanie obsahu obrazovky, hmatové hardvérové zariadenie, takzvaný braillovský riadok, prevádza informácie zobrazené na monitore do bodového písma.¹² Aby však čítačka obrazovky dokázala správne interpretovať text, musia byť všetky typy grafických informácií doplnené textovou alternatívou. Za svetovú špičku medzi čítačkami s oboma typmi výstupov sa považuje program JAWS vyvíjaný americkou firmou Freedom Scientific. Slabozrakí užívatelia dokážu svoj zrak zužitkovať čiastočne. V prevažnej väčšine prípadov majú potrebu text na webovej stránke zväčšovať pomocou zväčšovacieho softwaru, čo im však umožňuje vidieť v danej chvíli iba malú časť stránky. Je preto potrebné význam prvku rozlíšiť vizuálne aj sémanticky. U farboslepých užívateľov webu vzniká problém pri rozoznávaní niektorých škál farieb, čo môže vyústiť až do úplnej neprístupnosti stránky. Je preto potrebné používať dostatočný kontrast pozadia s textom a na odlíšenie významu informácie nepoužívať iba samotnú farbu.¹³ Pri užívateľoch s dočasne zhoršenou možnosťou zrakového vnímania nemusíme mať na zreteli práve dočasne poškodený zrak, ale napríklad načas zhoršené podmienky ovplyvnené osvetlením monitora, či starší monitor, na ktorom sa nám nedarí vnímať farby v dostatočnej kvalite.

12 JAŠKOVÁ, L.: *Prístupnosť informácií na webe pre hendikepovaných*. [online]. Dostupné na internete: <http://edi.fmph.uniba.sk/~jaskova/IKTH/tema07/tema07.html>. [2014 – 03 – 26].

13 JAŠKOVÁ, L.: *Prístupnosť informácií na webe pre hendikepovaných*. [online]. Dostupné na internete: <http://edi.fmph.uniba.sk/~jaskova/IKTH/tema07/tema07.html>. [2014 – 03 – 26].

Legislatívna úprava informačných systémov verejnej správy

Pravidlá zhrnuté pod názvom Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) vytvárajú dokument, ktorého zohľadnenie by podľa Európskej únie nemalo chýbať v metodikách a pravidlách žiadneho členského štátu. Ide o požiadavky na informačné systémy verejnej správy, ktoré Slovenská republika zosumarizovala v Zákone č. 276/2006 Z. z. o informačných systémoch verejnej správy a taktiež vo Výnose Ministerstva financií Slovenskej republiky o štandardoch pre informačné systémy verejnej správy. „Štandardom je súbor pravidiel spojených s vytváraním, rozvojom a využívaním informačných systémov verejnej správy, ktorý obsahuje charakteristiky, metódy, postupy a podmienky, najmä pokiaľ ide o bezpečnosť a integrovateľnosť s inými informačnými systémami. Štandardy musia byť otvorené a technologicky neutrálne.“¹⁴ Spolu s týmito štandardmi sa stotožňujú aj pravidlá v projekte Blind Friendly Web, ktorý vznikol z iniciatívy Únie nevidiacich a slabozrakých Slovenska a občianskeho združenia eSlovensko. Ich cieľom je postupné skvalitňovanie bezbariérovosti webov, a tým aj následné umožnenie jednoduchšej orientácie na webových sídlach pre zrakovo hendikepovaných. To, či je webová stránka prístupná a v akej miere si má možnosť tvorca stránky vykonať sám prostredníctvom testu, respektíve o neho môže požiadať spomenutú organizáciu. Protihodnotou za bezbariérovosť stránky je nielen prestížna značka „Blind Friendly“, ale predovšetkým rozšírenie okruhu návštevníkov stránok, a to nielen z radov zrakovo postihnutých používateľov.¹⁵ Pravidlá prístupnosti webových stránok sú Výnosom Ministerstva financií a Blind Friendly Webom definované nasledovne.

1. Poskytnutie alternatív k zvukovému a vizuálnemu obsahu. Všetkým netextovým prvkom na webovej stránke sa poskytuje textový ekvivalent.
2. Farebné kombinácie pozadia a popredia poskytujú dostatočný kontrast. Zároveň všetky informácie vyznačené farebne musia byť zrozumiteľné aj bez farebnej diferenciacie.
3. Používanie zvýrazňovania a štýlov ako napríklad označovanie nadpisov, odsekov, zoznamov, tabuliek, formulárov a podobne.

14 MINISTERSTVO FINANCIÍ SR: *Štandardy pre informačné systémy verejnej správy*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.informatizacia.sk/standardy-is-vs/596s>. [2014 – 03 – 26].

15 ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRAKÝCH SLOVENSKA: *O projekte Blind Friendly Web*. [online]. Dostupné na internete: <http://blindfriendly.unss.sk/o-blind-friendly-web.php>. [2014 – 03 – 27].

4. Označenie použitia pôvodného jazyka, na základe čoho dochádza napríklad k lepšej interpretácii textu prostredníctvom čítacích technológií.
5. Správne používanie tabuliek, v ktorých sa identifikujú hlavičky riadkov a stĺpcov. Sú určené pre dáta, nie pre rôznorodosť štýlov a jeden významový obsah sa rovná jednej bunke tabuľky.
6. Obsah webovej stránky je zmysluplný aj pri vypnutých štýloch a prístupný aj pri použití skriptov, apletov alebo iných programových objektov. Ak to nie je možné, poskytujú sa ekvivalentné informácie na alternatívnej webovej stránke.
7. Pri dynamicky meniacom sa obsahu (blikajúce, rotujúce či samoobnovovacie objekty) musí byť zabezpečená kontrola používateľom.
8. Zabezpečenie priamej prístupnosti k funkčnej webovej stránke nezávisle od použitia zariadenia. Možnosť jej ovládania prostredníctvom klávesnice, hlasového výstupu a podobne.
9. Ak nie je možné vytvoriť webovú stránku, ktorá je prístupná, je nutné poskytnúť alternatívnu webovú stránku s obsahom, ktorý je prístupný.
10. Poskytnutie kontextových a orientačných informácií tak, aby pomohli používateľom pochopiť komplexnosť webovej stránky a jej prvky. Na ľahšiu navigáciu sa pre každý rám používa nadpis.
11. Poskytnutie prehľadného a úplného mechanizmu navigácie (orientačné informácie, navigačné panely, mapa webového sídla a podobne) je zamerané najmä na zvýšenie pravdepodobnosti, že každý na danom webovom sídle nájde to, čo tam hľadal.
12. Ubezpečenie sa, že elektronické dokumenty a informácie v elektronickej podobe sú jasné a zrozumiteľné pre každého „čitateľa“.¹⁶

V nadväznosti na projekt Blind Friendly realizovala Únia nevidiacich a slabozrakých Slovenska doplňujúcu webovú stránku Robme weby lepšie, ktorej snahou bolo poskytnúť poradenstvo nielen pre tvorcov webových sídel, autorov dokumentov šírených prostredníctvom týchto sídel, ale aj pre samotných používateľov asistenčných technológií.¹⁷

16 ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRÁKÝCH SLOVENSKA: *Pravidlá prístupnosti webových stránok podľa výnosu 312/2010*. [online]. Dostupné na internete: <http://blindfriendly.unss.sk/blind-friendly-web-navod.php>. [2014 – 03 – 27].

17 ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRÁKÝCH SLOVENSKA: *Popis projektu*. [online]. Dostupné na internete: <http://robmewebylepsie.unss.sk/index.php?menu=2>. [2014 – 04 – 09].

Pilotné zisťovanie preferencií a názorov zrakovo hendikepovaných na prístupnosť webových sídel

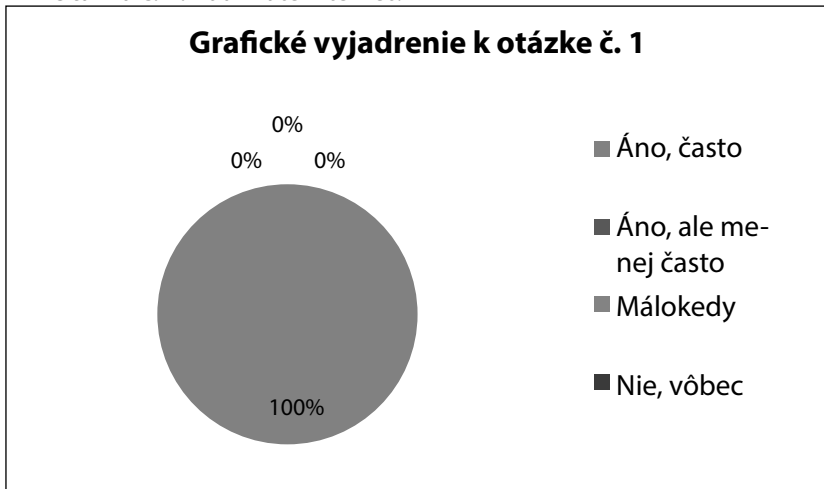
Pilotné zisťovanie prebehlo v Rehabilitačnom stredisku pre zrakovo postihnutých v Levoči, pričom sa ho zúčastnilo 10 respondentov (5 mužov a 5 žien) vo veku od 21 do 56 rokov navštevujúcich v tejto inštitúcii rôzne druhy kurzov (masér, operátor počítačových programov, informačno-administratívne služby, kartonážnik, košíkár, individuálna príprava). Šesť respondentov disponovalo slepotou, respektíve praktickou slepotou, pri ktorej má osoba zachované zvyšky zraku tak, že dokáže vnímať svetlo, obrysy a tvary predmetov, avšak nedokáže využívať zrak ani s najlepšou možnou korekciou ako jediný a dominantný analyzátor pri práci, orientácii a získavaní informácií.¹⁸ Zvyšní štyria respondenti trpeli slabozrakosťou vo forme krátkozrakosti, poškodenia periférneho videnia a poškodenia sietnice, pri ktorých sú zvyšky zraku zachované v rôznom rozsahu. Všetkým desiatim respondentom bol zadáný dotazník, na základe poruchy zraku, buď v Braillovom písme, alebo vo zväčšenom type písma. Z hľadiska časovej a technickej náročnosti boli vyslovované odpovede respondentov zapisované administrátorom. Zo siedmich výskumných otázok boli dve otázky uzatvorené a päť otázok otvorených, z čoho vyplýva aj nasledujúca formulácia a interpretácia výsledkov.

Dotazníkom sa sledovali najmä:

- druhy technológií, ktoré zrakovo hendikepovaní pri práci s počítačom využívajú,
- užívateľské preferencie v oblasti webových stránok,
- pozitíva/negatíva vo vzťahu k prístupnosti webových stránok.

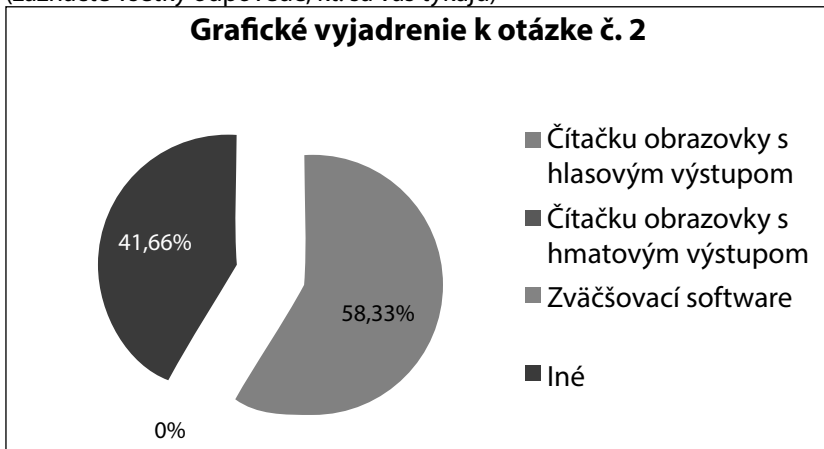
18 KANÁTOVÁ, E.; STRONČEKOVÁ, M.: *Okná múzeí dokorán*. [online]. Dostupné na internete: https://www.google.sk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cad=rja&uact=8&ved=0CF4QFJAK&url=http%3A%2F%2Fwww.nrozp.sk%2Ffiles%2F5MZ-ZP.ppt&ei=naBHU_C-HpHMsgb8hIGwBw&usg=AFQjCNFB11iwrTLqldnrnMce_MDfWHY4Og&sig2=-Q6rx4Zec7XRSbrBwDeq1g&bvm=bv.64542518,d.Yms. [2014 – 04 – 11].

Otázka č. 1: Používate internet?



Zhrnutie: Všetci desiaty respondenti sú častými užívateľmi internetu, z čoho vyplynul prvý predpoklad získania relevantných informácií. Prispel k tomu určite aj fakt, že sa vekové rozpätie väčšiny respondentov pohybovalo od 21 do 32 rokov a taktiež to, že až sedem z nich navštevuje alebo v minulosti navštevovalo jeden z počítačových kurzov Rehabilitačného strediska v meste Levoča.

Otázka č. 2: Aké zariadenia/pomôcky pri práci s internetom využívate? (zaznačte všetky odpovede, kt. sa Vás týkajú)



Zhrnutie: Až sedem opýtaných využíva pri práci s počítačom čítačku obrazovky s hlasovým výstupom. Aj slabozrakí respondenti, ktorí zatiaľ nie sú na túto technológiu odkázaní, sa jej priučujú v dôsledku postupne zhoršujúceho sa zraku. Momentálne viac využívajú možnosť zväčšenia obrazovky prostredníctvom lúp prednastavených v operačných systémoch, zmeny rozlíšenia či použitie okuliarov. Zväčšenie obrazovky však neumožňuje takú kvalitu obrazu ako špeciálne zväčšovacie programy. Z využívania viacerých druhov asistenčných technológií zrakovo hendikepovanými vyplynul ďalší predpoklad získania relevantných informácií.

Otázka č. 3: Aké webové stránky najradšej/najčastejšie navštevujete

Zhrnutie: Otázka č. 3 neumožňovala výber z alternatív, preto z dôvodu širokého spektra otvorených odpovedí neposkytujeme získané údaje v grafickej podobe. Preferencie zrakovo hendikepovaných respondentov, ktorým bol dotazník predložený sa nijako výrazne nelíšia od preferencií vidiacich užívateľov webu. Navštevujú stránky sociálnych sietí (Facebook, Popec, Skype), televízií a rádii, stránky s aktuálnymi správami zo sveta i z domova, športu či počasia, rôzne odborné stránky a v neposlednom rade využívajú aj mailovú komunikáciu. Výraznejšie rezonovalo vyhľadávanie hudby prostredníctvom webových stránok rozhlasu, online televízií alebo Youtubu.

Otázka č. 4: Sú tieto Vaše obľúbené webové stránky optimalizované pre zrakovo hendikepovaných?

Zhrnutie: Prevažná väčšina webových stránok, na ktorých sa zrakovo hendikepovaní najčastejšie, respektíve najradšej pohybujú sú podľa ich slov dostatočne optimalizované pre užívateľov s asistenčnými technológiami. Dvaja respondenti uviedli, že problém nastáva, ak sa na zväčšenej obrazovke objaví „vyskakovacie“ okno. Stránka sa stáva neprehľadnou a vypnutie okna je pre používateľa náročnou úlohou. S najčastejšie navštevovanými stránkami nemajú zrakovo hendikepovaní väčšie problémy aj z dôvodu, že ich prístupnosť už majú overenú.

Otázka č. 5: Aké webové stránky by ste radi navštevovali, avšak kvôli ich technickej neprístupnosti a neoptimalizácii pre zrakovo hendikepovaných to nie je možné?

Zhrnutie: Medzi problémové webové stránky z pohľadu opýtaných užívateľov asistenčných technológií patria napríklad rôzne zoznamovacie portály, stránky niektorých slovenských bánk (Slovenská sporiteľná, VÚB), webové sídlo spoločnosti Telekom, úložný portál uloz.to alebo vo všeobecnosti stránky, ktorých rozloženie (napravo ponuka, naľavo reklamy a v

strede informačný text) neumožní v niektorých prípadoch zrakovo hendikepovaným užívateľom daný text zväčšovať.

Otázka č. 6: S akými technickými problémami sa pri prezeraní webových stránok najčastejšie stretávate?

Zhrnutie: Napriek spokojnosti s technickou prístupnosťou väčšiny stránok, na ktorých sa zrakovo hendikepovaní respondenti pohybujú, existujú podľa ich slov aj negatíva. Za hlavnú príčinu neoptimalizácie webových stránok považujú to, že „už pri samotnej tvorbe stránky sa nemyslí na znevýhodnených užívateľov.“ V praxi to napríklad môže znamenať vytvorenie stránky, ktorej „ovládanie“ je založené na klikaní myšou. Problémy spôsobuje aj veľké množstvo grafiky, či tabuliek bez alternatívneho popisu, ktoré čítačka obrazovky nedokáže, pochopiteľne, interpretovať. Problémom, cez ktorý sa zrakovo hendikepovaní užívatelia, podľa ich vlastných slov, nedokážu bez pomoci vidiaceho posunúť k ďalšiemu kroku, je ochranná technológia Captcha, ktorá napomáha odlíšiť skutočného užívateľa od robota. Niektorí respondenti uviedli ako negatívum neustále sa aktualizujúci a obnovujúci dizajn web stránok, čoho dôsledkom je ich dezorientácia na už známych adresách. Tomuto progresu je však nemožné zabrániť.

Otázka č. 7: Pociťujete rozdiel medzi technickou prístupnosťou slovenských verejných informačných systémov a tých súkromných?

Zhrnutie: Rozdiel v technickej prístupnosti webových stránok medzi verejnými a komerčnými informačnými systémami nevnímajú väčšina respondentov. Jeden z nich uviedol, že Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny má jediný nedostatok v obrázkových formátoch, ktorý mu však prostredníctvom Rehabilitačného strediska v Levoči nahlásili a teraz čakajú na úpravu. Druhá respondentka uviedla rozdiel vo vypíňaní tlačiva daňového priznania medzi webovým sídlom Finančnej správy Slovenskej republiky a súkromnou adresou www.kros.sk. Kým na prvej spomenutej adrese bolo vypíňanie nepohodlné, v prípade komerčnej web stránky bola veľkosť riadku aj písma v danom dokumente nastaviteľná. Pri sumarizovaní odpovedí je potrebné vziať do úvahy aj fakt, že respondenti venujú svoj čas strávený na internete prevažne súkromným informačným systémom, čo vyplýva aj z otázky číslo tri. Preto je možné, že práve z tohto dôvodu daný rozdiel nevnímajú, respektíve si ho nevšimli.

Záver

Život so zrakovým hendikepom nie je jednoduchý, no vďaka rýchlemu vývoju moderných komunikačných technológií sa dokážu aj nevidiaci či slabozrakí orientovať medzi informáciami a prekonávať prekážky, ktoré vyplývajú z ich postihnutia. Toto tvrdenie dokazuje aj skutočnosť, že všetci respondenti pilotného zisťovania uviedli každodenné používanie internetu s pomocou asistenčných technológií.

Na základe zosumarizovaných výsledkov nášho zisťovania vyjadrujú zrakovo hendikepovaní respondenti s technickou prístupnosťou webových stránok skôr spokojnosť ako nespokojnosť. Ak však zoberieme v úvahu fakt, že títo užívatelia internetu sa poväčšine pohybujú na webových stránkach, ktoré sú im už dobre známe, overené, a s ktorými majú pozitívnu skúsenosť je logické, že spomenutý dojem môže prevážiť občasne vyskytujúce sa bariéry. Za najväčšie negatíva technicky neoptimalizovanej webovej stránky považujú opýtaní respondenti „vyskakovacie“ okná, ktorých zatvorenie spôsobuje problémy najmä pri zväčšení obrazovky, kedy je zatvárací prvok vo forme „X“ zložitá nájsť. Aj samotné etické požiadavky na internetovú reklamu uvedené v dokumente *Pravidlá internetovej reklamy* zdôrazňujú, že takáto reklama by nemala brániť používateľovi v nerušenom užívaní stránky, mala by obsahovať viditeľné ovládacie prvky na mieste, kde ich používateľ očakáva a mala by obsahovať zatvárací prvok minimálne s veľkosťou písma 11pt.¹⁹ Preto subjekty, pre ktoré optimalizovanie webových stránok nevyplýva z legislatívnej úpravy by si mali technickú prístupnosť plniť na základe morálnej povinnosti vo vzťahu k zrakovo a inak hendikepovaným občanom. Ďalším rozšíreným problémom je rozloženie webovej stránky. Vidiaci užívateľ si uvedomuje štruktúru stránky podvedomým krátkym pohľadom, čo u užívateľa s poruchou zraku nie je možné. Už pri tvorbe stránky je potrebné myslieť na to, že základný pohľad na ňu by mal mať linearizovaný tvar, keďže čítačka obrazovky číta text od začiatku po koniec linearizovaným spôsobom.²⁰ Bariéry pri čítaní webového sídla spôsobuje aj grafika a tabuľky. Ak sa na stránke objavujú obrázky, ktoré text významovo dopĺňajú, je potrebný zrozumiteľný alternatívny popis, pri tabuľkách zas vopred logicky definované poradie a možnosť zväčšenia bez obsahovej zmeny. Posledným uvedeným, vážnejším, problémom je prístupnosť k určitému obsahu webo-

19 POLÁKOVÁ, E.; MASARYKOVÁ, Z.: *Etika mediálnej komunikácie v on-line prostredí*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2011, s. 172.

20 DÁLNOKÝ, J.; MAMOJKA, B.; TEPLICKÝ, P.: *Prístupnosť web stránok a dokumentov zrakovo postihnutým ľuďom*. [online]. Dostupné na internete: <http://robmewebylepsie.unss.sk/index.php?menu=3>. [2014 – 04 – 27].

vých stránok podmienená opisom kódu, takzvaná Captcha. Bariéra je riešiteľná napríklad prostredníctvom portálu CaptchaHelp, ktorého vznik podnietili práve problémy zrakovo hendikepovaných občanov. Otázkou však je, či nevidiaci a slabozrakí užívatelia webu o pomocných portáloch takéhoto typu vedia. Pri našom pilotnom zisťovaní viacerí respondenti uviedli, že sa práve pri opise kódu zastavia a bez pomoci vidiacej osoby zamýšľaný úkon nedokončia. Aj preto by malo byť snahou verejnosti vo väčšej miere a rôznymi spôsobmi (prednášky, kurzy a iné) prinášať ľuďom nielen so zrakovým postihnutím možnosti inovačných riešení súvisiace s pohybom na internetových stránkach.

Z optimalizácie webového sídla nevzniká prospech iba pre užívateľov so zdravotnými postihnutiami. Komerčné subjekty, ktoré zanedbávajú technickú prístupnosť prichádzajú o množstvo klientov. Popri užívateľoch s hendikepom sa k ich službám často na neprístupnom webe nedostanú ani starší užívatelia. Bezbariérový web slúži zároveň k správne mu zobrazeniu v mobilných telefónoch a zvýšeniu jeho viditeľnosti vo výsledkoch vyhľadávania.²¹

Na základe pilotného zisťovania sa metóda zberu dát formou dotazníka nepreukázala ako vhodná metóda na zmapovanie preferencií a názorov zrakovo hendikepovaných v kontexte prístupnosti webových sídel. Už počas vyplňania dotazníkov respondentmi sme sa stretli s ich potrebou odpoveď doplniť o vlastnú skúsenosť, z čoho spontánne vyplynuli rozhovory rozširujúce skúmanú problematiku. Preto navrhujeme ďalší, tematicky podobný výskum spracovávať formou kvalitatívnych metód (hlbkový rozhovor, interview).

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

BUCKINGHAM, D.: *The Media Literacy of children and young people: A review of the research literature*. London : Centre for the Study of Children, 2005, 71 s.

JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál, 2009, 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.

21 JAK NA INTERNET: *Internet a hendikepovaní*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.jaknainternet.cz/page/1653/internet-a-handicapovani/>. [2014 – 04 – 28].

- LIVINGSTONE, S.; VAN COUVERING, E.; THUMIM, N.: *Adult Media Literacy*. London : The London School of Economics and Political Science. 2005, 86 s.
- NORRIS, P.: *Digital Divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge : Cambridge University Press, 2001, 303 s. ISBN 0521807514.
- PETRANOVÁ, D.: *Publikum masových médií*. [CD 4]. Trnava : UCM FMK, 1. vyd., 18 s. ISBN 978-80-8105-018-3.
- POLÁKOVÁ, E.; MASARYKOVÁ, Z.: *Etika mediálnej komunikácie v on-line prostredí*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie, 2011, 264 s. ISBN 978-80-8105-283-5.
- PRENSKY, M.: Digital Natives, Digital Immigrants. In: *On the Horizon – MCB University Press*. 2001, vol. 9, Issue 5, s. 6 s.
- VRABEC, N.: *Paradigmatické prístupy a súčasné trendy vo výskume mediálnej gramotnosti*. Trnava: UCM FMK, 2013, 223 s. ISBN 978-80-8105-507-2.
- ŠPINAR, D.: *Tvoříme přístupné webové stránky*. Brno : ZONER Press, 2004, 360 s. ISBN 80-86815-11-0.
- DÁLNOKÝ, J.; MAMOJKA, B.; TEPLICKÝ, P.: *Prístupnosť web stránok a dokumentov zrakovo postihnutým ľuďom*. [online]. Dostupné na internete: <http://robmewebylepsie.unss.sk/index.php?menu=3>. [2014 – 04 – 27].
- JAK NA INTERNET: *Internet a handikepovaní*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.jaknainternet.cz/page/1653/internet-a-handicapovani/>. [2014 – 04 – 28].
- JAŠKOVÁ, Ľ.: *Prístupnosť informácií na webe pre hendikepovaných*. [online]. Dostupné na internete: <http://edi.fmph.uniba.sk/~jaskova/lkth/tema07/tema07.html>. [2014 – 03 – 26].
- KANÁTOVÁ, E.; STRONČEKOVÁ, M.: *Okná múzeí dokorán*. [online]. Dostupné na internete: https://www.google.sk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=11&cad=rja&uact=8&ved=0CF4QFjAK&url=http%3A%2F%2Fwww.nrozp.sk%2Ffiles%2F5MZ-ZP.ppt&ei=naBHU_C-HpHMsgb8hiGwBw&usq=AFQjCNFb11iwrTLqldnrmMce_MDFWHY4Og&sig2=-Q6rx4Zec7XRSbrBwDeq1g&bvm=bv.64542518,d.Yms. [2014 – 04 – 11].
- MINISTERSTVO FINANCIÍ SR: *Štandardy pre informačné systémy verejnej správy*. [online]. Dostupné na internete: <http://www.informatizacia.sk/standardy-is-vs/596s>. [2014 – 03 – 26].
- ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRÁKÝCH SLOVENSKA: *O projekte Blind Friendly Web*. [online]. Dostupné na internete: <http://blindfriendly.unss.sk/obind-friendly-web.php>. [2014 – 03 – 27].

ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRAKÝCH SLOVENSKA: *Popis projektu*. [online]. Dostupné na internete: <http://robmewebylepsie.unss.sk/index.php?menu=2>. [2014 – 04 – 09].

ÚNIA NEVIDIACICH A SLABOZRAKÝCH SLOVENSKA: *Pravidlá prístupnosti webových stránok podľa výnosu 312/2010*. [online]. Dostupné na internete: <http://blindfriendly.unss.sk/blind-friendly-web-navod.php>. [2014 – 03 – 27].

Kontaktné údaje:

Mgr. Paulína Petkáčová
Univerzita sv. Cyrila a Metoda
Fakulta masmediálnej komunikácie
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
p.petkacova@gmail.com
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

KÁNON POPKULTÚRY V PROSTREDÍ SUBKULTÚRY 2.0: PRÍKLAD FANFICTION

The Canon of Pop Culture in Subculture 2.0: Fanfiction's Example

Pavel Rankov

Abstrakt: Fanfiction je amatérska literárna tvorba, ktorá nadväzuje na konkrétne literárne, prípadne filmové diela profesionálnych autorov. Diela fanfiction dodržiavajú prvky z kánonu pôvodného diela, súčasne však stoja mimo tohto kánonu. Množina fanfiction vypovedá o popularite pôvodného diela. Rozvoj subkultúry fanfiction priniesli publikačné a komunikačné možnosti webu 2.0. Špecifickým subžánrom je real person fanfiction, ktorá nenadväzuje na umelecké diela, ale na konkrétne celebrity. Väčšina z jej autorov je v stredoškolskom alebo vysokoškolskom veku. Môže byť morálne sporné zasadzovanie skutočných žijúcich osôb do vymyslených reálií a vzťahov, často s autormi alebo autorkami textov, čo súvisí s koróziou v distancii medzi verejnou a súkromnou sférou. Real person fanfiction, keďže nečerpá z vonkajších formálnych znakov prototextov, nadväzuje na svoj vzor sémanticky. Slovenské webové stránky venované real person fanfiction ukazujú, že diskurz, ktorý prináša skupina One Direction alebo spevák Justin Bieber, je založený jednak na adorácii samotných protagonistov, ale aj hodnôt ako bohatstvo, fyzická krása a ľahkomyselný život.

Kľúčové slová: fanfiction, real person fanfiction, celebrity, populárna kultúra, web 2.0, subkultúra

Abstract: Fanfiction is amateur creativity in literature which follows a particular work of art, mainly literature or film by professional authors. Fanfiction maintains elements of original piece's canon even it stands outside this canon. Aggregation of fanfiction gives information about popularity of the work of art. Web 2.0 and its opportunities to publish and communicate gave rise to fanfiction subculture. Real person fanfiction is a specific sub-genre of fanfiction, it follows not a work of art but a particular celebrity. Placing real living persons into fictional relations and plots can be a moral controversy. It relates to decline of distance between public and private sphere. Real person fanfiction semantically ties on its idol. The analysis of

Slovak real person fanfiction web pages shows, that the discourse given by One Direction and Justin Bieber is based on adoration of the celebrities themselves as well as values like opulence, beauty and easygoing life.

Key words: fanfiction, real person fanfiction, celebrities, pop culture, web 2.0, subculture

1 Úvodom o pojme fanfiction

Fanfiction (aj *fan fiction* či *fanfic*)¹ je pojem označujúci amatérsku literárnu tvorbu, ktorá svojim obsahom, prostredím či postavami bezprostredne nadväzuje na konkrétne literárne, prípadne filmové diela profesionálnych tvorcov. Diela fanfiction sa teda snažia dodržiavať určité prvky z kánonu pôvodného diela, súčasne však stoja mimo tohto kánonu. Autormi aj čitateľmi fanfiction sú spravidla milovníci a obdivovatelia (fanúšikovia) pôvodného diela.

Fanfiction, to je v menšej miere napodobujúci pastiš a vo väčšej miere odkazujúca alúzia. Podľa A. Jamisonovej mechanizmus, akým vznikajú a pretrvávajú obsahy šírené prostredníctvom fanfiction, pripomína šírenie prekrúteného mému.² M. Lindgren Leavenworthová a M. Isakssonová používajú pre fanfiction metaforu upíra, a to nielen preto, že na báze nedávno populárnych upírskych ság existuje veľmi bohatá sféra fanfiction, ale najmä z dôvodu, že upír vyciava krv svojej obete rovnako, ako fanfiction vyciava motívy, postavy či prostredia z pôvodných diel. Tu sa však metafora nekončí, pretože upírovi (podobne ako fanfiction) prináša to, čo vycical, znovuzrodenie a vlastný život.³ Čo si však autorky pri použití tejto metafory neuvedomili, je osud upírovej obete – na rozdiel od úbohej obete upíra totiž fanfiction nevyhnutne potrebuje, aby dielo, z ktorého svoju životodarnú naratívnu miazgu čerpá, bolo stále pri plnej sile, teda aby fungovalo v literárno-čitateľskom prostredí ako kánon, klasika či dokonca dogma. Ak by pôvodné dielo „odumrelo“, vytratilo sa z povedomia publika, fanfiction na jeho báze by nevznikala a zrejme by ani vznikat' nemohla, pretože kánon by nebol k dispozícii. Kánon sa v tomto prípade nevyhnutne vyznačuje širokým konsenzom a všeobecnou akceptáciou.

1 Termín fanfiction nemá žiaden zaužívaný slovenský ekvivalent.

2 JAMISON, Anne: The Theory of Narrative Causality. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013.

3 LINDGREN LEAVENWORTH, Maria – ISAKSSON, Malin: *Fanged Fanfiction: Variations on Twilight, True Blood and The Vampire Diaries*. Jefferson : McFarland, 2013.

Množina fanfiction do určitej miery vypovedá aj o čitateľskej popularite pôvodného diela. Napríklad svet fanfiction poviedok a noviel na tému obľúbených románov o Harrym Potterovi je aj v slovenskom jazyku bohatý, nachádza sa na niekoľkých rôznych internetových adresách.⁴ Existujú dokonca aj stránky v slovenčine, ktoré ponúkajú amatérske preklady pôvodne amatérskych textov fanfiction z angličtiny.⁵

Autor nadväzujúci na rozsiahlejšie kánonové diela (napr. knižná séria Harry Potter alebo filmová séria Hviezdne vojny), spravidla najskôr – mimo samotného textu fanfiction – musí čitateľovi objasniť, k akej časti či sérii pôvodného diela sa jeho text viaže.

2 Fanfiction v kultúre a literatúre

Hoci dnešný prudký rozvoj subkultúry fanfiction priniesli publikačné a komunikačné možnosti webu 2.0 (technologicky spravidla ide o sociálne blogy, ale rozšírené ja aj využívanie sociálnych sietí), tento fenomén existoval už pred polstoročím, predovšetkým v rámci komunity fanúšikov (*fandomu*) science fiction. Texty nadväzujúce na kánonové knihy a filmy žánru vedeckej fantastiky bežne vychádzali v nízkonákladových, de facto samizdatových časopisoch (*fanzinoch*).

Z komunikačno-kultúrneho hľadiska je fanfiction dôsledkom masovej distribúcie populárnej kultúry. Svet fanúšikov filmu a kníh je dokonca taký aktívny, že dokáže často komerčný okruh šírenia populárnej kultúry aj predbehnúť. Známe sú napríklad prípady amatérskych prekladov Harryho Pottera zverejnené na internete, ktoré suverénne predbehli copyrightované vydateľské preklady. Podobne je to s textami fanfiction – v čase, keď držiteľia práv ešte len uvažujú, ako by komerčné diela úspešne uchránili pred nedovoleným šírením, je už internet plný nadväzujúcich sekundárnych textov, ktoré s postavami či prostredím pôvodných diel narábajú, akoby boli voľne šíriteľnou komoditou podľa zásad creative commons.

Z literárnovedného hľadiska „*fanfiction nie je len poctou originálu – zároveň je podvrtná, protirečivá a prekračuje hranice (...)* Je to prekrúcanie a vylepšovanie či podryvanie zdrojového materiálu“⁶. V tom sa fanfiction podobá na apokryf.

4 <http://pimpinela.blog.cz/0810/harry-potter-kapitolovky>, <http://fikcia.fantasy-svet.net/poviedka/2162/Liecitelka-Rita/>, <http://www.klea476.estranky.sk/>, <http://>

5 <http://hp-poviedky.wgz.cz/>

6 GROSSMAN, Lev: Foreword. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013.

Čítať (a písať) fanfiction znamená kriticky prehodnocovať. Z toho vyplýva, že fanfiction v podstate robí to isté, čo zvykla v minulosti robiť avantgarda – rúca hranice (napr. medzi žánrami a médiami) a experimentuje (napr. s kánonom a klasikou). Ale pritom sa fanfiction vehementne bráni spájaniu s avantgardou, a to tým, že je dôsledne amatérska, subkultúrna, no zároveň glorifikujúca vybrané diela populárnej kultúry. To by avantgarda nikdy nerobila.

Fanfiction môžeme analyzovať na mikroúrovni – prostredníctvom jednotlivých textov, ale pri zmene optiky sa môžeme zamerať aj na komunitu ako celok. Potom sa ukazuje, že intertextualita fanfiction nemá „jednoduchú“ chápadlovú či pyramidovú štruktúru, kde pôvodné dielo ako prototext zaberá centrálnu postavenie a od neho vedú priame linky k jednotlivým sekundárnym posttextom. Štruktúra je zložitejšia, pripomína viac sieť alebo rizomatické podhubie. Pôvodné dielo diseminovalo svoje prvky na rôzne strany a z týchto prvkov bujnie neprehľadná a neuchopiteľná textová džungľa pozostávajúca z literárnych a pseudoliterárnych diel, ktoré však majú aj čulé vzájomné vzťahy. Množina fanfiction má menej zo seriálovosti (hoci niektoré texty „vychádzajú“ na pokračovanie) a viac z paralelného písania.

Zaujímavé je aj vytváranie kánonu fanfiction. Ten nevzniká na akademickej pôde v procesoch umelecko-kritickej analýzy a pedagogických procesoch vzdelávania, ako je tomu pri kánone klasickej literatúry, ale rodí sa v situácii čulej skupinovej diskusie čitateľskej verejnosti.

Ak sa (postmoderná) literárna teória pokúša problematizovať hranice a auru jedinečnosti diela, fanfiction to suverénne robí v autorskej praxi. Rovnako fanfiction rozmazáva aj ďalšie hranice – medzi písaním a čítaním, medzi autorom a čitateľom, medzi derivovaným a transformatívnym dielom.⁷ Doplňme, že hranica sa rozmazáva aj medzi autorom fanfiction a jeho publikom, pretože v sieťovom prostredí zverejňované texty sú komunitou hodnotené (známkované) a slovne komentované, teda diskutuje sa o nich, čo spätne vplýva na autorov a postupy pri ich tvorbe. Ako to už pri komunikácii šírených prostredníctvom webu býva, ich čítanosť veľmi kolíše.

3 Fanfiction a celebrity

Špecifickým subžánrom fanfiction je tzv. real person fanfiction, ktorá nenadväzuje na umelecké diela, ale na konkrétne osoby, spravidla celebrity, umelcov a pod. (je to teda – povedzme – amatérska tvorba nie podľa filmu, ale o hercoch). Napríklad v „nekonečnej“ sérii detských detektívnych

7 JAMISON, Anne: *The Theory of Narrative Causality*. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013.

románov o Troch pátračoch vystupuje takýmto fanfictionovským spôsobom postava A. Hitchcocka.

Tento typ fanfiction má svoje zrejme špecifiká nielen do vnútra fanúšikovskej komunity, ale aj z hľadiska autorskej obce a navonok voči spoločnosti. Vo vnútri fandomu je literatúra o celebritách odmietaná často en bloc a doslova „vyháňaná“ zo stránok, blogov a portálov zameraných na fanfiction.

Autormi „klasickej“ fanfiction sú skúsení čitatelia kánonovej literatúry, pre ktorých láska k určitému dielu či autorovi je záležitosťou takmer celoživotného presvedčenia. Väčšina autorov real person fanfiction má menej ako osemnásť rokov a ďalšia významná časť je vo veku 18 až 25 rokov, pričom prevažujú dievčatá.⁸ Tieto pubescentky a adolescentky sú sústredené najmä na najaktuálnejšie celebrity a ich záujem ani o celebritu, ani o písanie zrejme nebude dlhodobejší.

Z hľadiska kultúrnej verejnosti sa úplne odlišne vnímajú etické otázky tohto subžánru. Pri ostatnej fanfiction je etickým problémom dodržiavanie autorských práv (pôvodných diel), pri textoch o celebritách je morálne sporné zasadzovanie skutočných žijúcich osôb do vymyslených reálií a vzťahov – veľmi často s autormi alebo autorkami textov. Takéto tzv. „parasociálne vzťahy“ autorov s vysnenými celebritami majú často milostný charakter a v texte sa realizujú prostredníctvom postavy fandomom vo všeobecnosti hanlivo označovanej ako Mary Sue.

Prívlastok Mary Sue dáva komunita fanfiction nevierohodne zidealizovanej postave, za ktorou sa v prípade real person fanfiction často skrýva alter ego autora či autorky.⁹ V prechádzajúcich storočiach sa fantázie obyčajných dievčat z ľudu o milostných vzťahoch s významnými osobami či osobnosťami skrývali v zamknutých denníčkoch alebo dôverných rozhovoroch priateľiek, dnes sú publikované s jasným cieľom zaujať čo najviac čitateľiek. Spôsob, akým sa amatérski autori vyrovnávajú s naráciou o celebritách, prepája fanfiction s bulvárom. Napokon, z informácií o celebritách zverejňovaných v bulvárnych médiách texty fanfiction často aj čerpajú.

8 YARROW, Allison: How young writers are redrawing the lives of the famous and the infamous to create online series that attract millions of readers. *Time*, Aug. 26, 2013, <http://entertainment.time.com/2013/08/26/inside-the-wild-and-addictive-world-of-celebrity-fan-fiction/>

9 MCGEE, Jennifer: „In the End, It’s All Made Up“: The Ethics of Fanfiction and Real Person Fiction. IN: *Communication Ethics, Media, and Popular Culture*. Ed. Phyllis M. Japp, Mark Meistner, Debra K. Japp. New York: Peter Lang, 2005, hlavne s. 168-170.

Spôsobom, akým je autorka či autor explicitne prítomný v texte, ukazuje, že ide o akési pseudoautobiografie v alternatívnom vesmíre fikčného sveta, presnejšie alternatívnom živote celebrity (i autora). Tieto texty využívajú skúsenosti komunitných aktérov (autorov i čitateľov) s virtuálnymi svetmi ukrytými v digitálnych technológiách. A. Jamison prirovnáva fanfiction k rolovým počítačovým hrám (roleplaying game).¹⁰

Hoci na jednej strane hovoríme o fikcii, niektorí autori upozorňujú na nebezpečnú útočnosť real person fanfiction v tom zmysle, že sa často snaží meniť identitu zobrazovaných celebrit – priraduje im odlišnú sexuálnu orientáciu než majú, vytvára neexistujúce milostné dvojice a pod.¹¹ Pochopiteľné, v takýchto textoch potom môže byť viac paródie než adorácie. „Tisíce mladých spisovateľov sa hrajú na boha nad životmi slávnych a známych.“¹²

B. Thomasová zaraďuje rozvoj žánru real person fanfiction do širších spoločenských súvislostí. Domnieva sa, že je jedným z dôkazov prebiehajúcej korózie v dištancii medzi verejnou a súkromnou sférou. Tento zánik hraníc sa obzvlášť prejavuje práve vo svete celebrit.¹³ Prostredníctvom masmédií a internetu dnešná celebrita prostredníctvom médií vstupuje so svojim súkromím do súkromných priestorov publika. „*Hoci relatívne málo Američanov má nejaký priamy interpersonálny kontakt s Britney Spears, Bradom Pittom či Kelly Clarkson, mnohí by vedeli povedať dôverné poznatky o ich každodenných životoch.*“¹⁴

10 JAMISON, Anne: *The Theory of Narrative Causality*. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013.

11 LACKNER, Eden – LUCAS, Barbara Lynn – REID, Robin Anne: *The Bisexual Erotics of Words/Silence/Flesh*. IN: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Ed. Karen Helleeson, Kristina Busse. Jefferson: Farland, 2006, p. 190.

12 YARROW, Allison: How young writers are redrawing the lives of the famous and the infamous to create online series that attract millions of readers. *Time*, Aug. 26, 2013, <http://entertainment.time.com/2013/08/26/inside-the-wild-and-addictive-world-of-celebrity-fan-fiction/>

13 THOMAS, Bronwen: Fans Behaving Badly? Real Person Fic and the Blurring of the Boundaries between the Public and the Private. IN: *Real Lives, Celebrity Stories. Narratives of Ordinary and Extraordinary People Across Media*. Ed. Bronwen Thomas, Julia Round. New York – London: Bloomsbury, 2014, p. 171-185.

14 STEFANONE, Michael A. – LACKAFF, Derek – ROSEN, Devan: The Relationship between Traditional Mass Media and Social Media: Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. IN: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 2010, 54, N. 3, p. 509

Určitú etickú problematickosť celého subžánru možno najlepšie dokumentujú jeho extrémne výhonky. Pomerne široká je napríklad autorsko-čitateľská komunita združená okolo romanticko-erotických príbehov s Džocharom Carnajevom, teroristom, ktorý nastražil spolu s bratom bombu počas bostonského maratónu, pričom zomreli traja ľudia a ďalšie desiatky boli zranených.¹⁵

Real person fanfiction sa oproti bežnej fanfiction neodvoláva na primárny text, je viazaná na životy konkrétnych celebrit. Zdanlivo okrem jednotlivých elementov identity týchto osôb (meno, profesia, vek, vzhľad a pod.) nemá na čo nadväzovať, a teda nemá na čom budovať svoj kánon. Presný opak je však pravdou. Real person fanfiction, keďže nemôže čerpať z vonkajších formálnych znakov, musí sa odvolávať na podstatu, na hlbší obsah či diskurz pôvodniny. Nadväzuje na svoj vzor sémanticky. Tým, že si autor fanfiction musí sám definovať napríklad prostredie, zápletku a ďalšie osoby pre svoj text, ukazuje nám, s akým svetom je jeho celebrita kompatibilná, kam patrí. Na základe textov piesní je veľmi problematiqué povedať, aký je dopad pôsobenia hudobného interpreta na publikum. Tento dopad sa však relatívne presne dozvieme z obsahovej analýzy fanfiction, ktorú tento interpret inšpiruje.

V súčasnosti každá výraznejšia hudobná skupina má aj svoj skrytý svet fanfiction (tzv. *bandfic*). História tohto fenoménu sa odvíja od sedemdesiatych rokov minulého storočia, keď vznikali príbehy o kľúčových členoch skupiny Led Zeppelin Jimmym Pageovi a Robertovi Plantovi. Ich mená však boli zmenené na Tris a Alex. Pred štyridsiatimi rokmi zrejme ešte platila úcta k osobnej integrite rockových hviezd, preto aj fiktívne príbehy hovorili o nie úplne jednoznačne identifikovaných ľuďoch. Dnes tieto staré texty možno nájsť archivované na webe.¹⁶ Zato stránka s fanfiction venovanou skupine Beatles je stále aktualizovaná a príbehy pribúdajú.¹⁷

Fanúšikovské stránky (*fanpage*) tvoria vonkajší okruh masmediálnej kultúry, na ich existencii sa podieľajú aktivisti z radov publika. Dnes každá globálne populárna skupina či spevák má na webe aj svoju fanpage v slovenskom jazyku.

15 <http://www.wattpad.com/story/5682630-dzhokhar-jahar-before-the-bombing>, <http://morrnglam.tumblr.com/>, <http://pastebin.com/zupSEm51>,

16 <http://www.geocities.ws/ledzepsplash/index2.html>

17 <http://beatlesslash.livejournal.com/>

4 Real person fanfiction v slovenčine

Pohľad do archívu jednej z česko-slovenských stránok o skupine One Direction ukazuje, že vzhľadom na množstvo prichádzajúcich textov ich bolo potrebné katalogizovať, a to tým najprirodzenejším spôsobom, ktorý môže potenciálny čitateľ využiť, teda podľa toho, o ktorom členovi skupiny One Direction text rozpráva.¹⁸ Mesačne sem pribudne asi tisíc textov, najviac v prázdninovom mesiaci auguste 2013 – až 1452 textov.

Druhá časť príbehu Welcome to Dirty Games (od autorky Dady) sa začína takto: „Zajtra je môj deň. Byť je bez mojej sestry hrozne prázdny, odkedy sa odsťahovala do New Yorku, tak sa tu cítim hrozne sama. Bosými nohami som našľapovala na mramorovú podlahu kuchyne. Usmiala som sa nad vybavením. Aj keď tu bývam už štyri roky, nikdy ma to neprestane fascinovať, otec si dal záležať. Zabalená v deke, s čajom v ruke a nohami vyloženými na stole som pozerala na telku, v ktorej bolo, ako obyčajne, nič. Neviem sa dočkať, keď sa tieto nudné, lenivé dni skončia. Po myslí mi neustále prelietavali myšlienky o neznámom mužovi v obleku, ktorého som stretla v budove Stylexu. Najviac toho na mne poznamenali jeho zelené žiarivé oči, ten život, ktorý z nich priam sršal. No pritom on bol vážny a vyzeral mocne. Svalnaté telo, určite posilňuje, alebo má aspoň pravidelnú telesnú aktivitu, inak si to vysvetliť neviem. A tie jeho vlasy. Na pohľad jemné ako ten najdrahší hodváb, gaštanová farba len viac svedčala k ich kučeravému vzhľadu.“¹⁹

O túžbach a hodnotách mladých ľudí vypovedajú samozrejme aj skôr spomínané naivné texty, ktoré fandom označuje ako Mary Sue. V alternatívnej realite sa odohrávajúci pseudo-autobiografický príbeh (od autorky Romi) sa začína takto: „Ráno sa prebúdzam v mäkkej posteli a s perinou prehodenu cez telo. Ľavá polovica postele je prázdna. Natiahnem si ruky, pretriem oči a vstávam. Postavím sa na nohy a prechádzam do kúpeľne. Opláchnem si tvár a kráčam do kuchyne. No tá je prázdna. Hľadám Zayna po celom byte, ale nenájdem ho. Už sa začínam báť, keď si všimnem malý lístok položený na kuchynskom pulte.

Dobré ráno, nechcel som ťa budiť, keď si spala. Išiel som na nákup a niečo si vybaviť. Raňajky máš na stole. Dúfam, že si sa dobre vyspala. Kým sa vrátim, môžeš vymyslieť, čo budeme celý deň robiť. Zayn“²⁰

Mary Sue môže byť aj zdanlivo sofistikovanejšia a kontroverznejšia. Nie je to priamo Zaynova manželka či milenka, ale „iba“ jeho sestra, dokonca sestra narkomanka, ktorú slávny brat vytiahol z brloha a presťahoval k sebe.

18 <http://onedirection-ff.blog.cz/1209/jednodilne-rozcestnik>

19 <http://onedirection-ff.blog.cz/1401/welcome-to-dirty-games-2-dil>

20 <http://onedirection-ff.blog.cz/1401/polnocny-pribeh-1-2>

Tak sa to stalo v poviedke *Ďakujem* (od autorky Macka Uška). Našťastie sa čoskoro zjavil ďalší člen skupiny – Harry a láska medzi ním a polepšenou fetišáčkou sa mohla začať.²¹

Fanfiction inšpirované Justinom Bieberom ponúkajú veľmi podobnú kultúrnu a hodnotovú paradigmu. Napríklad 64. časť príbehu *FollowGuys* sa začína spontánnym, no veľmi presným popisom niektorých značiek či produktov kompatibilných s piesňami tohto speváka: „*Bola som konečne sama. Vo svojom byte. Oblečená v teplákoch, reklamnom XXL Coca-cola tričku a mikine, ktorú som ukradla Justinovi. Dávala som si maratón častí z Upírskych denníkov, ktoré som ešte nevidela s horúcou čokoládou v rukách. Čakala som Justina, ktorý sa mal vrátiť z koncertu. Potrebovala som sa s ním rozprávať. Zazvonil domáci zvonček, vstala som, položila čokoládu na stôl a utekala k telefónu.*

„*Prosím?*“

„*Slečna O'Connor, váš priateľ je tu,*“ povedal mi láskyplne náš vrátnik Mr. Jobs.

„*Pošlite ho hore, prosím.*“

„*Samozrejme,*“ v hlase som mu počula úsmev. Zložila som a otvorila dvere, čakajúc Justina. Hneď ako vyšiel z výťahu, vedela som, že je niečo zle. Prvé som si všimla jeho vlasy. Neboli nagélované hore, boli zlízané dole. Nepáčilo sa mi to.²²

Keď sa rozprávačka príbehu One Love o Justinovi Bieberovi balí na cestu do Los Angeles, tak to komentuje slovami: „Prisahám, že som si zabalila celú skriňu. Od novej kolekcie Armani po starú kolekciu Calvina Kleina (...) O ôsmej som bola konečne zbalená a pripravená vyraziť. Zbalila som si ešte do tašky zrkadlovku a macbook.“²³

5 Záver

Príbehy, ktoré píše fanúšikovia a fanúšičky o svojich speváckych, muzikantských či hereckých idoloch, tvoria svojskú subkultúru úzko prepojenú na svet populárnej kultúry svojimi hodnotami, obsahmi i výrazovými prostriedkami. Texty real person fanfiction v sebe často explicitne obsahujú posolstvá, aké hviezdy populárnej kultúry vysielajú k svojmu publiku.

21 <http://onedirection-ff.blog.cz/1209/dakujem>

22 <https://sk-sk.facebook.com/notes/just%C3%ADn-bieber-pr%C3%ADbeh-info%C5%A1ky-/-ff-with-justin-followguys-64-%C4%8Das%C5%A5/534476939926692>

23 <http://www.wattpad.com/20518398-one-love-1-kapitola/page/2>

Výpovedná hodnota fanfiction je v tomto zmysle vyššia než výpovedná hodnota textov príslušného interpreta. Stačí ich len prečítať.

Text príspevku vznikol v rámci výskumnej úlohy VEGA 2/0107/14 Hypermediálny artefakt v postdigitálnej dobe.

Literatúra a zdroje:

- McGEE, Jennifer: „In the End, It’s All Made Up“: The Ethics of Fanfiction and Real Person Fiction. IN: *Communication Ethics, Media, and Popular Culture*. Ed. Phyllis M. Japp, Mark Meistner, Debra K. Japp. New York: Peter Lang, 2005, p. 161-192. ISBN 978-0-8204-7119-8.
- GROSSMAN, Lev: Foreword. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013. e-ISBN 978-1-939529-20-6.
- JAMISON, Anne: The Theory of Narrative Causality. IN: *Fic: Why Fanfiction is Taking Over the World*. Ed. Anne Jamison. Dallas : BenBella Books, 2013. e-ISBN 978-1-939529-20-6.
- LACKNER, Eden – LUCAS, Barbara Lynn – REID, Robin Anne: The Bisexual Erotics of Words/Silence/Flesh. IN: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. Ed. Karen Helleson, Kristina Busse. Jefferson: Farland, 2006, p. 189-206. ISBN-13: 978-0-7864-2640-9.
- LINDGREN LEAVENWORTH, Maria – ISAKSSON, Malin: Fanged Fanfiction: Variations on Twilight, True Blood and The Vampire Diaries. Jefferson : McFarland, 2013. e-ISBN 978-1-4766-0629-3.
- STEFANONE, Michael A. – LACKAFF, Derek – ROSEN, Devan: The Relationship between Traditional Mass Media and Social Media: Reality Television as a Model for Social Network Site Behavior. IN: *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 2010, 54, N. 3, p. 509.
- THOMAS, Bronwen: Fans Behaving Badly? Real Person Fic and the Blurring of the Boundaries between the Public and the Private. IN: *Real Lives, Celebrity Stories. Narratives of Ordinary and Extraordinary People Across Media*. Ed. Bronwen Thomas, Julia Round. New York – London: Bloomsbury, 2014, p. 171-185. ISBN: 978-1-4411-0238-6.
- YARROW, Allison: How young writers are redrawing the lives of the famous and the infamous to create online series that attract millions of readers. IN: *Time*, [online], Aug. 26, 2013, [cit. 2014-03-19]. Dostupné na: <http://entertainment.time.com/2013/08/26/inside-the-wild-and-addictive-world-of-celebrity-fan-fiction/>

Kontaktné údaje:

doc. PhDr. Pavel Rankov, PhD.
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
Gondova 2
P.O.BOX 32
814 99 Bratislava
rankov@fphil.uniba.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

ÚLOHA MÉDIÍ VO VÝCHOVE OBČANA AKO SAMOSTATNE PREMÝŠĽAJÚCEHO SUBJEKTU

The Role of Media in the Education of a Citizen as an Independently Thinking Subject

Juraj Skačan

Abstrakt: Cieľom predkladaného príspevku je analyzovať miesto médií, ktoré môžu zaujať pri formovaní človeka - občana v modernej spoločnosti za predpokladu, že toto miesto pre ne bude vytvorené. V súčasnosti sa alternatíva využitia poznatkov a princípov mediálnej komunikácie vo výchove k občianstvu stále podceňuje a inštitucionalizovaná výchova občana prebieha často bez toho, aby vážnejšie reflektovala ponuku masovokomunikačných prostriedkov. Príspevok sa venuje interpretácii rôznych podôb uplatnenia médií vo výchove občana a možnostiam projektového využívania médií vo výchove k občianstvu, v rámci ktorej dochádza ku komplexnému rozvoju občiansko-spoločenských kompetencií človeka. Byť občanom totiž so sebou nesie imperatív sociálny, politický, právny, ekonomický, psychologický, kultúrny, ale tiež etický, estetický a filozofický. Všetky tieto zložky dohromady vytvárajú viacdimenzionálny fenomén moderného občianstva, ktoré, ako sa domnievame, môže byť efektívne kultivované cieleným využívaním masových médií. Našou snahou bude akcentovať práve kultivačný potenciál médií smerom k výchove občana ako komplexnej, v spoločnosti žijúcej, samostatne premýšľajúcej a rozhodujúcej sa osobnosti, čím chceme zároveň poukázať na možnosť eliminácie potenciálnych deštruktívnych vplyvov na občianske povedomie, ktoré médiá so sebou môžu prinášať.

Kľúčové slová: výchova k občianstvu, médiá, občianstvo, občianske kompetencie, mediálna komunikácia, občan ako autonómne sa rozhodujúci subjekt

Abstract: The intention of this paper is to analyse the role of media in the process of educating a human as a citizen in the modern society, of course in case there will be created a space for medial acting. Nowadays the medial communication in the civics is still underrated and the institutional

education of a citizenship is being accomplished without to reflect the offer of mass media instruments. The paper carries on an interpretation of how the media can be applied in the education of a citizen as well as what are the possibilities of the exploitation of the media in the civics, where the civil-social competencies are being formed. To be a citizen – this carries actually an immanent social, political, juridical, economical, psychological, cultural, as well as ethical, aesthetical and philosophical imperative. All those components create a multidimensional phenomenon of a modern citizenship, which, as we assume, may be cultivated by using of the media as an educational instrument. We are trying to put the accent on this cultivating potential of the media towards the education of a citizen as a complex personality which lives in a society and thinks, respectively makes decisions in an independent way. This is how we would like to show the possibility to eliminate the potential destructive influences on the civil awareness, which may be eventually brought by the media.

Key words: civics, media, citizenship, civil competencies, media communication, citizen as an autonomously decision-making subject

Čo znamená vychovávať občana

Fakt, že žijeme vo svete, ktorý je z hľadiska masovej spoločnosti pod intenzívnym vplyvom masmédií, dnes už pomaly začína vyznievať ako klišé. Rozhodujúcim momentom sa však stáva, ako sa k tejto skutočnosti postaví samotný človek, pretože v zásade má dve možnosti: môže zaujať stanovisko ako výskumník, alebo sa ako laik uspokojí s formálnym konštatovaním. Pretože práve z vedeckého hľadiska je spomínaný, všeobecne známy fakt o účinkoch médií na spoločnosť a človeka v nej fenoménom ponúkajúcim stále nové otázky, dimenzie a problémy, ktoré je potrebné reflektovať. Tak, ako sa vyvíja samotná spoločnosť, vyvíjajú sa aj médiá, čo ako dynamický faktor samo o sebe zaručuje potrebu neustáleho reflektovania nových skutočností.

V kontexte predkladaného príspevku sa však otvára hľadisko, ktoré posúva celý problém z masovej, resp. celospoločenskej roviny do roviny konkrétnejšej, teda aspoň čo do zohľadňovania a rešpektovania skutočnosti, že v rámci spoločnosti disponuje jednotlivec svojím autonómnym svetom, ktorý si môže buď starostlivo chrániť, vystaviť tvorivej interakcii so svetom spoločnosti, alebo v opačnom prípade podriadiť makrodimenzii spoločenskej reality, či si ho dokonca v tom najhoršom prípade pod vplyvom opojenia z tejto makroreality vôbec neuvedomiť. S osobným mikrosvetom

človeka počíta aj výchova občana, ktorá sa pod názvom výchova k občianstvu postupne etabluje aj na Slovensku, obzvlášť s ohľadom na snahy európskych štruktúr vychovávať nielen občana krajiny, ale aj európskeho občana. Ide teda o pomerne nový prvok „odnárodnenia“ pojmu občianstvo – tento pohľad na občana ho nevníma iba cez prizmu národnosti, či štátnej príslušnosti, ale sa snaží občianstvo vnímať ako súbor vlastností a charakteristík, ktoré majú nadnárodný a všeobecný charakter a ktoré majú prispieť ku kvalitnému životu jednotlivca i spoločnosti. Súčasná výchova k občianstvu sa snaží v osobnosti človeka prebudiť občana v zmysle autonómneho jednotlivca, ktorý však zároveň vo svojich rozhodnutiach reflektuje svoju účasť na dianí celej spoločnosti.

Výchova k občianstvu teda vidí človeka ako komplexnú osobnosť činnú v mnohých oblastiach života, pričom túto činnosť a rozhodnutia je potrebné od detstva zvelaďovať, aby mohol prispieť k naplneniu základných hodnôt humánnej spoločnosti. Ide o výchovu týkajúcu sa priamo života v rámci spoločnosti a jej pragmatický význam a praktický efekt sa stáva jej výhodou, nie vždy však náležite využitou. Dôvodom je neraz istý spôsob ignorovania metodických postupov, ktoré by pre výchovu občana v človeku mohli byť, i vzhľadom na vyššie uvedené fakty, obzvlášť prínosné. K takýmto postupom patrí predovšetkým cielené a metodické využívanie potenciálu médií a možnosť jeho rozvíjania v samotnom predmete výchova k občianstvu, resp. občianska náuka. V záujme jasného a presného používania pojmov poznamenajme, že v našom prípade hovoríme o komunikačných masových médiách, disponujúcich istou zvláštnosťou – nevytvárajú obojsmerný komunikačný kanál, kde by dochádzalo k obojsmernej výmene informácií, ale stavajú na jednosmernom vzťahu medzi vysielateľom a recipientom informácie.¹ Ich spoločným znakom je, že disponujú „...*technickými prostriedkami a organizačným usporiadaním, ktoré im dovoľujú pravidelne (popríklad priebežne) ponúkať anonymnej a otvorenej množine príjemcov správy, ktoré môžu informovať, vzdelávať či baviť.*“²

Výchova občana v súčasnej Európe

Hoci sa prístupy k výchove k občianstvu v jednotlivých európskych krajinách od seba celkom prirodzene odlišujú, čo je spôsobené rozdielnymi prioritami jednotlivých štátov a ich politického, kultúrneho i spoločenského pozadia, môžeme aj napriek tomu formulovať všeobecnú tézu o komplexnom ciele, ktorý sa javí byť súčasťou zámerov výchovy občana

1 JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.: *Média a spoločnosť*. Praha: Portál, 2003, s. 21.

2 MIČENKA, M. – JIRÁK, J. a kol.: *Rozumět médiím*. Partners Czech, 2006, s. 22.

vo väčšine európskych krajín: „...*hlavným cieľom predmetovej oblasti je všeobecne zabezpečiť, aby sa mladí ľudia stali aktívnymi občanmi schopnými prispievať k rozvoju a blahobytu spoločnosti, v ktorej žijú*“³. Pre naplnenie takéhoto cieľa je potrebné, aby bol rámec výchovy k občianstvu konkrétne vymedzený a aby jasne, hoci na tejto úrovni skôr vo všeobecnosti, definoval tie kompetencie, ktoré má človek nadobudnúť a ktoré by sme mohli označiť ako občianske kompetencie. Ak sa pozrieme na Európu, zistíme, že tu jestvuje istá rozmanitosť v prístupe k dôležitosti formálneho zabezpečenia výchovy občianskeho povedomia⁴: niektoré krajiny vnímajú výchovu k občianstvu ako samostatný výchovno-vzdelávací predmet, alebo minimálne ako samostatný tematický celok v rámci iného predmetu, avšak mnohé iné takúto výchovu zaraďujú v podobe medzipredmetových prierezových tém do plánov príslušných, humanitne orientovaných predmetov. Podľa štúdie agentúry EACEA (činná v rámci siete Eurydice) by sme mohli ciele predmetu výchova k občianstvu zhrnúť do štyroch skupín: rozvoj politickej gramotnosti, rozvoj kritického a analytického myslenia, rozvoj správania, postojov a chápania niektorých, pre život v spoločnosti dôležitých pojmov a napokon rozvoj aktívnej účasti na živote komunity.⁵ Všetky spomenuté ciele v sebe zahŕňajú rozvoj občianskych vedomostí a zručností.

Nazdávame sa, že k rozvoju mnohých občianskych kompetencií (priamo sa odvíjajúcich z občianskych vedomostí a zručností) dokážu významnou mierou prispieť aj médiá a ich prostredníctvom sa tvoriace komunikačné kanály. Platí to pre všetky zložky, ktoré sú v dnešnej dobe na Slovensku súčasťou prípravy učiteľov výchovy k občianstvu: filozofia, sociológia, politológia, etika, estetika, multikultúrna výchova, ale tiež religionistika alebo základy psychológie.

Jednako však musíme dodať, že na to, aby pôsobenie médií a k nim náležiacich faktorov na človeka bolo efektívne a zmysluplné, predpokladá využívanie masmediálnych obsahov pri výchove občana istú prirodzenú schopnosť jednotlivca spracovávať takéto obsahy. Pre možnosť aplikovať pri vzdelávaní a výchove pokročilejšie mediálne obsahy je preto potrebné vychádzať zo zásad mediálnej komunikácie a z poznatkov mediálnej

3 *Výchova k občianstvu v Európe*. Brusel: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012, s. 17.

4 Ukazuje sa, že Slovensko patrí k menšej skupine krajín, ktoré vnímajú výchovu k občianstvu ako samostatný predmet a ako samostatnú súčasť kurikula. Okrem našej krajiny k tejto skupinke rátame napríklad Poľsko, Chorvátsko, Slovinsko, Švédsko, Nórsko, či Anglicko.

5 *Výchova k občianstvu v Európe*. Brusel: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012, s. 27.

výchovy, čo nás privádza ku konštatovaniu, že súčasťou prípravy učiteľa výchovy k občianstvu by mala byť rovnako aj mediálna komunikácia a mediálna výchova, k čomu odkazujú všetky súčasné trendy vo výchove a vzdelávaní. Základné princípy a všeobecné pravidlá fungovania človeka ako jedného zo subjektov mediálnej komunikácie totiž musia tvoriť prirodzenú súčasť prístupu vychovávaného jednotlivca ku konkrétnym mediálnym obsahom, viažucim sa na výučbu konkrétneho predmetu a využívaným pri zefektívňovaní tejto výučby, v našom prípade výučby výchovy k občianstvu. Napokon, mnohé aspekty rozvoja mediálnych kompetencií (predovšetkým ak máme na mysli vedomosti, schopnosti, postoje a hodnoty) sa svojou logickou podstatou a účelom podobajú kompetenciám, ktoré sa v človeku snaží prebúdzat' a rozvíjať výchova k občianstvu, ako napr. schopnosť zaujať analytický a kritický postoj k mediálnemu obsahu, rozlišovať medzi realitou a zobrazovanou realitou, rozumieť stratégiám podávania mediálneho obsahu, rozumieť postaveniu a úlohe médií ako aj ich vplyvu na život a spoločnosť, identifikovať názory autora mediálneho obsahu, platnosť argumentov, stereotypy a predsudky či pre spoločnosť významné hodnoty.⁶

Uvedené skutočnosti naznačujú, že ak chceme v rámci akejkoľvek výchovy, resp. vzdelávania využívať mediálne obsahy na demonštrovanie ideí, hodnôt, noriem či modelov správania, musíme si uvedomiť etické súvislosti mediálneho pôsobenia na jednotlivca. Etika médií ako interdisciplinárna aplikovaná náuka totiž dohliada na to, aby sa mediálna tvorba zakladala na hodnotách, ktoré sú vo verejnom záujme⁷ a je preto akýmsi predpokladom mediálnej výchovy.

Pôsobenie mediálnej výchovy je zamerané na upevnenie mediálnej gramotnosti v zmysle poznatkov o fungovaní médií, ich úlohe v spoločnosti a o mediálnych obsahoch⁸, pričom sa kladie dôraz na kritický odstup, selektívnosť a schopnosť vytvárať si vlastný názor.⁹ Toto nás oprávňuje domnievať sa, že systematizovaná a akademicky organizovaná výchova občana médiami predpokladá istú mediálnu gramotnosť, no o to viac musí byť samotná mediálna výchova aj priamym a prirodzeným vzdelávacím obsahom akademicky organizovanej výchovy občana.

6 POLÁKOVÁ, E.: *Mediálne kompetencie: úvod do problematiky mediálnych kompetencií*. Vranov nad Topľou: Elibrol, 2011, s. 28-30.

7 REMIŠOVÁ, A.: *Etika médií*. Senica: Arcus, 2010, s. 21-22.

8 MIČENKA, M. – JIRÁK, J. a kol.: *Rozumět médiím*. Partners Czech, 2006, s. 12.

9 *Štátny vzdelávací program pre 2. stupeň základnej školy v Slovenskej republike ISCED 2. Štátny pedagogický ústav, s. 21; Štátny vzdelávací program pre gymnázia v Slovenskej republike ISCED 3A, s. 22-23*

Médiá a výchova občana

Ako sme naznačili vyššie, ukazuje sa, že médiá môžu v prípade ich využitia v rámci predmetu výchova k občianstvu zohrať pri jeho zefektívňovaní nanajvýš užitočnú úlohu a môžu prispieť k modernizácii poňatia metód, ktoré sa bežne využívajú pri vychovávaní občianskeho povedomia. V každom prípade si musíme uvedomiť, že vplyv médií na jednotlivca sa deje i bez toho, aby sme médiá do výučby metodicky zapojili, čo je pri uvážení súčasného postavenia médií v spoločnosti absolútne prirodzené. Táto skutočnosť nás priam núti k tomu, aby sme uvedené vplyvy stabilizovali a podchytili tak, aby ich účinky boli v súlade s cieľmi výchovy občana, čo so sebou nesie aj potrebu chápania mediálnych obsahov vo všeobecnosti a schopnosti ich správneho vyhodnocovania zo strany vychovávaného objektu.

Ako vidno, je rozdiel medzi mimovoľným vplyvom médií na človeka a vplyvom, ktorý sa deje na základe metodicky využívaného potenciálu mediálnych obsahov. Mimovoľný vplyv médií sa deje bez organizačných zásahov akejkoľvek vonkajšej autority a je reprezentovaný výhradne bezprostredným pôsobením mediálnych obsahov na jednotlivca. Ide o pôsobenie v akejsi nerozlíšenej podobe, kde rozhodujúce a vplyvné mediálne obsahy bývajú „zabudované“ v rôznych odkazoch a informáciách všedného charakteru, bez uvedomelej vzdelávacej a výchovnej ambície, a teda aj bez možnosti kontroly dôsledkov ich pôsobenia akoukoľvek autoritou. Pravdaže, takáto podoba účinku masmédií je z pohľadu dôležitosti výchovy samostatných a uvedomelých občanov skôr neželaná, alebo minimálne nevítaná, a akýsi „vstup“ výchovy k občianstvu do mediálnej sféry môže k avizovanej kontrole spoločnosti nad spôsobom výchovy svojich občanov výrazne prispieť práve tým, že neustrnie v základných princípoch mediálnej výchovy ako takej, ale v médiách identifikuje a správne využije ich potenciál pre kreovanie samostatne premýšľajúceho a kompetenčne zdatného človeka – občana.

Ak vychádzame z výskumnej správy agentúry EACEA, všimneme si, že výchova k občianstvu, rovnako ako iné výchovno-vzdelávacie predmety, si kladie za cieľ rozvoj tak teoretickej, ako aj praktickej stránky jednotlivca ako objektu výchovno-vzdelávacieho procesu. Hovoríme teda o teoretickej výučbe, v rámci ktorej si objekt výchovy k občianstvu osvojuje teoretické poznatky nevyhnutné pre jeho fungovanie v občianskej spoločnosti, rôzne pojmy a ich definície¹⁰, a o praktickej výučbe, kde objekt výchovy k občianstvu nadobúda praktické schopnosti a zručnosti, ktoré mu pomáhajú

10 *Výchova k občianstvu v Európe*. Brusel: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012, s. 30.

získané poznatky vhodne aplikovať v praktickom živote a v interakcii s inými ľuďmi, spoločenskými inštitúciami, sociálnymi, ekonomickými a inými subjektmi¹¹. Masmediálne obsahy je možné využiť tak pri teoretickej výučbe vedomostí, ako aj pri sprostredkovaní prakticky uskutočňovaných občianskych zručností.¹²

*Občianske zručnosti, resp. kompetencie*¹³, pevne zviazané s občianskymi vedomosťami, odvodzujeme od výchovno-vzdelávacích cieľov výchovy k občianstvu V jej rámci sú pri kultivácii uvedených kompetencií uplatniteľné prakticky všetky typy médií: printové (predovšetkým knihy, noviny a časopisy), elektronické (rozhlas, televízia a film) a digitálne (tu sa sústredíme hlavne na internet). Človek je médiami formovaný prakticky každodenne a mimovoľne a deje sa to mimo akademickej pôdy. Účelne využiť masové médium ako metodického sprostredkovateľa mediálneho obsahu pri sledovaní konkrétneho didaktického účelu však znamená umne vybrať žáner a obsah, ktorý má byť sprostredkovaný a ktorý sa tak má stať nositeľom základnej formatívnej, prípadne podnecujúcej informácie – týka sa to takých žánrov a foriem ako sú televízne spravodajstvo, diskusie, rozhlasové programy, reportáže, filmy sa dokumentárne programy s filozofickou, historickou, politickou, sociálnou, ekologickou či ekonomickou problematikou, konkrétne mierené novinové články mienkotvornej, ale aj bulvárnej tlače, knihy s aktuálnym alebo všeobecným filozoficko-etickým odkazom, rôzne internetom šíriteľné obsahy a pod. Dodajme, že mediálne obsahy je možné využívať dvomi základnými spôsobmi: sú využívané na jednej strane buď pozitívne za účelom sprostredkovania vzoru správania alebo na strane druhej negatívne, za účelom prezentovania správania, modelu alebo situácie, ktorá protirečí spoločenskému blahu a má v jednotlivcovi prebudiť nesúhlas. Samozrejme, využitie médií druhým spôsobom si vyžaduje citlivý prístup a opatrnosť zo strany vychovávateľa, spravidla ho je možné využiť predovšetkým u starších žiakov, resp. študentov, ktorí už majú vybudovaný istý vedomostný základ a osvojili si už v istej miere schopnosť kriticky a selektívne myslieť.

11 *Výchova k občianstvu v Európe*. Brusel: Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012, s. 32.

12 Teoretická i praktická dimenzia výchovy k občianstvu je zahrnutá v jej výchovno-vzdelávacích cieľoch.

13 Akcentujú sa predovšetkým občianske, sociálne, komunikačné a interkultúrne zručnosti.

Občan ako samostatne premýšľajúci subjekt

Je potrebné si uvedo miť dôležitý fakt: výchova občana je totiž špeci-
fická tým, že okrem teoretického sprostredkovávania vedomostí z rôznych
prierezových oblastí a praktickej výchovy zručností vplýva tiež na spôsob
života a rozvoj svetonázorovej orientácie vychovávaného objektu, jeho po-
stojov k životu a spoločnosti. V skutočnosti u tohto objektu stimulujeme
proces rozhodovania a uvažovania smerom k schopnosti rozhodovať sa au-
tonómne a slobodne, avšak pri súčasnom rešpektovaní spoločenských no-
riem, hodnôt a všeobecného prospechu. Ak pri aplikovaní médií vo výcho-
ve občana nedohliadneme na rozvoj individuálnej a samostatne uvažujúcej
osobnosti, médiá budú skôr deštrukčné ako prospešné. Napriek viacerým
možnostiam využitia ide za istých okolností o nebezpečnú zónu, do ktorej
vstupujeme. Ak z nej chceme mať úžitok, musíme zohľadňovať všetko, čo
je výchove k občianstvu sväté. Imperatívom výchovy občana je totiž rozvoj
človeka ako individua v spoločnosti a zároveň ako samostatného subjektu
v interakciách s ďalšími subjektmi.

Z predchádzajúcich úvah je rovnako zrejmé, že mediálna výchova musí
byť nie len plne rešpektovaná ako súčasť výchovy k občianstvu, ale by sa
mala stať predpokladom jej modernej podoby – výchova k občianstvu musí
reflektovať médiá a ich vplyv na spoločnosť i jednotlivca.

Ak sa pri výchove občana sústredíme na to, aby sme vychovávali také-
ho jednotlivca, ktorý by bol schopný autonómnych rozhodnutí týkajúcich
sa jeho života a rovnako tvorby vlastného úsudku a postoja k daniu v spo-
ločnosti, o čo naliehavejšia je potreba dohliadať na zachovanie a zveladenie
jeho osobnosti a schopnosti samostatne sa rozhodovať a vytvárať si auto-
nómny postoj k spoločenskej realite v prípade, ak do hry vstupujú masové
mediá. Vynaložiť príslušné úsilie na vylúčenie manipulatívneho efektu pri
nesprávne percipovaných mediálnych obsahoch sa stáva nielen základným
princípom metodiky modernej výchovy k občianstvu, ale aj povinnosťou
samotného učiteľa. Treba mať totiž na pamäti, že v rámci výchovy k občian-
stvu nevychováваме len pasívneho recipienta, ktorý dokáže správne in-
terpretovať mediálny obsah, ale predovšetkým aktívneho občana, ktorý sa
na spoločnosti aktívne podieľa, čím ju vlastne spoluvytvára. Nemôžeme si
predsa dovoliť, aby tento spoločný výtvor mal deformovanú podobu. Sféra
vplyvu médií na človeka je sférou, ktorá od účastníkov vyžaduje nadmernú
ostražitosť, nakoľko človek ako recipient mediálneho obsahu je citlivý na
prípadnú zmenu stratégie pôsobenia tohto obsahu na neho ako cieľového
účastníka mediálnej komunikácie. A navyše, súčasťou mediálneho sveta je
aj alarmujúci aspekt súčasnej masovosti, ktorú sa vychovávaný jednotlivec

musí naučiť vnímať kriticky, a pritom trpezlivo a sebareflexívne zhodnotiť dôvody svojho konania v záujme ochrany pred pádom do zdeformovanej, odcudzenej a o obsah ochudobnenej existencie pod degeneratívnym vplyvom masy.

Príspevok Úloha médií vo výchove občana ako samostatne premýšľajúceho subjektu je čiastkovou prezentáciou výsledkov riešenia výskumnej úlohy KEGA č. 048UKF-4/2012 „Výchova k občianstvu v európskom kontexte – inovácia študijného programu“, ktorá sa rieši na Katedre filozofie FF UKF v Nitre.

Literatúra a zdroje:

- JIRÁK, J. – KÖPPLOVÁ, B.: *Média a spoločnosť*. Praha: Portál, 2003. 207 strán. ISBN 807178-697-7.
- MIČENKA, M. – JIRÁK, J. a kol.: *Rozumět médiím*. Partners Czech, 2006. ISBN 80-239-6762-2.
- POLÁKOVÁ, E.: *Mediálne kompetencie: úvod do problematiky mediálnych kompetencií*. Vranov nad Topľou : Elibrol, 2011. 146 strán. ISBN 978-80-89528-02-8.
- REMIŠOVÁ, A.: *Etika médií*. Senica : Arcus, 2010. 312 strán. ISBN 978-80-9101-376-8.
- Štátny vzdelávací program pre 2. stupeň základnej školy v Slovenskej republike ISCED 1*. Štátny pedagogický ústav.
- Štátny vzdelávací program pre gymnázia v Slovenskej republike ISCED 3A*. Štátny pedagogický ústav.
- Výchova k občianstvu v Európe*. Brusel : Education, Audiovisual and Culture Executive Agency, 2012. 141 strán. ISBN 978-92-9201-296-0.
- MACHÁČEK, L. – ŠTAVA, E.: *Občianske vzdelávanie a výchova mládeže občianstvu*. Bratislava : Národný ústav certifikovaných meraní vzdelávania, 2012. 108 strán. ISBN 978-80-970261-7-2.
- ZASEPA, T.: *Médiá v čase globalizácie*. Bratislava : Lúč, 2002. 432 strán. ISBN 80-7114-387-1.

Kontaktné údaje:

Mgr. Juraj Skačan, PhD.

Filozofická fakulta

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Hodžova 1

949 74 Nitra

jskacan@ukf.sk

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

JAK SE BRÁNIT PŘED SVOBODNÝMI MÉDII

How to Defend Against Free Media

Otakar Šoltys

Abstrakt: Aby bylo smysluplné uvažovat o vlivu svobodných médií, je nezbytné nejdříve prezentovat teoretický rámec, který umožní pochopit operationalizaci jejich vlivu. Pragmatický obrat v lingvistice, který přešel od strukturalistické a funkcionalistické lingvistiky jazykového systému (*la langue*) ke konkrétním projevům zde a nyní (*la parole hic et nunc*)¹, ukázal cestu, jak pojímat i ostatní sémiotické kódy a pracovat s jejich užíváním v mediální sémióze. Lze tedy vycházet ze zákonitostí týkajících se sémiotické funkce, která je společným jmenovatelem pro všechny sémiotické kódy uplatňované v mediální komunikaci i v jiných typech komunikačních událostí. Chceme tím podrobněji popsat a nabídnout teoretické uchopení pro to, co pragmatický obrat považuje za zákonitosti prakticky fungující a pravidla automaticky sdílená v komunikační události, aniž by pátral po jejich zrodu, nebo aby zpochybňoval jejich jazykový původ. Pragmatický obrat tedy přinesl zájem o komunikaci konanou aktuálně v podmínkách zde a nyní (*hic et nunc*), které jsou specifické právě v dané komunikační události, ale jejich opakovatelnost není jistá. Strukturalistické a funkcionalistické poznatky z analýz a interpretací sice nezmysly, ale jsou pojímány jako sdílené pozadí, nikoli jako tematizovaná figura (v pojetí tvarové psychologie). Proto jsme přesvědčeni o tom, že je třeba upozornit na to, že jsou stále nejdůležitější součástí analýzy a interpretace komunikačních aktů, jestliže přistoupíme k aktualizaci jejich uchopení.

Dynamická rovnováha

Tato aktualizace je založena na tom, že osvojování sémiotických kódů je produktem mentálního pochodu jakožto existenciálního uchopení sémiotické funkce. Zásadní přínos pro zvládnutí a teoretické uchopení této problematiky způsobily počítače a jejich programování, protože právě počítače umožnily přiblížit se reálnému fungování mentálního pochodu.

1 Saussurova rozvaha o předmětu lingvistiky jako vědního oboru, která odlišila *la parole*, *la langue* a *la langage* je v textu Kursu obecné jazykovědy přímo spojována i se sémiotikou (sémiologií) jako nadřazeným oborem, který předurčuje systémové zákonitosti v jednotlivých sémiotických kódech.

Počítač a jeho program nám umožňují, abychom namísto klasického statického popisu vyjádřeného sémiotickým systémem a strukturou vztahů fenoménů v tomto systému zachytili, jak je sémiotický systém (kód) obohacován o nové fenomény a jak se jiných vzdává. Tuto novou situaci v uchopení sémiózy a fungování kódů se pokoušíme popsat pomocí kognitivní metafory založené na chemických procesech zahrnujících proměnlivost: **dynamická rovnováha**. Zahrneme-li dynamickou rovnováhu do popisu komunikačních událostí po pragmatickém obratu konaných zde a nyní, pak budeme pracovat s dynamickým strukturalismem a funkcionalismem.

Operacionalizace dynamického strukturalismu a funkcionalismu

Osvojení si sémiotických kódů je produktem mentálního pochodu, a proto je nutné popsat zákonitosti, které jsou jádrem programování v počítači. Mentální pochod, který se nastartovává zrozením (početím) a končí smrtí se děje v časovém rozměru, který determinuje jeho výsledky: fenomény, jejichž časový rozměr je pod jednu desetinu sekundy neumožňuje sémiotické funkci uchopit a zpracovávat. Fenomény mající časový rozměr přes hranici lidského života sémiotická funkce také nezpracovává. Vlastní naprogramování se děje takto: tok informací, které k lidskému subjektu přicházejí, je vyhodnocován čtyřmi operacemi desetkrát za vteřinu (proto se používá termín decisekundový model)²

1. vyhodnocování informací z hlediska jejich opakovatelnosti
2. ukládání do paměti těch informací, které se opakují
3. prognózování jejich nového objevení se
4. posilování paměťových stop potvrzených prognóz/mazání nepotvrzených prognóz

Dynamický model zahrnuje řetězení vstupů a výstupů na různých hladinách, jejichž výsledkem jsou oblasti dané jejich dynamickým sesítováním.

Takto mentálním pochodem dominovaná znaková funkce předurčuje vznik systémů a struktur sémiotických kódů, které se v decisekundovém řádu potvrzují a obnovují, proměňují, a dokonce i mažou.

2 Tato teorie vznikla v osmdesátých letech minulého století na Matematicko-fyzikální fakultě UK pod vedením Z. Hedrlína. Její programátorské i elektrotechnické zpracování zajišťovali studenti této fakulty, autor se výzkumu zúčastnil jako konzultant přes lingvistiku a sémiotiku.

Dynamická rovnováha řízená ověřovanými prognózami, které potvrzují, nebo mažou paměťové stopy, nám proto umožňuje uvažovat o strukturalismu a funkcionalismu jako o **strukturalismu a funkcionalismu dynamickém**. Dynamický strukturalismus a funkcionalismus je aktuální součástí komunikačních událostí po pragmatickém obratu. A i když neztratil vlastnosti interindividuálního základu sémiózy, jeho nezávislost na komunikační události se zásadně proměnila. Takto pojímaná sémióza (znakové konstrukce reality) zachovává identitu nikoli v poznaném a často kodifikované sémiotickém kódu, ale v jeho dynamickém obnovování a proměnách.

Svobodná média

Svobodná média musejí podřídit mediální sémiózu rentabilitě, a proto dominantní ilokucí je získat největší možný počet příjemců. To vede k tomu, že ilokuce je provázena komunikačními akty, proti kterým není žádné obrany. Vzniká tak mediální agenda řízená neviditelnou rukou trhu. Aby tedy v libertariánském paradigmatu byla svobodná média rentabilní musejí sdělované obsahy mít posílenou intencionalitu, a to tak, že musejí oslovovat příjemce způsobem, který neumožňuje, aby se této intencionalitě nemohli bránit. Mediální agenda proto oslovuje (ve Freudově terminologii):³

- převážně id
- menšinově ego
- výjimečně superego

Kvantitativní paralela

Nejpracovanější je strukturalismus a funkcionalismus v sémióze s jazykovým kódem, a proto se odvážíme transponovat některé poznatky do mediální sémiózy. Lingvistika sémióza nescíslněkrát ověřila, že jazyk, který je k dispozici etnicitě čítající milion uživatelů, je ohrožený zánikem. Vysvětlují to nejen zákonitosti čistě languové, ale také sociolingvistické, psycholingvistické a neurolingvistické poznatky. Proto je nutné uvažovat o tomto rozměru i u mediální sémiózy. Kvantitativní rozměr mediálního diskursu ovlivňuje i kvalitu zákonitostí, které v něm probíhají. Dosavadní empirické poznatky vedou k závěru, že mediální sémióza by měla pracovat s desetnásobkem lingvistické kvantifikace, protože tytéž zákonitosti jsou platné pro desetkrát větší mediální diskurs. Oproti tomu mediální diskursy nad deset

3 Odkazy na strukturu osobnosti ve Freudově terminologii jsou užity z úsporných důvodů, protože při podrobnějším popisu by bylo nemožné dodržet rozsah příspěvku.

milionů participantů jsou natolik kvalitativně odlišné, že se náš další výklad takovýchto diskursů netýká. **Diskursy pod deset milionů představují specifickou kvalitu.**⁴

Prototypická exemplifikace

Vliv médií na decisekundové proměny sémiotických kódů v rámci dynamického strukturalismu a funkcionalismu je zásadní. Bylo by možné ukázat, jak mediální sémióza ovlivňuje dynamickou rovnováhu languové systémy řady sémiotických kódů uplatňovaných v komplexních komunikátech. To, že se budeme věnovat jazykovému kódu, je dáno obecnou znalostí tohoto kódu a předepsaným rozměrem příspěvku.

Národně reprezentativní funkci naplňovanou mediální sémiózou v jakémkoli sémiotickém kódu nelze od výše popsané dynamické rovnováhy budující dynamický strukturalismus a funkcionalismus uplatňovaný v komunikační události po pragmatickém obratu izolovat. Nejsrozumitelněji se tyto zákonitosti ilustrují na sémiotickém kódu přirozený jazyk v psané a mluvené podobě.

Národní identita u etnicit, které prošly **národním obrozením** evropského typu, je úzce spjata s útvarem jazyka, který je národně reprezentativní. Jak Češi, tak Slováci používají termín spisovný jazyk.⁵ Jak spisovná čeština, tak spisovná slovenština jsou obligatorní součástí národní identity a hrdosti. Poškozování spisovnosti prostřednictvím proměn daných zákonitostmi dynamického strukturalismu a funkcionalismu v sémióze svobodných médií je třeba považovat za projev **národního odrození**. Národní odrození není vyžadovanou součástí fungování mediálního diskursu, a proto se soustředíme na to, jak se mu bránit.

Projevy národního odrození v jazykové sémióze svobodných médií

Opakem národně reprezentativní spisovnosti je nespisovnost. Kodifikací zákonitostí národně reprezentativního kódu je ortografická spisovnost. Svobodná média přinášejí nespisovnost v psaném jazyce a porušují tak dynamickou rovnováhu v dynamickém strukturalismu a funkcionalismu v těchto oblastech:

4 Tyto poznatky jsou vědeckým pozadím akademické Mluvnice češtiny.

5 Stejnou terminologickou hodnotu má i literaturnyj jazyk, king's English, standard language aj.

Ortografie přináší nespisovnost:

- v označování délky samohlásek a porušují tak délku jako distinktivní rys
- v přejímání slov, když zpochybňují korespondenci foném – grafém
- v psaní velkých písmen, když ruší naši kodifikaci přenosem zákonitostí z jiných jazyků
- v interpunkci, když nahrazují zákonitosti založené na syntaktických poznacích a syntaktické sémantice mechanickými zákonitostmi typu nepsat čárku před a, nebo citovat bez uvozovek

Morfologie přináší nespisovnost:

- v eliminaci zbytků duálových tvarů
- ve skloňování jmen, zejména ženských příjmení
- ve skloňování zájmen, zájmeno jenž se stává nesklonným
- v časování sloves, nejčastěji 4. slovesné třídy

Syntax přináší nespisovnost:

- v syntaktické implicitnosti
- ve vztazích mezi obsahy vět v souvětí souřadném

Textové vzorce přináší nespisovnost:

- ve směřování zpravodajství a publicistiky
- ve snižování kvality textových vzorců, např. sloupků, fejetonů atp.
- v porušování kooperativních principů: Griceových a Leechových maxim

Také mluvený jazyk je proměňován v dynamické rovnováze dané mentálním pochodem a uplatňováním sémiotické funkce negací ortopické kodifikace. Vady výslovnosti fonémů:

- sigmatismus, lambdacismus, rotacismus atp.
- porušováním distinkcí mezi explozivami, frikativami a semiokluzivami

Proměny fonémů v proudu řeči:

- v progresivní a regresivní asimilaci
- v neutralizaci
- ve výslovnosti dvojhlásek atp.

Přízvukování ve větě a v textu:

- v porušování přízvuku u vlastního jádra výpovědi
- v nedodržování přízvukování tematických posloupností

Kultivovaný projev:

- v nedodržování principů jazykové kultury

Vliv svobodných médií na dynamický strukturalismus a funkcionalismus

Je zřejmé a empiricky snadno dokazatelné, že svobodná média mají v takto kvantitativně zastoupených etnicitách vliv naprosto zásadní. V kvantitativně bohatších etnicitách je národně rerezentativní sémióza zajišťována kvalitativní diferenciací účastníků mediální komunikace, protože je dostatek médií, která národně reprezentativní funkci plní, aniž by bylo nutné do mediálního diskursu zasahovat. To pro naše mediální diskursy neplatí, a proto je třeba, pokud nejsme zastánci národního odrození, hledat způsob, jak se proti tomuto vlivu bránit. Navrhované řešení je pouze teoretickou rozvahou, která neobsahuje praktickou aplikaci.

Neoddiskutovatelné přednosti médií veřejné služby

Média veřejné služby se mohou stát kvalitativním vzorem a to tím, že jejich sémiotická kvalita se musí stát opět národně reprezentativní. Když se to stane, tak nejen jejich jazyková úroveň, ale i úroveň dalších sémiotických kódů opustí národní odrození a vrátit se k reprezentativním vlastnostem obrození. Když si uvědomí toto své postavení, stanou se nositeli dynamického strukturalismu a funkcionalismu nejen pro přirozený jazyk, ale pro všechny sémiotické kódy uplatňované v mediální komunikaci. V takto pojímaném mediálním diskursu se přirozeně zavede přímá souvislost mezi výkonem a platem projevující se snižováním platů za nekvalitní sémiózu a výrazným odměňováním kvalitních výkonů. K udržení vysoké úrovně bude sloužit kontrola pomocí institucí typu Ústavu pro jazyk český AV ČR, univerzitních pracovišť, odborných časopisů a kvalitní mediální kritiky, jež budou sloužit jako medializovaná zpětná vazba vytvářená odborníky.

Odůvodnění příspěvku

Bránit se před svobodnými médii se jeví jako neadekvátní zvláště pro někoho, kdo se na jejich zavádění podílel. Přesto považujeme za smysluplné vyjádřit se k problematice v kontextu mediálních odborníků, protože pozorujeme, že dosavadní vývoj neutralizuje spisovnou gramotnost, národní hrdost a sémiotickou kvalitu jako parametr vzdělání. K danému vývoji přispějí i síťová média, jež budou hájit subkulturní identitu založenou na opozici proti spisovnosti a budou hájit zisk založený na negaci kulturnosti.

Školství nebude chtít připustit podíl na zpochybňování spisovného jazyka a národním odrození. Protože jsme přesvědčeni, že hrozí vulgarizace národní identity, považovali jsme za nutné na problematiku upozornit v jistém předstihu, aby se mohl uplatnit teoreticky podložený rozmysl, zda přistoupit k nějakým konkrétním krokům.

Literatúra a zdroje:

- AUSTIN, J. L. (1962): *How to Do Things with Words*. Oxford (2000) český překlad
- BARTHES, R. (1984): *Mythologies*. New York (2004) český překlad
- BERGER P., L. – LUCKMANN, Th. (1999): *Sociální konstrukce reality*. Praha: CDK
- DOKULIL, M.: *Tvoření slov v češtině 1, Teorie odvozování slov*. Praha, 1962
- ECO, U.: *The Role of the Reader: Exploration in the Semiotics of Texts*. London, Hutchinson 1981
- FREUD, S.: *Totem and Taboo*. New York 1923
- GALTUNG, J. – RUGEOVÁ, M., H. (1965): *The Structure of Foreign News*. In: *Journal of International Peace Research*
- HAUSENBLAS, K. (1971): *Výstavba jazykových projevů a styl*. Praha: Academia
- Mluvnice češtiny II* (1986): Praha: Academia
- PALEK, B.: *Sémiotika*. Praha: Univerzita Karlova, 1997 (Peircova klasifikace znaků)
- LEŠKA, O. - NEKVAPIL, J. - ŠOLTYS, O. (1987): *F. de Saussure and the Prague Linguistic Circle*. In: *Philologica Pragensia* 30, s. 77-109
- de SAUSSURE, F. (1989, 1997): *Kurs obecné lingvistiky*. Praha: Odeon
- SIEBERT, F. - PETERSON, T. – SCHRAMM, W. (1956): *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press
- WITTGENSTEIN, L. (1979): *Filozofické skúmania*. Bratislava: Veda

Kontaktné údaje:

PhDr. Otakar Šoltys, CSc.
Fakulta sociálních věd
Univerzita Karlova Praha
Smetanovo nábřeží 6
113 00 Praha
otakar.soltys@seznam.cz
ČESKÁ REPUBLIKA

MERANIE A HODNOTENIE ÚROVNE MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI SLOVENSKEJ POPULÁCIE

Measurement and Evaluation of Media Literacy Levels of the Slovak Population

Norbert Vrabec

Abstrakt: Problematika merania a hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti nemá v podmienkach Slovenskej republiky, ale ani v zahraničí, dlhohodobejšiu tradíciu. Existuje pomerne široká škála prístupov k skúmaniu tejto problematiky, no komplexne poňaté a overené výskumné stratégie, sú zatiaľ k dispozícii iba v obmedzenej miere. Dôvodom je predovšetkým komplikovaný charakter indikátorov mediálnej gramotnosti na úrovni jednotlivca i ukazovateľov stavu mediálnej výchovy na úrovni spoločnosti, ktoré podliehajú množstvu externých vplyvov a ich charakteristiky sú štandardnými vedeckými postupmi náročne uchopiteľné. Predmetom príspevku je analytický pohľad na túto problematiku a predstavenie najnovších výskumných konceptov a riešení zameraných na zber, analýzu a vyhodnocovanie výskumných dát týkajúcich sa merania a hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti slovenskej populácie.

Klíčové slová: mediálna výchova, mediálna gramotnosť, výskum mediálnej gramotnosti.

Abstract: Measurement and evaluation of media literacy levels does not have a long tradition in our country or abroad. There are quite a wide variety of approaches to explore this issue. However, comprehensive and proven research strategies are so far available only to a limited extent. The reason for this situation is particularly complicated nature of media literacy indicators at the individual level as well as indicators of media literacy at the environmental level. These indicators depend on many external influences and are difficult to grasp through standard research procedures. The paper analyzes this problem and presents the latest research concepts and solutions for the collection, analysis and evaluation of research data relating to the measurement and assessment of media literacy levels of Slovak population.

Key words: media education, media literacy, media literacy research.

Kontextové faktory mediálnej gramotnosti

Vzhľadom na komplexnú povahu fenoménu mediálnej gramotnosti a nárastu jej spoločenského významu sa táto aplikačná oblasť vedy dostáva čoraz viac do popredia záujmu vedeckej komunity vo svete. Neustály vývoj médií a nových komunikačných technológií kladú zvýšené nároky na jednotlivca i spoločnosť a prináša potrebu zabezpečenia inovatívnych riešení a monitorovania najaktuálnejších trendov implementácie mediálneho vzdelávania do každodennej praxe. Mediálnu gramotnosť v tomto kontexte identifikujeme ako jeden z primárnych výstupov komplexných a štruktúrovaných vzdelávacích, osvetových a vedeckých aktivít, ktoré pri synergetickej realizácii prinášajú kvalitatívne zmeny na individuálnej i spoločenskej úrovni. Komplex týchto aktivít býva označovaný pojmom mediálna výchova, príp. mediálne vzdelávanie. Ide o multidisciplinárne koncepty, ktoré integrujú poznatky a vedecký aparát celého spektra spoločenských vied (najmä masmediálnej komunikácie, sociológie, psychológie, pedagogiky, informačnej a knižničnej vedy a ďalších) a prispievajú k ich aplikácií v procese celoživotného vzdelávania a aktuálnych potrieb spoločenskej praxe.

Aj na Slovensku je potrebné systematicky vytvárať podmienky pre osvojenie si zodpovedného prístupu k médiám a mediálnym obsahom, ale aj využívanie nových komunikačných technológií v súlade s potrebami a záujmami jednotlivca i spoločnosti. Dôležitá je tiež systematická ochrana maloletých a mládeže pred nezákonnými a nevhodnými obsahmi, ktorej význam stúpa s neustálym zjednodušovaním prístupu a rozmanitosťou persuzívnych stratégií zameraných na získanie pozornosti a ovplyvnenie percipientov. Mediálna výchova sa v medzinárodnej vedeckej komunite všeobecne považuje za jeden z najefektívnejších prostriedkov na osvojenie si kľúčových kompetencií potrebných na interaktívne a inkluzívne používanie médií a kritické vnímanie stále sa rozširujúceho spektra mediálnych komunikátov.

V tejto súvislosti by sme radi upozornili na úsilie a iniciatívy Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, ktorá sa problematike mediálnej výchovy a rozvoja mediálnej gramotnosti venuje dlhodobo a výsledkom jej takmer desaťročného úsilia je viacero podnetných projektov v tejto oblasti. V rámci jej štruktúr pôsobí IMEC – Centrum mediálnej gramotnosti, ktoré plní koordinačnú, informačnú a poradenskú funkciu v oblasti rozvoja mediálneho vzdelávania. Centrum spolupracuje

s domácimi i zahraničnými partnermi, podieľa sa na viacerých výskumných projektoch a zabezpečuje aj niekoľko typov vzdelávacích programov mediálnej výchovy. Od roku 2012 má fakulta akreditovaný bakalársky a magisterský, a od roku 2013 aj doktorandský, študijný program aplikované mediálne štúdiá, ktorý je zameraný predovšetkým na prípravu odborníkov pre oblasť rozvoja mediálnej gramotnosti. Výsledkom systematického úsilia fakulty je viacero systémových štúdií, metodík, príručiek a projektov. Centrum tiež zabezpečuje vzdelávanie učiteľov stredných škôl, ktorí získavajú ďalšiu aprobáciu umožňujúcu vyučovať mediálnu výchovu ako samostatný predmet.

Legislatívne a politické aspekty problematiky rozvoja mediálnej gramotnosti

Mimoriadnu aktuálnosť problematiky dokazuje aj intenzívny záujem viacerých medzinárodných organizácií (Európska komisia, UNESCO, OECD, Rada Európy a ďalšie), ktoré v tejto oblasti prijali už viacero odporúčaní, smerníc a legislatívnych noriem, z ktorých viaceré boli už transponované do právneho poriadku Slovenskej republiky. Základné ciele, východiská a definičný rámec mediálnej výchovy boli sformulované už v roku 2000. V odporúčaní č. 1466 (2000) Parlamentného zhromaždenia Rady Európy boli vymedzené základné ciele a funkcie mediálnej výchovy. Členské štáty boli vyzvané, aby zabezpečili koordinovaný a medzirezortný prístup k mediálnej výchove, a pritom ju posudzovali v intenciách celoživotného vzdelávania. Mediálna výchova je v dokumente definovaná „ako praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám s cieľom vytvárať vyrovnaných občanov, schopných vynášať vlastné sudy na základe dostupných informácií. Umožňuje im to prístup k potrebným informáciám, ich analýzu a schopnosť identifikovať ekonomické, politické, sociálne a/alebo kultúrne záujmy, ktoré stoja za nimi. Mediálna výchova učí jednotlivcov interpretovať a vytvárať posolstvá, vyberať najvhodnejšie médiá pre komunikáciu a prípadne vyslovať názory k ponuke médií a ich výstupom.“¹

Na vyššie uvedení medzinárodný dokument nadväzuje Odporúčanie Rady Európy č. CM/Rec (2009) 5 o opatreniach na ochranu detí pred škodlivým obsahom a správaním a podpore ich aktívnej účasti v novom

1 ODPORÚČANIE PARLAMENTNÉHO ZHROMAŽDENIA RADY EURÓPY č.1466/2000 O MEDIÁLNEJ VÝCHOVE. Štrasburg: Rada Európy, 2000.

informačnom a komunikačnom prostredí.² Materiál upozorňuje na potrebu zaoberať sa novými, vynárajúcimi sa fenoménmi, ktoré súvisia s masovým rozšírením internetu a nových médií. Ide najmä o on-line pornografiu, ponižujúce a stereotypné zobrazovanie žien, zobrazovanie a oslavovanie násilia, rasistické prejavy, ale aj ohrozenia vyplývajúce zo správania, akým je napr. zvädzanie (grooming), nábor detských obetí obchodovania s ľuďmi, šikanovanie, monitorovanie a iné formy obťažovania, ktoré môžu nepriaznivo ovplyvňovať telesnú, emocionálnu a psychickú pohodu detí. Vzhľadom na toto odporúčanie sú členské štáty vyzývané, aby v spolupráci so súkromným sektorom, združeniami rodičov, učiteľov a vychovávateľov, médií a občianskej spoločnosti podporovali mediálnu gramotnosť detí a mládeže (ale aj rodičov a pedagógov) a aby sa pripravili na možné stretnutie s obsahom a správaním, ktoré nesie riziko škodlivosti.

Odporúčanie Rady Európy č. 1882 (2009) s názvom Podpora internetových a on-line mediálnych služieb vhodných pre maloletých vyzýva členské štáty Európskej únie, aby vytvárali vhodné podmienky na ochranu detí a mládeže a implementovali adekvátne štandardy kvality a systémov hodnotenia internetových a on-line mediálnych služieb vhodných pre deti a dospelých. Odporúčanie zároveň zdôrazňuje, že je potrebné, aby boli rodičia s podporou sociálnych inštitúcií určených pre rodiny a školy pripravovaní na vyrovnávanie sa s výzvami internetu. Štát by mal byť zodpovedný za zvyšovanie povedomia, poskytovanie poradenstva (aj proti rodovým stereotypom) a vytvorenie minimálnych štandardov. Tieto minimálne štandardy by mali zahŕňať obmedzenia prístupu k násilným obsahom, pornografii, reklame na tabakové a alkoholické výrobky a hráčenstvu, napr. prostredníctvom filtrov používaných rodičmi, učiteľmi, knihovníkmi a inými užívateľmi v ich zariadeniach prístupu.³

V súvislosti s výskumom mediálnej gramotnosti považujeme za potrebné upozorniť aj na odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady č. 2006/962/ES z 18. decembra 2006 o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie, ktoré okrem iného upozorňuje na identifikáciu a vymedzenie kľúčových kompetencií potrebných na sebarealizáciu jednotlivcov,

-
- 2 ODPORÚČANIE RADY EURÓPY Č. CM/REC (2009) 5 o opatreniach na ochranu detí pred škodlivým obsahom a správaním a podpore ich aktívnej účasti v novom informačnom a komunikačnom prostredí. [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na internete: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1470045&Site=CM>
 - 3 ODPORÚČANIE RADY EURÓPY č. 1882 (2009) s názvom Podpora internetových a on-line mediálnych služieb vhodných pre maloletých. [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na internete: <http://www.unrol.org/doc.aspx?n=SC-RESOLUTION1882-2009.pdf>

aktívne občianstvo, sociálnu súdržnosť a zamestnanosť v informačnej spoločnosti a referenčný rámec pre kľúčové kompetencie pre tých, ktorí tvoria politiku, zabezpečujú vzdelávanie a odbornú prípravu, ale aj pre samotných občanov členských krajín.⁴ Na vyššie uvedený dokument nadviazalo v roku 2007 oznámenie Európskej komisie č. KOM(2007) 833 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí, v ktorom sú členské štáty vyzvané, aby sa intenzívne zaoberali prostriedkami na zvyšovanie úrovne mediálnej gramotnosti a podporovali systematický výskum v tejto oblasti. Dôležitým momentom je aj odporúčanie na pravidelné monitorovanie a hodnotenie rôznych aspektov a dimenzií mediálnej gramotnosti.⁵

V tejto súvislosti stojí za pozornosť i odporúčanie Európskej komisie č. K (2009) 6464 z 20. augusta 2009 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí pre konkurencieschopnejší audiovizuálny priemysel a priemysel obsahu a inkluzívnu vedomostnú spoločnosť. Vo vzťahu k občanom komisia prezentuje mediálnu gramotnosť ako jeden z kľúčových predpokladov zvyšovania konkurencieschopnosti, inovácií, integrácie a aktívnej participácie na živote spoločnosti. Jedným z kľúčových výziev tohto dokumentu je odporúčanie na podporu systematického a kontinuálneho výskumu mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí, ale aj kontinuálne monitorovanie a hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti vo všetkých krajinách Európskej únie.⁶ Dôležitá je tiež smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2007/65/ES z 11. decembra 2007, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady č. 89/552/EHS o koordinácii určitých ustanovení zákonov, iných právnych predpisov alebo správnych opatrení v členských štátoch, týkajúcich sa vykonávania činností televízneho vysielania (smernica o audiovizuálnych mediálnych službách). Uvedená smernica ustanovuje pre všetky členské štáty oznamovaciu povinnosť o úrovni mediálnej gramotnosti. Slovenská republika je na základe tejto smernice povinná predkladať Európskej komisii

-
- 4 ODPORÚČANIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č. 2006/962/ES o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie. In.: Úradný vestník Európskej únie z 30.12.2006, L 394/10 - 18 SK.
 - 5 SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č. 2007/65/ES z 11. decembra 2007 o audiovizuálnych mediálnych službách. In.: Úradný vestník Európskej únie z 11.12.2007.
 - 6 ODPORÚČANIE KOMISIE č. K(2009) 6464 z 20.8.2009 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí pre konkurencieschopnejší audiovizuálny priemysel a priemysel obsahu a inkluzívnu znalostnú spoločnosť. [online]. 2009 [cit.2013-01-02] Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/recom/c_2009_6464_sk.pdf.

v pravidelných intervaloch hodnotiacu správu o aktuálnom stave a úrovni mediálnej gramotnosti.⁷

Výzvy súvisiace s hodnotením úrovne mediálnej gramotnosti na Slovensku

Práve na tieto výzvy zareagovala Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, ktorá od októbra 2013 realizuje projekt s názvom Implementácia kvantitatívnych a kvalitatívnych výskumných stratégií monitorovania a evaluácie úrovne mediálnej gramotnosti v Slovenskej republike.

Na základe analýzy súčasného stavu predmetnej problematiky, predchádzajúcich odborných aktivít a skúseností FMK UCM boli v rámci projektu stanovené nasledovné ciele:

- Identifikovať, zdokumentovať a vyhodnotiť relevantné postupy a stratégie rozvoja mediálnej gramotnosti v medzinárodnom kontexte.
- Identifikovať, vyhodnotiť a analyzovať relevantné kvantitatívne a kvalitatívne výskumné stratégie zamerané na meranie a hodnotenie jednotlivých aspektov mediálnej gramotnosti.
- Inovovať, prispôsobiť a v slovenských podmienkach pilotne otestovať komplexný systém merania a hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti spracovaný v súlade s aktuálnymi odporúčaniami a zisteniami z predchádzajúcich fáz projektu.
- Vytvorenie predpokladov a odborného zázemia pre pravidelné testovanie, vyhodnocovanie a monitoring úrovne mediálnej gramotnosti v podmienkach SR.

Problematika rozvoja mediálnej gramotnosti nemá v podmienkach Slovenskej republiky dlhodobejšiu tradíciu a v porovnaní so zahraničím jej nebola až donedávna venovaná dostatočná pozornosť. Dôležitým mílnikom, ktorý prispel k zvýšenému úsiliu o implementáciu nevyhnutných opatrení a procesov v tejto oblasti, bolo prijatie Konceptie mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania. Konceptia, ktorá bola schválená vládou SR v decembri 2009, vymedzila kľúčové ciele, stratégie, postupy a predpoklady integrácie mediálnej výchovy do jednotlivých oblastí verejného života. Konceptia mediálnej výchovy reaguje okrem iných legislatívnych dokumentov i na európsku smernicu

7 SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č. 2007/65/ES z 11. decembra 2007 o audiovizuálnych mediálnych službách. In.: Úradný vestník Európskej únie z 11.12.2007.

o audiovizuálnych mediálnych službách (Smernica Európskeho parlamentu a Rady č. 2007/65/ES z 11. decembra 2007), ktorá ustanovuje členským štátom EÚ oznamovaciu povinnosť o úrovni mediálnej gramotnosti v príslušnej krajine. Slovenská republika je na základe tejto smernice povinná predkladať Európskej komisii v pravidelných intervaloch hodnotiacu správu o aktuálnom stave a úrovni mediálnej gramotnosti.⁸

Zabezpečenie tejto úlohy v podmienkach SR doposiaľ nebolo systémovo riešené a z dôvodu nedostatočných finančných kapacít sa v plnej miere nerealizovalo. Povinnosť informovania o stave mediálnej gramotnosti bola v našich podmienkach transponovaná do Zákona č. 308/2000 o vysielaní a retransmisii v znení neskorších predpisov, ktorá v § 5, ods.1, bod j) ustanovuje Rade pre vysielanie a retransmisii povinnosť predkladať podklady na zhodnotenie stavu a úrovne mediálnej gramotnosti v Slovenskej republike.⁹ Vzhľadom na to, že Rada pre vysielanie a retransmisii nemá na plnenie týchto úloh dostatočné kapacity, poverila touto úlohou Fakultu masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Ďalšou organizáciou, pre ktorú sú výsledky realizovaného projektu na aplikačnej úrovni dôležité, je Metodicko-pedagogické centrum. Ide o verejnoprávnu inštitúciu v zriaďovateľskej pôsobnosti Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR, ktorá výsledky projektu bude implementovať v rámci koncipovania a realizácie vzdelávacích programov v oblasti mediálnej výchovy. Aktuálnosť aplikačnej úrovne výsledkov projektu je dôležitá i pre neziskovú organizáciu eSlovensko, ktorá sa špecializuje na zvyšovanie povedomia a osvetu o zodpovednom používaní internetu, mobilnej komunikácie a nových technológií. Organizácia je na Slovensku realizátorom programu *Zodpovedne.sk*, ktorý implementuje v rámci komunitárneho programu Európskej únie *Safer Internet plus*.

Kvantitatívne výskumné stratégie v súlade s metodológiou EÚ

Switzer, Wisniewski, Belle, Schult rozdeľujú výskumné nástroje z hľadiska ich voľby pre výskum alebo pre praktickú aplikáciu do štyroch základných skupín, ktoré považujeme za relevantné aj pre predkladaný projekt:

- 8 KONCEPCIA MEDIÁLNEJ VÝCHOVY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE V KONTEXTE CELOŽIVOTNÉHO VZDELÁVANIA. Bratislava: Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na internete: <http://old.culture.gov.sk/media-audiovizia/koncepcia-medialnej-vychovy>
- 9 ZÁKON O VYSIELANÍ A RETRANSMISII a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov. In *Zbierka zákonov*, 2000, čiastka 127, č. 308.

- uznávané (etablované) nástroje – nástroje, ktoré boli už v minulosti v niektorom z výskumov a vykazujú preukázateľne dobrú reliabilitu a validitu v každom z realizovaných výskumov;
- modifikované nástroje – nástroje, ktoré boli zámerne modifikované z dôvodu adaptácie pre určitý výskumný alebo praktický cieľ;
- hybridné nástroje – sú to nástroje, ktoré kombinujú položky z viacerých výskumných nástrojov s cieľom merať jeden konštrukt;
- novo vyvinuté nástroje – originálne nástroje vytvorené za účelom špecifického výskumného alebo praktického cieľa.¹⁰

Pracovný plán projektu Implementácia kvantitatívnych a kvalitatívnych výskumných stratégií monitorovania a evaluácie úrovne mediálnej gramotnosti v Slovenskej republike sa skladá z nasledovných aktivít:

Vpracovanie prehľadovej štúdie zameranej na relevantné postupy a stratégie rozvoja mediálnej gramotnosti v medzinárodnom kontexte.

Projektový tím využíva metódy kvantitatívnej a kvalitatívnej obsahovej analýzy a prípadovej štúdie. Výskumné aktivity sa zameriavajú na získanie komplexného prehľadu o existujúcich iniciatívach, schémach, organizáciách a ďalších faktoroch, ktoré súvisia s mediálnym vzdelávaním a rozvojom mediálnej gramotnosti vo svete. Dôležitým zámerom je identifikovanie najdôležitejších príkladov dobrej praxe, ktoré môžu slúžiť ako inšpirácia a referenčný bod pre nadväzujúce aktivity, iniciatívy a projekty v podmienkach Slovenskej republiky. Na tento účel bola použitá metóda prípadovej štúdie. V prípade využitia metódy kvantitatívnej a kvalitatívnej obsahovej analýzy ide o:

1. Systematickú kategorizáciu zameranú na metódy, formy a prostriedky začlenenia mediálnej výchovy do formálneho i neformálneho vzdelávania v príslušnej krajine.
2. Systematickú kategorizáciu postupov, stratégií a koncepčných prístupov k problematike mediálneho vzdelávania v zahraničí.

Získané výsledky sú v priebehu realizácie projektu spracované do formy prehľadnej on-line databázy, ktorá bude voľne dostupná odbornej verejnosti.

10 SWITZER, G. – WISNIEWSKI, S. et. al. Selecting, developing, and evaluating research instruments. In: Social Psychiatry. Vol. 34, No. 8, 1999. pp. 399-409. ISSN: 1741-2854

Vypracovanie analytickej štúdie zameranej na kvantitatívne a kvalitatívne výskumné stratégie použiteľné pre meranie a hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti.

Táto časť projektu zahŕňa analýzu súčasného stavu metodologického aparátu a indikátorov na meranie mediálnej gramotnosti, ktoré boli doteraz definované v medzinárodnej vedeckej komunite. Cieľom je vypracovanie analytickej štúdie, ktorá umožní porovnanie, diagnostiku a prípadné použitie vhodných metodologických postupov, výskumných nástrojov a stratégií v podmienkach Slovenska. Získané poznatky sa využívajú v nadväzujúcich aktivitách zameraných na meranie a hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti v podmienkach Slovenskej republiky.

Pilotné testovanie komplexného systému merania a hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti slovenskej populácie v súlade s najnovšími trendmi a odporúčaniami v tejto oblasti výskumu.

Cieľom tejto aktivity je implementovať v slovenských podmienkach najvhodnejšie výskumné stratégie umožňujúce merať a hodnotiť úroveň mediálnej gramotnosti v celej škále vekových kategórií, stupňov vzdelania, bydliska a ďalších socio-demografických ukazovateľov. Vzhľadom na to, že mediálna gramotnosť je súčasťou každodenného života a je spojená s množstvom vplyvov, kontextov a opatrení, je nevyhnutné použitie komplexného riešenia pre zber výskumných dát aj ich vyhodnotenie.

Zriadenie testovacieho centra mediálnej gramotnosti

V rámci tejto aktivity je plánované do konca roku 2015 zriadiť v podmienkach Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave testovacie centrum, ktoré umožní priebežné meranie a hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti. Zámerom je, aby aj po skončení pilotného testovania boli v podmienkach Slovenskej republiky k dispozícii odborné kapacity a zázemie na pravidelné testovanie výsledkov procesov mediálneho vzdelávania a mediálnej gramotnosti. Väčšinu technického zázemia a vybavenia potrebného pre tieto účely má Fakulta masmediálnej komunikácie UCM k dispozícii. V prvej fáze je dôležité predovšetkým pilotné otestovanie najvhodnejšej metodiky výskumu a vytvorenie nástrojov na jej pravidelnú evaluáciu, aktualizáciu a inovovanie v súlade s najnovšími trendmi, ale aj teoretickými a aplikačnými aspektmi v tejto oblasti výskumu. Dôležitá je pravidelná operacionalizácia teoretického rámca nevyhnutná

pre rozvoj praktických výskumných nástrojov a stratégií. Tie by mali okrem precízne stanovených a kvantifikovateľných indikátorov umožňovať flexibilné reagovanie na nové aplikácie informačných a komunikačných technológií, ktoré je veľmi dôležité pravidelne zahŕňať do výskumného rámca.

Relevantné výskumné postupy

Existujúca rôznorodosť prístupov k meraniu a hodnoteniu mediálnej gramotnosti respondentov, pojmová nejednotnosť a pomerne neprehľadný charakter používaných nástrojov spôsobujú ťažkosti pri rozhodovaní o ich použití. V európskom kontexte jeden z najkonzistentnejších prístupov prináša štúdia Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels, ktorá predstavuje relatívne ucelený prehľad kontextov a zručností spojených s mediálnou gramotnosťou.¹¹ Dokument nadväzuje a do hlbších detailov rozvíja tézy a koncepcie formulované v štúdiu s názvom Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels.¹² Prístupy precizované v oboch materiáloch si osvojila aj Európska komisia, ktorá pracuje s nasledovnou definíciou mediálnej gramotnosti: „*Mediálnu gramotnosť možno definovať ako schopnosť získať, analyzovať a hodnotiť silu obrazov, zvukov a komunikátov, s ktorými sme v súčasnosti konfrontovaní na dennej báze a sú dôležitou súčasťou našej kultúry, rovnako, ako schopnosť komunikovať kvalifikovane v médiách dostupných na osobné báze. Mediálna gramotnosť sa vzťahuje na všetky médiá, vrátane televízie a filmu, rozhlasu a reprodukovanej hudby, tlačených médií, internetu a ďalších nových digitálnych komunikačných technológií.*“¹³

K hlavným cieľom vyššie uvedených štúdií patrilo vytvorenie návrhu potenciálnych kritérií a ukazovateľov pre hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti v Európe. Výsledkom tohto zadania bolo vytvorenie orientačného rámca, ktorý zahŕňa tzv. faktory prostredia a individuálne kompetencie v oblasti médií. V rámci projektu financovaného Európskou úniou sa uskutočnilo aj pilotné overovanie tohto výskumného konceptu. V predbežnom hodnotení je síce zahrnuté aj Slovensko, avšak ide prevažne o sekundárne dáta. Tieto neboli získané terénnym prieskumom v našich podmienkach, ale pochádzajú z pravidelných štatistických zisťovaní organizácií Eurostat a Eurobarometer. Výpovedná hodnota týchto dát pre účely merania mediálnej

11 CELOT, P. - PEDERSEN, K. et. al. Testing and Refining Criteria to Media Literacy Levels in Europe. Brussels: European Commission, Directorate-General for Information Society and Media, 2011, 226 s.

12 CELOT, P. et. al., Study on assessment criteria for media literacy levels. Brussels: European Association for the Viewers Interests, 2010, 92 s.

13 (http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm).

gramotnosti je preto nedostačujúca. Ide totiž prevažne o informácie, ktoré sa týkajú miery používania médií jednotlivcami – teda napríklad počet televízorov v domácnosti, rýchlosť internetového pripojenia a podobne. Mediálna gramotnosť je však omnoho komplexnejšie definovaným konceptom, ktorý zahŕňa schopnosť analyzovať, hodnotiť a interpretovať rôzne mediálne komunikáty, schopnosť kriticky myslieť, kreatívne riešiť problémy, schopnosť efektívne komunikovať s využitím rôznych mediálnych kanálov. Tento širší zoznam kontextových faktov a kritérií bol v rámci oboch vyššie uvedených výskumných štúdií detailnejšie testovaný prostredníctvom online dotazníkového prieskumu iba v siedmich krajinách EÚ (Dánsko, Francúzsko, Maďarsko, Taliansko, Litva, Poľsko, Veľká Británia).

V odporúčaní oboch výskumných štúdií sa uvádza akútna potreba podpory vedeckých a vzdelávacích projektov zameraných na testovanie a hodnotenie rôznych aspektov mediálnej gramotnosti v jednotlivých členských štátoch. Široká medzi inštitucionalizovaná spolupráca by v strednodobom horizonte mala viesť k vývoju a implementácii medzinárodne uznávaných systémov škálovania a hodnotenia zručností súvisiacich s fenoménom mediálnej gramotnosti. Vzhľadom na vyššie uvedené skutočnosti predkladaný projekt aplikovaného výskumu prispieva k celoeurópskej diskusii o inováciách v oblasti hodnotenia mediálnej gramotnosti a je relevantným prínosom k hodnoteniu efektívnosti rôznych konceptov a výsledkov procesu mediálneho vzdelávania.

Charakteristika výskumného postupu

V rámci projektu s názvom Implementácia kvantitatívnych a kvalitatívnych výskumných stratégií monitorovania a evaluácie úrovne mediálnej gramotnosti v Slovenskej republike sme aj z vyššie uvedených dôvodov zvolili kvantitatívnu výskumnú stratégiu, ktorá je v súlade s metodológiou projektu Testing and Refining media literacy levels. Zabezpečili sme preklad dotazníka a metodológie do slovenského jazyka. Potom sa uskutočnilo pilotné testovanie dotazníka na vzorke 104 respondentov z radov študentov. Do terénneho zberu výskumných dát bolo zapojených zapojili približne 200 inštruovaných anketárov, predovšetkým radov študentov. Na účely tohto výskumu všetci anketári absolvovali školenie, v rámci ktorého im boli predstavené ciele výskumu a použitá metodika. Získali tiež tréning zameraný na to, ako získať a osloviť vhodných respondentov, ako s nimi komunikovať, ako správne vyplňať dotazník, ako odpovedať na prípadné otázky, ako sa vysporiadať s tým, ak ich potenciálny respondent odmietne zúčastniť na výskume a pod.

Anketári zabezpečili zber výskumných dát prostredníctvom techniky PAPI (Paper and Pencil Interviewing). Ide o osobný rozhovor anketára s výskumníkom realizovaný Face-to-Face, pri ktorom dotazovateľ zaznamenáva odpovede respondenta do papierového dotazníka. Anketár je teda pri zbere výskumných dát fyzicky prítomný a vedie osobný dialóg s respondentom. Napr. v domácnosti, na ulici, v obchode. Tento spôsob zberu dát sme zvolili preto:

- aby sa eliminovali chyby pri vyplňaní dotazníka;
- aby sa zvýšila návratnosť dotazníkov;
- aby respondent mal komfortnejšie podmienky na odpovedanie na otázky, ktoré sú mu kladené (teda aby nemusel dotazník čítať a manuálne vyplňovať)

Zámerom realizátorov projektu je, aby boli získané odpovede od reprezentatívnej vzorky respondentov. Teda aby vo výskumnej vzorke boli rovnomerne zastúpení muži i ženy, občania z rôznych regiónov našej krajiny, rôzneho veku, z rôznych príjmových skupín. Predpokladáme, že po finálnom ukončení zberu dát získame odpovede od približne 2 tisíc respondentov z celého Slovenska. V rámci realizácie výskumu bol použitý preklad originálneho dotazníka vytvoreného v rámci projektu Testing and Refining media literacy levels. Tento dotazník sme doplnili o niekoľko doplnkových otázok vlastnej konštrukcie. Ide o uzatvorené otázky týkajúce sa najmä zisťovania postojov a skúseností respondentov s jednotným systémom označovania programov.

V ďalších fázach projektu na tieto výskumné postupy plánujeme nadviazať viacerými menšími výskumnými sondami, ktoré budú pokrývať ďalšie aspekty a kontextové faktory hodnotenia úrovne mediálnej gramotnosti na Slovensku. Originalita a zásadný prínos tejto fázy spočíva vo vypracovaní analytických materiálov o rôznych relevantných postupoch a stratégiách mediálneho vzdelávania a merania mediálnej gramotnosti. Cieľom je operacionalizovať teoretický rámec v súlade so zohľadnením kontextuálnych faktorov, ktoré popisujú jednotlivé atribúty skúmaného fenoménu na úrovni jednotlivca (individuálny kontext) i spoločnosti (kontext prostredia).

Táto práca bola podporovaná Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APVV-0754-12.

Literatúra a zdroje:

- CELOT, P. et. al., *Study on assessment criteria for media literacy levels*. Brussels: European Association for the Viewers Interests, 2010, 92 s.
- CELOT, P. - PEDERSEN, K. et. al. *Testing and Refining Criteria to Media Literacy Levels in Europe*. Brussels: European Commission, Directorate-General for Information Society and Media, 2011, 226 s.
- KONCEPCIA MEDIÁLNEJ VÝCHOVY V SLOVENSKEJ REPUBLIKE V KONTEXTE CELOŽIVOTNÉHO VZDELÁVANIA. Bratislava: Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky, [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na internete: <http://old.culture.gov.sk/media-audiovizia/koncepcia-medialnej-vychovy>
- ODPORÚČANIE PARLAMENTNÉHO ZHROMAŽDENIA RADY EURÓPY č.1466/2000 O MEDIÁLNEJ VÝCHOVE. Štrasburg: Rada Európy, 2000.
- ODPORÚČANIE EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č. 2006/962/ES o kľúčových kompetenciách pre celoživotné vzdelávanie. In.: Úradný vestník Európskej únie z 30.12.2006, L 394/10 - 18 SK.
- Odporúčanie Rady Európy č. CM/Rec (2009) 5 o opatreniach na ochranu detí pred škodlivým obsahom a správaním a podpore ich aktívnej účasti v novom informačnom a komunikačnom prostredí. [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1470045&Site=CM>
- Odporúčanie Rady Európy č. 1882 (2009) Podpora internetových a online mediálnych služieb vhodných pre maloletých. [online]. 2009 [cit.2014-01-02] Dostupné na internete: <http://www.unrol.org/doc.aspx?n=SC-RESOLUTION1882-2009.pdf>
- ODPORÚČANIE KOMISIE č. K(2009) 6464 z 20.8.2009 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí pre konkurencieschopnejší audiovizuálny priemysel a priemysel obsahu a inkluzívnu znalostnú spoločnosť. [online]. 2009 [cit.2014-03-04] Dostupné na internete: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/recom/c_2009_6464_sk.pdf
- SMERNICA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY Č. 2007/65/ES z 11. decembra 2007 o audiovizuálnych mediálnych službách. In.: Úradný vestník Európskej únie z 11.12.2007.
- SWITZER, G. – WISNIEWSKI, S. et. al. Selecting, developing, and evaluating research instruments. In: *Social Psychiatry*. Vol. 34, No. 8, 1999. pp. 399-409. ISSN: 1741-2854
- Zákon o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov. In *Zbierka zákonov*, 2000, čiastka 127, č. 308.

Kontaktné údaje:

doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
norbert.vrabec@ucm.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

MOŽNOSTI OCHRANY PRED NÁSTRAHAMÍ INTERNETOVEJ KOMUNIKÁCIE

Options of How to be Protected from the Intrigues of Internet Communication

Zlata Zelenská

Abstrakt: Ľudia vždy nachádzali a uplatňovali rôzne možnosti komunikácie a vyjadrenia vlastných názorov. V nedávnej minulosti sa tak najčastejšie dialo prostredníctvom tradičných médií, avšak v súčasnosti je najefektívnejšou a najrýchlejšou formou komunikácia prostredníctvom internetu, teda súčasná doba komunikácie môže byť označená za dobu internetovú. Internet a najmä sociálne siete poskytujú úžasné možnosti spojiť sa s kýmkoľvek na celom svete vo veľmi krátkom čase, zdieľať informácie o sebe a získať informácie o iných; internetbanking uľahčuje nákupy a platby z pohodlia domova; internet poskytuje firmám možnosti ovplyvniť podnikanie uplatňovaním vhodných foriem a nástrojov marketingu, ale zároveň je táto forma komunikácie aj v mnohých smeroch nebezpečná. Táto problematika je v súčasnosti veľmi aktuálna o čom svedčí množstvo príspevkov na danú tému v printových a elektronických médiách v poslednom období. Jednou z najzraniteľnejších skupín mediálneho publika sú deti a tiež ľudia bez minimálnych znalostí o možnej ochrane pred nástrahami tejto formy komunikácie. Príspevok sa zaoberá možnosťami ako mediálne publikum niektorým nástrahám internetovej komunikácie môže predchádzať a chrániť sa pred nimi.

Kľúčové slová: internetová komunikácia, sociálne siete, nástrahy, možnosti ochrany.

Abstract: People have always been trying to find and apply various forms of communication and expressing their opinions. In the recent past, it was usually done through traditional media however, at present the most effective and quickest form of communication is via the Internet, so the current time of communication can be called 'the Internet era'. The Internet and especially social networks provide great opportunities to get connection with anyone in the world in the shortest time possible, share information about themselves and get the information about others; online banking

facilitates purchases and payments from the comfort of home; the Internet provides companies with opportunities to influence their businesses applying appropriate forms and tools of marketing, but this form of communication can be dangerous in many ways. This issue is currently very topical since a number of contributions dealing with it have appeared in print and electronic media recently. One of the most vulnerable media audiences are children and also people with little knowledge about possible ways how to protect themselves from such forms of communication. The paper deals with the possibilities of how the media audiences can prevent from some of Internet intrigues and protect themselves.

Key words: Internet communication, social networks, intrigues, ways of protection.

Úvod

Dnes vďaka internetu a sociálnym sieťam je veľmi jednoduché zorganizovať stretnutie so spolužiakmi, možno na nich nájsť informácie o priateľoch, o známych, fotky, aj typy na dovolenku, ale aj nájsť si prácu. Predchodcami sociálnych sietí boli portály typu ako napr. stránky *Classmates*, ktorá slúžila na udržanie kontaktov so spolužiakmi, avšak na tomto webe nebolo možné vytvoriť si vlastný profil, čo ku charakteristike sociálnych sietí bezprostredne patrí. Populárne siete v súčasnosti sú: *Facebook*, ktorý má vyše miliardy užívateľov, *Twitter* pol miliardy a *LinkedIn* vyše päťdesiat miliónov. Ďalšie aplikácie ako *Instagram*, *WhatsApp* či *Viber* sú tiež obľúbenými pracovnými nástrojmi a pomocou nich sa možno kontaktovať so známymi po celom svete. Obľúbenosť jednotlivých sietí je však závislá od regiónu. V Čechách sa intenzívnejšie používa *Twitter* ako *Facebook*, avšak na Slovensku je to naopak.

Vďaka internetu môžeme rýchle a efektívne komunikovať, platiť účty, nakupovať i podnikáť. Vďaka sociálnym sieťam sa môžeme spojiť s hocikým na celom svete, uverejňovať svoje fotografie, písať o svojich pocitoch alebo o tom, čo práve robíme a kde práve sme. Možno ich efektívne využiť aj v podnikaní, reklame a propagácii firiem, ich produktov a služieb.

Avšak, sú informácie zverejňované o nás na sociálnych sieťach v bezpečí? A ako ich ochrániť pred neželaným únikom a ako sa brániť pred nástrahami internetovej komunikácie?

Vymoženosti internetu a možnosti ochrany pred jeho nástrahami

Nie je možné vymenovať všetky možnosti a výhody používania internetu, ale nespornými výhodami internetovej komunikácie sú jej rýchlosť a komfortnosť. Aktuálne informácie, správy z médií, ale aj iný obsah sa šíri v priebehu niekoľkých minút a najmä sociálne siete sú novým spôsobom ich zdieľania.

Najrozšírenejšími formami internetovej komunikácie sú: elektronická pošta (e-mail), chat, komunikovanie prostredníctvom sociálnych sietí, vyhľadávanie a využívanie informácií, ktoré sú zverejňované prostredníctvom Wikipédie, internetbanking a internet je tiež zdrojom učebných materiálov na prípravu vyučovacích hodín cudzích jazykov, prostriedkom na oživenie vyučovania, zdrojom motivácie a vytvorenia pozitívneho postoja k učeniu. Ďalšou z vymožeností internetu je tzv. digitálna alebo internetová knižnica, ktorej zbierky sú uložené v digitálnych formátoch a dostupné prostredníctvom počítačov.

Spomínané systémy sú celkom inteligentné a oni posúvajú používateľovi do popredia obsah na základe jeho aktivity, teda čo sleduje, aktívne sa k nemu vyjadruje komentuje a potom sa na užívateľovej stene častejšie objavujú príspevky tejto fanúšikovskej stránky. Napr. LinkedIn, čo je sieť zameraná na profesionálov, to znamená, že si nevypíňame profil podľa toho aké máme záľuby, ale hľadáme kontakty na ľudí s ktorými sme niekedy niečo riešili alebo si nás oni pridávajú do kontaktov. Hlavne manažéri ľudských zdrojov využívajú túto sieť pri tzv. „head hunting“ – vyhľadávanie potrebných špecialistov. Ľudia radi vyhľadávajú aj sociálne siete zamerané na fotografie a populárna v poslednom čase je sieť *Pinterest*, ktorá je zameraná na zdieľanie pekných obrázkov a *Instagram* sa zameriava na fotografie urobené mobilným telefónom. Navštevované sú aj hudobné sociálne siete ako *Soundcloud* alebo *Last.fm* určené na vyhľadávanie a počúvanie hudby, možno tam nájsť nahrávky rôznych spevákov, ktorí tam dávajú svoje obľúbené pesničky, sú tam dostupné aj rôzne rozhlasové stanice.

Avšak v poslednom čase začínajú niektorí ľudia mať z týchto aplikácií obavy. Zisťujú, že sledujú každý ich krok. „Ľudia na četrovacích aplikáciách cez satelit ľahko vidia napríklad aj to, koľko metrov som od nich vzdialený. Administrátori sociálnych sietí zas hravo zistia cez fotky, statusy či lajky, čo ma zaujíma a na profil mi zavesia práve takú reklamu, ktorá ma zaujme. Nezdá sa vám, že sme ako figúrky v spoločenskej hre?“¹

1 MICHALCO, R.: *Ako figúrky*. Šarm č.14, 1. apríl 2014, s.3

Najnovšie sa ponúka na inštaláciu do mobilu *Google asistent*, ktorý okrem iného oznamuje, za aký čas človeka čaká príchod domov, alebo aký má ďalší program. Jednoducho, sleduje jeho aktivity, vie, čo robil v rovnakom čase pred týždňom či dvoma, a podľa toho „pomáha“ človeku nezabudnúť, čo má robiť. Je to dosť desivé, pretože človek nemôže žiť podľa šablóny. Najvhodnejšie je používať rôzne aplikácie s rozumom, vypnúť možné lokalizácie, zvážiť, čo zavesiť na internet a tiež skrátiť on-line čas na sociálnych sieťach.

Mnohé firmy využívajú sociálne siete na prospech svojho podnikania, uplatňujú svoje marketingové stratégie, prostredníctvom ktorých môžu ovplyvňovať svoje cieľové skupiny. Na Facebooku je teraz už takmer každý, takže je veľká pravdepodobnosť, že tam budú aj ich cieľové skupiny. Firmy môžu propagovať svoje produkty, ktoré zaradili do ponuky, novinky, rôzne akcie, pozývať na eventy, ktoré organizujú. Firmy sa snažia zaujať svojich zákazníkov statusmi o tom, čo sa vo firme deje, prípadne nejakými inšpiratívnymi článkami. Takto bojujú o tzv. „like“, čo znamená, že sa to páči. Sociálne siete sú tiež výborným nástrojom reklamy a prostredníctvom nich môžu pritiahnúť zákazníkov, ale zároveň niektoré praktiky firiem môžu byť pre zákazníkov zavádzajúce. Nedá sa síce presne určiť, do akej miery sociálne siete podporia predaj určitého produktu alebo služby, ale ak je komunikácia efektívna produkt sa zákazníkom dostane do podvedomia. Väčšina online inzercie a predovšetkým inzeráty sa zobrazujú nad výsledkami vyhľadávania a snažia sa presvedčiť zákazníkov nakupovať a vedú ich k tomu, aby klikli na tlačidlo „do košíka“. Aktívna komunikácia na sociálnej sieti o nejakom produkte môže predstavovať vytváranie všelijakých hračiek, krížoviek, hádaniek, hľadanie rozdielov, zaujímavé citáty alebo veselé obrázky a takýmto aktívnym spôsobom je možné pripomínať nejaký produkt a značku.

Tlačidlo „to sa mi páči“ (Like) na Facebooku však môže o človeku odhaliť viac, ako sám tuší. Výskumníci zistili, že vzorce zostavené podľa facebookových preferencií sú schopné poskytnúť prekvapujúco presné odhady o autorovej rase, veku, IQ, sexuálnej orientácii a ďalších osobných údajov. Tieto údaje môžu byť použité pri reklame a marketingu, ale zároveň môžu užívateľov vydesiť zistením, ako veľa toho o sebe prezrádzajú bez toho, aby tušili alebo chceli.² „Manipulácia so zákazníkom – neznie to nijako pekne,

2 STILLWELL, D.: „Lajky“ na Facebooku odhaľujú súkromie. Pravda, 15. marca 2013, s. 25

ale v skutočnosti v tomto rafinovanom svete nejde o nič iné, ako dostať vás do správnej nákupnej nálady, presvedčiť vás, že skutočne chcete míňať.“³

Sociálne siete čoraz častejšie slúžia aj na hľadanie práce. Zdieľanie pracovných ponúk je takisto výhodné aj pre samotných zamestnávateľov, keďže o ich ponukách na sociálnej sieti sa dozvedia aj ľudia, ktorí si prácu nehľadajú, avšak práve tým si firmy zvyšujú šance nájsť kvalitných uchádzačov, ktorí by bez ich oslovenia nad zmenou práce ani neuvažovali. Na hľadanie práce je najlepšia sociálna sieť LinkedIn, ktorá je založená vyslovene na pracovných kontaktoch a v podstate nahradila a zlepšila papierové vizitky. Užívatelia si tu vytvoria sieť ľudí, ktorí majú blízko k svojim odborom a diskutujú o danej problematike, oznamujú, na čom práve pracujú a v podstate oboznamujú aj so svojou profesijnou históriou. Informácie zverejnené na sociálnych sieťach využívajú aj personalisti, ktorí si pred pozvaním nádejného zamestnanca na pohovor overujú jeho profil a takto odhalili viacero klamstiev neopatrných uchádzačov. Avšak aj tu je potenciálne nebezpečenstvo zneužitia informácií, ktoré sú dostupné na sociálnych sieťach. Často možno naraziť na podvodníkov, ktorí ľudí presvedčajú, že sú na správnej webstránke a žiadajú rôzne osobné údaje, dokonca aj číslo kreditnej karty.

Internetbanking a mobilné platby sú realitou s veľkým potenciálom. Mladá komunita v bankách technologické zmeny podporuje a presadzuje. Elektronický obchod medziročne rastie 20-percentným tempom, avšak aj pri internetbankingu je potrebné dodržiavať určité zásady ako ochrániť svoje financie. Nakupovanie prostredníctvom internetbankingu alebo v e-shopoch nie je vhodné realizovať prostredníctvom verejných hot spotov a free wifi. Pre bežného užívateľa je rozumnejšie realizovať takéto aktivity v známej domácej alebo firemnej sieti, pretože potenciálny útočník sa môže snažiť odchytiť našu citlivú komunikáciu alebo heslá. Je potrebné chrániť si heslo a PIN a pri ich vytváraní nepoužívať kód, ktorý je jednoduchý a ľahko odvoditeľný. Ideálne heslo by vraj malo byť veľmi dlhé, predstavovať celé vety a okrem číslíc, veľkých a malých písmen by malo obsahovať aj špeciálne znaky, napr. zavináč, mriežku či výkričník. Odporúča sa tiež v určitých intervaloch zmeniť heslo alebo urobiť jeho variáciu, napr. pridaním číslice alebo písmena. Tiež je potrebné všímať si, či sa pri platení cez internet nachádzame na naozaj zabezpečenej stránke, kde je prenos údajov šifrovaný.

Úžasnou vymoženosťou internetu je možnosť komunikovať cez e-mail, avšak často do našej schránky dostávame nevyžiadanú poštu – spam. Spamy možno už na prvý pohľad rozpoznať podľa odosielateľa, hoci nie vždy

3 KRBA TOVÁ, L.: *Údaje na internete bude možné vymazať*. Pravda, 28. januára 2014, s. 6.

sa to naozaj dá, avšak ak je odosielateľ neznámy a píše v jazyku, ktorý nie je očakávaný, napr. banka píše v anglickom jazyku alebo si odosielateľ žiada kontaktovať na inej adrese než je tá z ktorej mail posiela, už je v tom niečo podozrivé. Úlohou spamu je presvedčiť príjemcu, aby si kúpil alebo urobil to, čo chce odosielateľ. Zasiahnuť sa nás snažia aj správy pôvodne v angličtine alebo v inom jazyku. Tie je možno najrýchlejšie rozoznať, keďže sú preložené od slova do slova a výsledkom je vcelku zábavný text. Okrem doručenej, odoslanej, či rozpisanej pošty je súčasťou emailovej schránky aj zložka spam. Odporúča sa však do nej občas pozrieť, pretože neraz sa stane, že tam zablúdi aj email s dôležitým odkazom, napr. elektronická faktúra a pod. Spam nie sú len nechcené reklamy či ponuky, ktoré nám zahlcujú schránku, ale snažia sa nás donútiť, aby sme si otvorili nejakú prílohu a tá príloha obsahuje nejaký škodlivý kód, ktorý môže spustiť kontrolu nad počítačom alebo ktorejkoľvek operácie, ktorá sa deje na danom počítači. Škodlivý kód zobrazuje nevyžiadané reklamy, užívatelia môžu prísť o svoje peniaze tým, že škodlivý kód za nás odosiela sms-ky na spoplatnené čísla, prípadne ten škodlivý kód môže kradnúť údaje alebo textové správy a obrázky.

Môžeme si za spam v počítači sami alebo si nás nevyžiadaná pošta nájsť aj bez nášho pričinenia? Najlepšie je nepísať na rôzne stránky, ktoré si vyžadujú registráciu a zverejniť svoje údaje alebo si na takéto účely zriadiť separátnu mailovú adresu. Netreba tiež inštalovať aplikácie a hry získané mimo oficiálnych obchodov.

Facebook dal ľuďom možnosť podeliť sa o svoje myšlienky a pocity s celým svetom. U niektorých však zdôverenie sa Facebooku úplne nahradilo reálne rozprávanie sa s blízkymi. Ľudia o svojich problémoch prestávajú rozprávať s blízkymi, ale ich jednoducho pošlú na sociálnu sieť. Jednou z najzraniteľnejších skupín medzi užívateľmi sociálnych sietí sú deti. Deti sú často kruté. Ak niekomu povedia, že je tučný a to druhé dieťa sa rozplače, zistia, že urobili niečo nepekné, ale ak to napíšu na sociálnu sieť, nevidia bezprostrednú reakciu dotknutej osoby a dokonca majú dobrý pocit z toho čo urobili.

Šikanovanie prostredníctvom internetu a sociálnych sietí je ťažký sociálny stres, ktorý môže viesť až k samovražde. Stále narastá počet detí a tínedžerov, ktorí spáchali samovraždu alebo k nej aspoň prispeli pre ohováranie, útoky a šikanu online cez sociálne siete a mobilné telefóny. Deti prikladajú veľký význam názorom zverejneným na sociálnych sieťach, pretože sú dôležitou súčasťou života detí, tam prebieha život po škole a tam si vymieňajú rôzne názory, komentáre na to čo majú radi a je to ich sociálna komunikácia. Najmä tínedžeri si cenia názory opačného pohlavia alebo svojich kamarátov. Psychické ubližovanie je neraz pre nich horšie než

fyzická šikana. Veľmi trpia napríklad vtedy, keď ich spolužiaci vyčlenia z kolektívu a nikto sa s nimi nerozpráva. Deti, ktoré zažili šikanu na vlastnej koži, si následky ponесú po celý život.

Problémy detí sú automaticky problémami aj ich rodičov, avšak možno generačný rozdiel medzi deťmi a rodičmi, ktorí nevedia ani zďaleka toľko o komunikácii na sociálnych sieťach a nemajú také zručnosti pri práci s komunikačnými technológiami ako ich deti spôsobuje, že často o takom šikanovaní nevedia. Avšak rodičia sú zodpovední za svoje deti a mali by sa k nim nejako priblížiť a snažiť sa vedieť, ako ich deti prežívajú svoj život, čo robia, ako trávajú svoj voľný čas, koľko času trávajú pri počítači, ako majú nastavený mobil alebo ako sa kontaktujú s kamarátmi, o čom komunikujú. Ak sa tak deje v škole, je to pre rodiča takmer nemožné to kontrolovať, ale vždy za dieťa sú zodpovední dospelí, teda aj učitelia .

Okrem šikanovaných detí sú tu aj deti, ktoré šikanujú. Spočiatku tak robia zo zábavy, na skúšku, možno to niekedy niekde videli, ale neskôr to môže prerásť do niečoho, čo už deti nevládajú, nekontrolujú. Právne povedomie u detí ešte nie je také, že by takéto konanie považovali za trestný čin, avšak z právneho hľadiska to trestným činom je. Virtuálny priestor má svoje špecifiká a jedným z nich je, že je to anonymný, z pohodlia domova, nie je potrebné vyhľadať svoju obeť fyzicky, je to teda oveľa jednoduchšie a správu je možné poslať veľkému množstvu a veľmi rýchlo sa šíri prostredníctvom rôznych médií a nedá sa zobrať späť, teda obeť ju vidí denne.

Rodičia sú veľmi citliví, ak sa ich dieťa stalo obeťou šikany, ale mali by si všímať tiež, či ich dieťa nie je tým, ktoré šikanuje iných. Mali by komunikovať s ním a prípadne zachytiť nejaké signály, ktoré by indikovali, že ich dieťa robí niečo čím trápi druhé deti vysvetliť mu, že to druhé dieťa jeho konanie nemusí vnímať ako vtip.

Šikana je ubližovanie buď jednotlivcovi alebo skupine obetí, ale na internete je takéto konanie opakované, nie náhodné. To, čo začína ako zábava, po pár minútach, hodinách a dňoch sa stáva vážnou záležitosťou. Prípady šikany, ktoré skončili samovraždou sa už vyskytli aj na Slovensku, avšak zatiaľ žiaden prípad nebol až tak veľmi medializovaný. V jednom malom meste sa obesil chlapec a až neskôr vysvitlo, že problémy dieťaťa začali šikanou v škole. Šikana je však často len dôsledok, príčina je niekde inde - dieťa je vyčleňované z kolektívu alebo má problémy doma alebo sú to sociálne problémy. Deti v kolektíve sú často sú kruté, všimnú si akúkoľvek maličkosť (je zle oblečený, je špinavý atď.), deti si to ďalej povedia verejne, nielen v triede ale aj pred celou školou či mestom.

Pri chatovaní a googlení po sieti môžu deti naraziť aj na pedofilov či kšeftárov s pornom. Tí často tvrdia, že sú v rovnakom veku ako deti a kamaráti z chatu a ľahko vymámi číslo telefónu či adresu dieťaťa

Ako sa brániť? Len kontrola zo strany rodičov zrejme nestačí, keďže deti sú často zručnejšie v práci s počítačom ako rodičia, avšak je vhodné umiestniť počítač do obývačky, kde by menšie deti mali používať internet len spolu s dospelými a väčším deťom je vhodné obmedziť prístup len na určité stránky. Samozrejmosťou by mala byť dôvera medzi dieťaťom a rodičmi, aby im povedalo o všetkom s čím sa na webstránkach stretlo, pretože obeť o sebe nehovorí, že je šikanovaná a ak o tom niekomu povie, tak určite nie dospelým ale najčastejšie svojmu rovesníkovi, kamarátovi, spolužiakovi. Ani agresor o sebe nerozhlasuje, že niekoho šikanuje. Väčšinou je to tajné, anonymné alebo je to v úzkom kruhu tých, ktorí šikanu spôsobujú.

V prevencii proti kyberšikane je potrebné zvýšiť citlivosť väčšiny ostatných detí v kolektíve, ktoré to vidia, ale sa na tom smejú. Rodičia a učitelia by sa nemali pýtať detí, či sú šikanované alebo šikanujú iných, ale mali by sa pýtať detí, či sa v triede vyskytuje dieťa, ktoré je šikanované a tým mu pomôcť, aby obeť dostala podporu z toho kolektívu. Šikanovaniu sa dá predísť tým, že kolektív sa môže daného dieťaťa zastať.

Ak sa deti nevedia s kyberšikanou vysporiadať alebo nechcú o tom hovoriť so svojimi rodičmi alebo kamarátmi, je možné použiť rôzne nástroje - zablokovať prístup agresorovi, reagovať komentárom, že bola vytvorená falošná stránka v mene obeť, avšak väčšinou to trvá dlho a vtedy by pomohlo zdôveriť sa rodičom alebo učiteľom, prípadne kontaktovať linku pomoci deťom, kde by im poskytli pomoc kvalifikovaní odborníci, aby prekonali to najťažšie obdobie, keď šikana začína alebo sa už dostala do vážnejšieho stavu.

Záver

Internet je síce virtuálny svet, ale dokáže spôsobiť reálne problémy, ak my sami alebo niekto iný zverejní informácie, ktoré mali zostať v súkromí. Dôležité je preto venovať pozornosť ochrane osobných údajov. Pri vytváraní profilu na internetovej sieti je potrebné oboznámiť sa s podmienkami ako bude fungovať a ako bude prevádzkovateľ oprávnený s jeho obsahom nakladať. Tiež je treba maximálne si chrániť súkromie, nezdieľať všetko bez rozmyslu a povoliť vidieť svoj profil iba ľuďom, ktorých poznáme. Fotky a informácie, ku ktorým nemáme autorské práva by sme na webe nemali zverejňovať a tiež si treba dávať pozor na fotografie s osobami, ktoré nesúhlasia s ich zverejnením. Takisto by sme mali zabrániť, aby na cudzom profile

boli zverejňované naše autorské diela - fotky či texty bez nášho súhlasu, prípadne žalovať toho, kto ich zverejnil. Ten kto zverejňuje o sebe veľa informácií, je viditeľný pre všetkých, ale tieto informácie sa dajú aj upravovať. Ak chceme dať informácie o sebe iba určitej úzkej skupine priateľov, tak ich zverejníme iba im a naopak nejaký iný príspevok môže byť viditeľný všetkým. Avšak sú aj špecialisti pred ktorými nedokážeme ochrániť takmer nič. Teda ak na sociálnu sieť zverejňujeme o sebe nejaké informácie, tak by to mali byť len také, za ktoré sa nehanbíme a nemusíme žiť v nejakej paranoji, že tie informácie by mohli byť zneužitú voči nám. V mnohých prípadoch môžu za únik informácií naši priatelia alebo známi. Mladá generácia sa stavia k svojmu súkromiu oveľa benevolentnejšie, mnohí sú ochotní zverejňovať veľmi súkromné informácie a neuvedomujú si, že tieto sú naozaj veľmi citlivé a dávajú tak šancu ľuďom, ktorí sa oboznamujú s ich zvyklosťami a dokážu ich spoznať pomerne dokonale aj bez akéhokoľvek fyzického kontaktu a následne im môžu škodiť a ublížiť.

Kyberšikana je odosielanie škodlivých správ ľuďom z nášho okolia alebo zverejnenie škodlivého textu o nás a je tiež negatívnym dôsledkom internetovej komunikácie. Zlomyselník nás na internete ohovára, zverejňuje naše osobné údaje, dokonca aj zverejňuje fotografie, ktoré nás kompromitujú. Vypátrať anonyma je ťažké, preto je potrebné strážiť si súkromie a citlivejšie informácie či fotky poskytovať iba tým, ktorým dôverujeme.

Využívať internetové služby bez zverejnenia osobných údajov je v súčasnosti nemožné. Pri nákupe cez internet človek prezradí číslo telefónu a adresu, pri založení e-mailovej schránky uvádza aj dátum narodenia a v prípade bankových služieb nahadzuje do systému aj rodné číslo. Avšak podľa posledných návrhov Európskej komisie by mali mať ľudia právo vymazať údaje o sebe sami, bez poskytovateľa, ak už jeho služby nevyužívajú. „Zneužívaniu osobných údajov by malo zamedziť ich vymazanie. Ak sa užívateľ sociálnych sietí alebo ten, kto nakupuje cez internetový obchod, rozhodne, že ich služby už nechce ďalej využívať, má právo, aby jeho údaje boli zo systému vymazané. S týmto návrhom prišla Európska komisia.“⁸ Avšak, používatelia internetových služieb nikdy nebudú mať istotu, že ich údaje neboli niekde uložené a mohli by sa presúvať a kopírovať.

Literatúra a zdroje:

ČUPKA, M.: *Facebook dostane tortu s desiatimi sviečkami. Čo už stihol „sfúknuť“?* Príloha denníka Pravda 1. februára 2014., s. 18 – 19.

HANZALOVÁ, Z.: *Šikana detí na sociálnych sieťach*. Relácia: K veci, 20.9.2013. Slovenský rozhlas.

- HOF, R.: *Google chce celý koláč*. Forbes, Business Consulting & Media, s.r.o., Bratislava, Február 2014, s.92
- HLAVAČKOVÁ, Z.: *Banka pri internetbankingu rodné a telefónne číslo nikdy nepýta*. Pravda – denná príloha, 28. marca 2014, s. 15 – 18.
- HÚSKA, M.: *Klik a je tu práca!* Plus JEDEN DEŇ, 13. februára 2014, s. 10 – 11.
- JURINOVÁ, M.: *Bezkontaktné a mobilne*. Forbes, Business Consulting & Media, s.r.o., Bratislava, Február 2014, s. 21. ISSN 1338-2527.
- KRBATOVÁ, L.: *Údaje na internete bude možné vymazať*. Pravda, 28. januára 2014, s. 6 – 7.
- KULHÁNKOVÁ, H. – ČAMEK, J.: *Fenomén Facebook*. Kladno: BigOak, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0.
- MICHALKO, R.: *Ako figúrky*. Šarm č.14, 1. apríl 2014, s.3.
- SHIH, C.: *The Facebook Era*. Second Edition. Pearson Education, Inc., 2011. 350 s. ISBN 13:978-0-13-708512-5.
- SMEJKAL, V.: *Internet a ššš*. 2. vydanie. Praha: Grada Publishing, 2001. 282 s. ISBN 80-247-0058-1.

Kontaktné údaje:

PhDr. Zlata Zelenská, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
zlata.zelenska@ucm.sk
SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Partneri



Mediálni partneri



atteliér



**PERSPEKTÍVY OCHRANY
MEDIÁLNEHO PUBLIKA
– MEGATRENDY A MÉDIÁ 2014**

Editori zborníka: doc. PhDr. Dana Petranová, PhD.
doc. Mgr. Norbert Vrabec, PhD.

Recenzenti zborníka: JUDr. Mgr. Martin Solík, PhD.
doc. Mgr. PhDr. Viliam Končal, PhD.

Vydavateľ: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

Vydanie prvé

Tlač: Vydavateľstvo Michala Vaška, Prešov
Počet strán: 288

Printed in Slovakia
TRNAVA 2014

ISBN 978-80-8105-587-4