



QUO VADIS

MASSMEDIA

Zora Hudíková
Lucia Škripcová
Nikola Kaňuková
(eds.)

ISBN 978-80-572-0053-6

**FAKULTA MASMEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCIE
UNIVERZITA SV. CYRILA A METODA V TRNAVE**

QUO VADIS MASSMEDIA

Zora Hudíková
Lucia Škripcová
Nikola Kaňuková
(eds.)

Zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov
QUO VADIS MASSMEDIA, QUO VADIS MARKETING organizovanej Fakultou
masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

2. apríl 2020
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie J. Herdu 2, Trnava

QUO VADIS MASSMEDIA

Zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov
QUO VADIS MASSMEDIA & MARKETING organizovanej Fakultou
masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

Vedecký výbor konferencie:

prof. PhDr. Slavomír Gálik, PhD.; prof. PhDr. Hana Pravdová, PhD.; prof. Ing. Anna
Zaušková, PhD.; prof. Ing. Alena Kusá, PhD.; doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.;
doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.; doc. PhDr. Ján Višňovský, PhD.; PhDr. Sabína
Gáliková Tolnaiová, PhD.; Mgr. Vladimíra Jurišová, PhD.

Organizačný výbor konferencie:

Mgr. Alexandra Alföldiová; Mgr. Ľubica Bôtošová; Mgr. Nikola Kaňuková; Mgr.
Miroslav Kapec; Mgr. Lenka Labudová; Mgr. Július Tamáš; Mgr. Martin Vanko;
Mgr. Jozef Viskupič

Editori:

doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.; Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.; Mgr. Nikola
Kaňuková

Recenzenti:

Mgr. Zuzana Kvetanová, PhD.; Mgr. Zdenko Mago, PhD.

Technická redakcia a zostavovateľské práce:

Mgr. Nikola Kaňuková; Mgr. Lenka Labudová

Návrh obálky:

Mgr. Natália Augustínová

Publikácia bola schválená Edičnou radou Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave a
vedením Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v
Trnave. Za gramatickú a štylistickú úroveň príspevkov zodpovedajú jednotliví autori.

© Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2020
ISBN 978-80-572-0053-6

Milé čitateľky, milí čitatelia,

zborník príspevkov z vedeckej konferencie pre doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov „Quo Vadis Massmedia, Quo Vadis Marketing“ – masmediálna časť – reflektuje súčasný vedecký diskurz v masmediálnej oblasti. Prvýkrát v histórii Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave sa konferencia konala online (2.4.2020), čo sa stretlo s veľmi pozitívnym ohlasom a veľkým záujmom akademickej aj odbornej komunity. Autori v príspevkoch reagujú na aktuálne otázky teórie a výzvy praxe, formulujú netradičné pohľady a komplexné riešenia, aj v kontexte interdisciplinarít. Veľká časť príspevkov sa venuje špecifikám a problémom masmediálnej komunikácie v internetovom priestore a prostredí sociálnych sietí, budovaniu nevyhnutých digitálnych zručností, správaniu sa rôznych generácií v digitálnej dobe, ako aj počas špecifickej situácie v období pandémie koronavírusu. Ďalšou skúmanou oblasťou sú dlhodobo diskutované témy mediálneho diskurzu, akými sú objektivita a manipulácia v médiách, informácie a dezinformácie v mediálnych obsahoch, naratívne stratégie v mediálnych obsahoch, optimalizácia podmienok a procesov mediálnej tvorby a novinárskej profesie, vyjadrovacie prostriedky médií a ich vývoj v kontexte technologického rozvoja a i. Viaceré príspevky prezentujú aj špecifickú tematiku digitálnych hier, ktoré v súčasnej dobe naplňajú viaceré funkcie – nielen relaxačnú, ale aj edukačnú a sociálnu. Recenzovaný zborník vedeckých príspevkov ponúka názory, idey, kritické diskurzy, či výsledky vlastných skúmaní a skúseností ako podnety pre odbornú diskusiu a inšpiráciu pre ďalšie výskumy. Je určený pre pedagógov masmediálnych a žurnalistických škôl, vedeckých pracovníkov, odborníkov z praxe, študentov, ale aj pre laickú verejnosť, pre ktorú je problematika masmediálnej komunikácie zaujímavá. Poďakovanie patrí všetkým, ktorí prispeli k jeho vydaniu aj k úspešnému priebehu samotnej konferencie.

V Trnave 2. 4. 2020

Zora Hudíková

OBSAH

EDUCATIONAL USE OF SECOND LIFE.....	2
<i>Alexandra Alföldiová</i>	
DIGITALIZÁCIA A JEJ VPLYV NA INVESTIGATÍVNU ŽURNALISTIKU	11
<i>Pavel Bielik</i>	
ZAČÍNAJÚCI NOVINÁR V PRAXI	21
<i>Lubica Bôtošová</i>	
KREŠŤANSKÉ RADIÁ NA SLOVENSKU	30
<i>Andrej Brník</i>	
PROBLÉM INTERPRETÁCIE A FAKTU V MEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCI	38
<i>Diana Bulganová</i>	
POTENCIÁL VÝUČBY GRAFIKY VO VIRTUÁLNEJ REALITE.....	44
<i>Martin Engler</i>	
VYSIELANIE PRE DETI A MLÁDEŽ POČAS MIMORIADNEJ SITUÁCIE	52
<i>Sláva Gracová</i>	
SÚČASNÉ TELEVÍZNE SPRAVODAJSTVO A GATEKEEPING V KONTEXTE SLOVENSKEJ REPUBLIKY	59
<i>Ľuboš Greguš - Dominika Budová</i>	
NOVÉ SCHÉMY NARÁCIE V PRÍBEHOCH DIGITÁLNEHO FILMU	73
<i>Laco Halama - Zora Hudíková</i>	
KRITICKÝM MYSLENÍM PROTI HOAXOM.....	84
<i>Marija Hekelj</i>	
ZÁVISLOSŤ OD INTERNETU A JEJ VNÍMANIE MEDZI RODIČMI DETÍ A TEENAGEROV.....	90
<i>Vladimíra Hladíková</i>	
FENOMÉN TVORIVOSTI A NOVOSTI V MÉDIU FOTOGRAFIE	101
<i>Eva Jonisová</i>	
HRY VO VZDELÁVANÍ SENIOROV	113
<i>Nikola Kaňuková</i>	
DEZINFORMÁCIE POČAS KORONAKRÍZY	121
<i>Miroslav Kapec</i>	
IS THERE STILL ANY SPACE FOR NEW SOCIAL MEDIA? TIKTOK IS AN ANSWER	128
<i>Martin Kuchta - Monika Stanková</i>	
ÚVOD DO ZVYŠOVANIA ENGAGEMENTU PROSTREDNÍCTVOM HERNÝCH SYSTÉMOV VO VYŠŠOM VZDELÁVANÍ.....	137
<i>Alexandra Kukumbergová</i>	

AKO ZÁSTUPCOVIA GENERÁCIE Z VNÍMAJÚ VPLYV SOCIÁLNYCH SIETÍ NA PROCES VYTVÁRANIA ICH NÁZOROV A PREFERENCIÍ	142
<i>Patrik Lenghart</i>	
MOBILNÁ ŽURNALISTIKA - PRECHOD K OBRAZOVKÁM SMARTFÓNOV	148
<i>Simona Mičová</i>	
MOŽNOSTI A LIMITY SLOBODY PREJAVU V ŽURNALISTIKE	157
<i>Dominik Mičuda</i>	
ZMENY NOVINÁRSKEJ PROFESIE V DIGITÁLNO M VEKU – VÝVOJ A INOVÁCIE NOVINÁRSKEJ PRAXE V ČASOPISE SLOVENKA.....	165
<i>Mária Miková</i>	
SOCIÁLNE MÉDIA V KONTEXTE FORMOVANIA NÁZOROV STREDOŠKOLÁKOV	173
<i>Ján Mikuš - Eva Odlerová</i>	
VPLYV SOCIÁLNYCH SIETÍ NA DUŠEVNE ZDRAVIE MLADÝCH ĽUDÍ.....	180
<i>Natália Mulinová</i>	
JAZYK A PRAVDA. MOŽNOSTI A LIMITY JAZYKA V KONTEXTE EPISTEMOLÓGIE.....	192
<i>Branislav Oprala</i>	
DIGITÁLNE HUMANITNÉ VEDY, KULTÚRNE DEDIČSTVO A KREATÍVNY PRIEMYSEL: PRIENIK OBLASTÍ V ČINNOSTIACH KATEDRY MEDIATIKY A KULTÚRNEHO DEDIČSTVA SLUŽIACICH NA JEJ PROPAGÁCIU.....	201
<i>Dominika Orlová - Matej Somr</i>	
VIZUÁLNA REFLEXIA OBDOBÍ PANDÉMIE PROSTREDNÍCTVOM MÉDIA FOTOGRAFIE	213
<i>Kristián Pribila - Juliána Odziomková</i>	
VEĽKÉ A OTVORENÉ DÁTA V ŽURNALISTIKE	223
<i>Ján Proner</i>	
VPLYV POLITICKEJ A SOSIÁLNEJ REWALITY NA REALITU MEDIÁLNU.....	230
<i>Ľubica Račeková</i>	
KOMPARAČNÁ ANALÝZA VZNIKU PUBLIKA DIGITÁLNYCH HIER NA SLOVENSKU A V ZAHRANIČÍ.....	238
<i>Ivan Rokošný</i>	
FRAZEOLÓGIA V ŽURNALISTIKE	246
<i>Mária Stanková</i>	
DIGITÁLNI A MEDIÁLNI GRAMOTNOST V SOUČASNÉM PROSTORU VĚZNIC	257
<i>René Strouhal</i>	

EDUCATIONAL USE OF SECOND LIFE

Alexandra Alföldiová

Abstract

The contribution introduces an educative use of the virtual world Second Life. The author of the contribution focuses primarily on the advantages and disadvantages of using virtual environment in the educational process and outlines the aspects of virtual world. Based on the theoretical knowledge, which is determined mainly by foreign authors the definition of virtual world is defined from different approaches. Subsequently, author demonstrates active forms and universities, which include virtual world Second Life within their teaching process as a main or supportive teaching channel and platforms on multiple levels during lessons. The contribution includes a qualitative analysis of the active international universities as an overview of the current state.

Key words:

E-Learning. Second Life. Virtual Education. Virtual Universities. Virtual World.

Introduction

Digitalization and the use of the virtual environments are becoming increasingly prominent and can shape the everyday life of the users. People create avatars in these virtual environments, with mostly idealized attributes of a physical body or even completely from the worlds of magical fantasy to represent them in these virtual environments without prescribing themselves to the limitations of their physical realities. The specific reasons for the users who come to the virtual worlds are different, as well as the level of enjoyment gained from this experience. The Internet offers several virtual worlds that offer the possibility of creating a second, and often entirely new, identity. In some extreme cases, the personal fulfillment some users draw from these platforms over the passion and the time devoted to these virtual worlds, such as Second Life is so strong that they cease to perceive their lives as the main source of personal gratification for them.

The author outlines one of the incentives of residents coming to this virtual environment – educational purpose in the project of dissertation thesis. Second Life is a platform with nearly unlimited opportunities, therefore reasons for residents coming back widely vary. Second Life can teach basic understanding of physics, 3D visualization and scripting programming language, allowing to create functional objects. It can motivate the students to learn additional programs for 3D modeling, more advanced programming, texturing and others, necessary for advanced building in Second Life. J. G. Schutte's research has suggested that virtual learning environments can facilitate superior educational outcomes to traditional classrooms.

1 Virtual Worlds

The elementary definition of virtual world by A. Davis is the world can be identified as immersive virtual environment within which the users are allowed to interact with other users or with software

agents.¹ L. Morgado defines virtual world as an opportunity for leaning and training users within the virtual space, allowing the users to experience singular conveniences without physical limitation.² The key element in virtual worlds is the communication and social interaction and furthermore, R. Ghanbarzadeh defines virtual world as a three-dimensional computer-simulated electronic space, which allows people to interact via avatars represented by embodied users.³ I. Duncan generally adds that virtual environment can be seen as simulation, which can be minimized into two-dimensional space or textual form.⁴

The virtual worlds do not belong to newly invented virtual environments. According to C. Joslin, the first visual multi-user virtual worlds have been available approximately since the late 1980s and they were formed in a hardware-only systems before the early 1980s.⁵ M. S. Grady states the first major usage of virtual worlds used in the technical engineering for improvements such as simulators, stereoscope, trackers or head-mounted displays.⁶ R. A. Bartle adds that virtual world as a text-based and 2D perspective virtual environment can be dated to 1970s in a form of text-based virtual worlds used by multi-users, or so-called multi-user dungeons abbreviated as MUD.⁷ The first use of MUD in the virtual world environment was used for educational purposes in 1990s, where students and teachers interacted online and the possibility of applying a new approach to lecturing brought dynamics to the lessons. C. Haynes and J. R. Holmevik state the first subjects and topics brought to virtual world were targeted at the behavior between the teacher and the students and identifying the identities and technological innovations. The students subsequently continued identifying the difference between what's reality and virtual environment, real identity and anonymity and exploration of technological factors on human and time spent playing in the virtual environment in comparison to work.⁸ J. N. Bailenson and N. Yee consider the primary objectives of the virtual world aimed at technology and workflow were shadowed and replaced by social engineering and the new aspect of social interaction was experienced.⁹

A virtual world at its simplest is a form of reality that is based on a computer-generated environment, these can range from the simplest text based ones, where words are used to describe a setting to the user that can then paint a mental picture of the environment being described to them, from actual visual worlds that can be crafted by an artist and displayed on screen, these can be 2D worlds or fully 3D ones.¹⁰ Some can be made for a singular user experience; others can have an online social aspect where users can interact with each other. Depending on how broad of a

¹ DAVIS, A. et al.: Avatars, people, and virtual worlds: Foundations for research in metaverses. In *Journal of the Association for Information Systems*, 2009, Vol. 10, No. 2, p. 6.

² MORGADO, L.: Technology challenges of virtual worlds in education and training — research directions. In MORGADO, L.: *Proceedings of the IEEE International Conference on Games and Virtual Worlds for Serious Applications*. Bournemouth : Curran Associates, Inc., 2013, Vol. 1, No. 1, p. 3.

³ GHANBARZADEH, R. et al.: A decade of research on the use of three-dimensional virtual worlds in health care: A systematic literature review. In *Journal of Medical Internet Research*, 2014, Vol. 16, No. 2, p. 5.

⁴ DUNCAN, I., JIANG, S., MILLER, A.: *A taxonomy of virtual worlds usage in education*. In *British Journal of Educational Technology*, 2012, Vol. 43, No. 6, p. 950.

⁵ JOSLIN, T., DI GIACOMO, C., MAGNENAT-THALMANN, N.: Collaborative virtual environments: From birth to standardization. In *IEEE Communications Magazine*, 2004, Vol. 42, No. 4, p. 29.

⁶ GRADY, S. M.: *Virtual reality: Computers mimic the physical world*. New York : Universities Press, 1998, p. 11.

⁷ BARTLE, R. A.: From MUDs to MMORPGs: The history of virtual worlds. In HUNSINGER, J. et al.: *International Handbook of Internet Research*. Netherlands : Springer, 2010, Vol. 1, No. 1, p. 24.

⁸ HAYNES, C., HOLMEVIK, J. R.: *High wired: On the design, use, and theory of educational MOOs*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1998, p. 28.

⁹ BAILENSON, J. N., YEE, N.: Virtual interpersonal touch: Haptic interaction and copresence collaborative virtual environments. In *Multimedia Tools and Applications*, 2008, Vol. 37, No. 1, p. 6.

¹⁰ MICHAEL, D. R.: *Serious Games: Games That Educate, Train, and Inform*. Kuwait : Muska & Lipman/Premier-Trade, 2005, p. 46.

spectrum, the author can include virtual social networks under this umbrella, as platforms like Facebook explore new ways to make their users interact with each other, be it in virtual or augmented reality.¹¹ Some of the most remarkable virtual worlds, which are still fairly easily accessible to broad audiences thanks to their somewhat low hardware requirements are 3D virtual environments displayed on a screen. Although maybe not as immersive as a VR platform can be, the lack of specialized head mounted hardware to experience these worlds sets the entry level bar lower, not only in terms of cost but also the physical ability of the individual, and being a 3D world for the user to explore with classic controls familiar to anyone that plays video games these can still greatly enhance the online interaction between users that interact with each other and the virtual world around them with their virtual projections in the form of avatars. The computer stimulation of the world enables visual stimuli for the virtual users, in some of these platforms the users are able to manipulate and create their own content, which encourages the users to explore the elements of virtual reality and establish their own virtual world based on their concept and projection. The ability to generate personal content shapes the user's attitude towards the virtual world and constricts the line between reality and virtual experience.

In the case of online virtual 3D worlds some will allow people to interact with each other and build a world together in a collaborative effort, limited by little more than the individual's imagination. These simulated worlds can have countless parallels drawn between them and the physical reality in a variety of ways. Most of them have their own virtual currency, which can be exchanged for real money and be used as any other common currency inside the virtual world to purchase a wide range of assorted decorative items, avatars either complete or their individual components, virtual land and others. The virtual world of Second Life in particular, was designed and created specifically to be almost entirely built with user generated content which attracted many freelance content creators running cottage industry businesses, where some of these were able create and grow their own brands meeting financial success, as well as more substantially sized businesses that made large investments on the platform.

2 Educational Use of Second Life

Second Life belongs to the most attractive virtual worlds with over 60 million users and approximately 1 million active residents.¹² Life commonly known as residents, can have full access to landscape the islands, build 3D objects using external programs such as Blender or Z Brush and texture them using such programs as Photoshop and others alike. They can then use LL proprietary script language, LSL (Linden Scripting Language) and program their new objects to do a wide range of automated activities. They can also create an environment for other users, altering the shape of the ground, adding fauna and flora as well as any kind of building they can imagine. R. Bartle considers entertaining approach of the virtual world as key element of what draws users to join in and experience the virtual environment, escaping from reality and creating a altering virtual identity.¹³ T. Boellstorff expands R. Bartle's statement and argues that residents, who are actively using Second Life, are conscientiously creating virtual space by immersing themselves into creative approach by creating virtual content, creating workshops for other residents, learning Second Life

¹¹ PORUMBEANU, O. L.: References in the Digital Age: Marketing and Services in Virtual Worlds. In *Studii de Biblioteconomie și Știința Informării*, 2008, No. 12, p. 110.

¹² *Second Life Statistical Charts*. [online]. [2020-04-05]. Available at: <<http://dwellonit.taterunino.net/sl-statistical-charts/>>.

¹³ BARTLE, R.: *Designing Virtual Worlds*. USA : New Riders Publishing, 2003, p. 27.

scripting language, building and have proactive approach towards education.¹⁴ According to T.A. Mikropoulos and A. Natsis, virtual environment allows users develop their skills in various ways, and online learning though 3D virtual environment is typically successful for the users, as they are likely to memorize information and gain knowledge due to possibility of repetition.¹⁵

The platform was originally formed as a social world, yet Second Life has evolved to have educational applications. Universities have bought islands, known as regions, but often called sims by the SL community, these have a surface of 256 meters by 256 meters, on which they set up virtual campuses for educational activities, lectures, marketing and socialization. Applications include distance learning, historical museums, reproduction of historical locations, musical performances, theater, collaborations of various natures, cultural diversity, labs, group meetings, conferences, virtual libraries and hang out areas.

Second Life fits in well with the constructionist learning philosophy which states that people construct their understanding through experience and reflection. Second Life enables simulations that can lead to this understanding. H. Asleitner and C. Wiesner claim that practicing building can lead to visual literacy, as students must use geometric shapes known in Second Life as “prims” short for primitives, for being the basic geometric volumes such as cubes, pyramids, spheres and others, although the term used in Second Life has been superseded with new available options, and apply textures to these models to put together complex objects. In addition, the social interaction possibilities of Second Life meet the social constructivist view that learning occurs in social situations.¹⁶ One theory that may be less familiar to readers has to do with motivation. Moreover, according to H. Asleitner and C. Wiesner there are four factors that are required for motivation in virtual learning that Second Life possesses:

- Challenge – willing to improve skills to and learn different way from regular courses,
- Curiosity – the want to become a part of virtual environment and explore it,
- Sense of Control – the ability to control the objects and shape them according to one’s needs,
- Fantasy – request imagination that lets students to learn in not ordinary form.¹⁷

In addition, B.A. White defines potential advantages and disadvantages in considering Second Life as a tool during teaching process as following:

The key *advantages* for Second Life in teaching process are:

- Most of the subject matters can be explored in a sensory-rich environment,
- Students can direct their own learning and gain additional knowledge on other subjects,
- Students can see each other’s avatars, adjust them and interact, moreover they create bond with the character and learning becomes comfortable for them,
- Students can also interact with objects, or create own interactions with the object e.g., sit down, play games, take quiz,

¹⁴ BOELLSTORFF, T.: *Coming of Age in Second Life An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton : Princeton University Press, 2015, p. 41.

¹⁵ MIKROPOULOS, T. A., NATSIS, A.: Educational Virtual Environments: A Ten-Year Review of Empirical Research (1999–2009). In *Computers and Education*, 2011, Vol. 56, No. 3, p. 772.

¹⁶ ASLEITNER, H., WIESNER, C.: An Integrated Model of Multimedia Learning and Motivation. In *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 2004, Vol. 13, No. 1. p. 6.

¹⁷ ASLEITNER, H., WIESNER, C.: An Integrated Model of Multimedia Learning and Motivation. In *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 2004, Vol. 13, No. 1. p. 12.

- Text can be placed on what are called notecards, Second Life form of word text files that can be distributed between avatars,
- Teachers and students besides creating their own can purchase objects and store them in their Inventory, although the inventory of an avatar in Second Life has no hard limit, it is recommended these to be kept under 100,000 objects, by 400,000 the system starts to be severely stressed, these inventories serve as a virtual file cabinet,
- Second Life offers possibility of streaming audio and video, it can even be used to browse websites such as YouTube directly from within an object such as a 3D modeled screen inside the world of Second Life.

The major *disadvantages* for teachers in Second Life are:

- To run the Second Life viewer software effectively the user requires a computer capable of running 3D graphics, in the particular case of Second Life for being mostly user created content made not always by the users with performance in mind, it takes hardware more powerful than it might seem at first as well as a good internet connection to stream all the assets such as 3D models and textures quick enough,
- It is necessary to spend enough time to learn basic skills and Second Life functionality, which on a platform so evolved and user driven as this one presents a very steep learning curve,
- To master advanced skills requires even more additional time, especially building, scripting, i.e., programming simulations for animation, and others, requiring an amazingly comprehensive set of skills,
- It is important to check on updates and download new software updates due to fixed bugs, new technologies and functionalities constantly being added.¹⁸

3 Active Universities in Second Life

An example of active usage of Second Life in educative approach is the Loyalist College, which has created a simulation for training border guards in interview techniques. According to Linden Lab, their results led to significantly improved grades on students' critical skills tests, taking scores from a 56% success in 2007, to 95% at the end of 2008 after the simulation was instituted. The success of the program has encouraged over 650 students and 8 faculty to explore Second Life for mixed purposes.¹⁹

In the past years Second Life is considered as a social platform with aim at communication and socialization. The number of traditional universities presented within the virtual world isn't as large today when compared to past years, the reason for this ranges from a multitude of factors and there can be hardly one singular that accounts for the trend. Be it other newer platforms to be explored or reaching the limitations for Second Life itself for example. According to real-life lecturers actively engaged in Second Life, the majority of universities decided to step back after the community in Second Life started to mainly focus on fantasy role-play that can often have a dark and even adult tone, which are not in balance with academic field and far more leaning to leisure pass time. In 2019 Linden Labs started another initiative to focus on education in Second Life when their official

¹⁸ WHITE, B. A.: *Second Life: A guide to your virtual world*. Indianapolis : Que, 2008, p. 29.

¹⁹ LINDEN, L.: *Virtual World Simulation Training Prepares Real Guards on the US-Canadian Border: Loyalist College in SL*. [online]. [2020-04-05]. Available at: http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_Loyalist/.

YouTube channel published the series called “*Made in Second Life*” introducing Chant Newall Development Group as a project of the University of Central Florida in cooperation with Florida State University, focusing on scientific subjects – mainly Biology, Economics, Chemistry and Environmental Sciences, teaching students the structures of human cells using Second Life to demonstrate forensic science application. Since then the series on YouTube has also introduced a number of artists that create unique experiences in Second Life, from amazingly detailed table top games that could not be easily reproduced on any other platform, to some of the creators that make clothes for the avatars, or parts of the avatars themselves to artists that use Second Life to present their creations inspired by millennia in a new way, giving a different and unique perspective of their work.²⁰

As a part of promoting education, Linden Lab offers 50% discounts for schools to join in and create own regions to represent universities, and additionally created a subscribe list²¹ and communication channel for teachers to join in and communicate with within the community. This group is available for all teachers, who want to teach in Second Life, without requirement of having their institution represented in Second Life.²²

In the first part of the overview, the author aimed at the active universities in Second Life. Some of the universities continued active lecturing and support the virtual form of learning with 10 and more year tradition. One of the universities is the Rockcliffe University Consortium and their online organization targeted at technological advancements in education and their application in virtual world. The university is spread over one region with the main university building, multiple halls, conference room, classrooms, laboratories, lounge, sandbox, libraries and other outdoor areas. The institution is unique due to the accessibility to not only students, but other adult learners, residents that are looking forward to gain knowledge in technology sphere. The organization supports teachers, who are not a part of the university, and are interested in lecturing, by creating courses, with open access for all interested parties. The facilities of virtual Rockcliffe University allow members to prototype new ideas and innovations by providing free sandbox for building.²³

In 2009, the University of Western Australia, abbreviated as UWA, recreated their campus in Second Life, allowing residents from all around the world immerse the environment of the university. The environment is known for its rich flora and fauna, as the university is proud of it in real-life too. The creators of the university included common animals, which can be seen in their area, as well as hanging out areas and places for relaxation and meditation. The university is known for its active academic, research, teaching and social activities, which are available for residents on a weekly basis. The university in Second Life is focused on Business, Law, Arts, Anatomy, Education and Biology. UWA offers lectures for students and general public with a weekly schedule provided in-world. Besides educational purposes, UWA organizes themed social events with live music opened for everyone. The university owns the entire region divided into different areas including the main building, conference hall, classrooms, library, hangout area and interactive information walls for visitors to browse.²⁴

²⁰ LINDEN, L.: *Made in Second Life*. [online]. [2020-04-03]. Available at: <http://go.secondlife.com/landing/education/?lang=en&lang=en&utm_source=Google&network=g&campaignid=290832270&adgroupid=86694258853&placement=&keyword=&matchtype=b&creative=407099419604&gclid=EAIaIQobChMI-ZCyl7D85gIVqvFjBx2TaQtuEAAYASAAEgJRffD_BwE>.

²¹ LINDEN, L.: *Educators SL*. [online]. [2020-04-02]. Available at: <<https://lists.secondlife.com/cgi-bin/mailman/listinfo/educators>>.

²² LINDEN, L.: *Discounts for Universities*. [online]. [2020-04-02]. Available at: <<http://specialorders.secondlife.com>>.

²³ LINDEN, L.: *Second Life*. [virtual world]. San Francisco: Linden Lab, 2003.

²⁴ *Ibidem*.

Other example of an active university in Second Life is the Stanford University and their collection of libraries and virtual archives, which are replicas of real-life storage facilities. Second Life is the only place, where general public is able to access and walk through the Stanford's stacks and browse their manuscript collections which are restricted in real-life to staff only. The Stanford region is divided into several areas including museum, libraries, archives, outdoor area with information boards. The region provides scans of real documents to read and users can explore the entire region by using the train with tour guide. The region is filled with information from real-life sources available in Stanford libraries and archives that are not available for anyone in the world.²⁵

The Faculty of Mass Media Communication built the virtual University of Ss. Cyril and Methodius, abbreviated as UCM, in Second Life on Czechoslovak region called Bohemia in 2011, and the head of the project and virtual manager was R. Zábajník. The building was available for all residents and the purpose was mainly representative. It held exhibitions and promoted conferences, as well as information related to the faculty and its activities. In comparison to other universities, the facilities were not designed to hold virtual classes and the area space was limited. The virtual university was funded by project and is no longer existing in Second Life. The author engaged with teachers from active universities in Second Life and they agreed to participate in qualitative research, which will be a part of the dissertation thesis.²⁶

Conclusion

We live in a time when technology keeps moving forward becoming ever more available to a larger than ever segment of the world population, it is ever more part of our daily lives. Millions of people meet daily in a virtual environment and their reasons for being in this cyberspace as well as their ultimate goals in them are different. One thing is certain, they have their own incentives, personal motivations and goals which encourages them to be part of this virtual world.

The Second Life virtual world is very specific as it is structured to be built primarily by its own users with very little to no input from Linden Lab, the company that created and runs the technology that powers the platform, among virtual worlds, this sets Second Life apart as it is a world, much like our physical reality, constructed by its inhabitants while additionally offering opportunities that are not available in our common physical reality. People who visit this space do not live a second life in the sense of a simulated reality that tries to emulate the necessities and limitations on the physical reality, but instead experience a different form of existence.

The virtual environment allows them to have abilities unrestricted from a physical reality, such as the ability to fly or teleport as they get to explore the know and the unknown. It encourages users to educate themselves and built friendships with other users they can meet. It is very difficult to identify incentives of every users, as each user perceives this environment singularly. Educating people in a virtual environment is not only educational but also a unique experience, attracting students' attention in a way that a more classic approach might not. Considering the virtual environment as an option one of the possible educational environments can bring benefits for the course.

²⁵ LINDEN LAB: *Second Life*. [virtual world]. San Francisco: Linden Lab, 2003.

²⁶ *Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave vstupuje do Second Life*. [online]. [2020-04-03]. Available at: <<https://www.cinemaview.sk/spravy/univerzita-sv-cyrila-a-metoda-v-trnave-vstupuje-do-second-life/>>.

Acknowledgement: The study is a partial outcome of the scientific project KEGA 023UCM-4/2020: The development of digital game studies and design.

Literature and Sources:

- ASLEITNER, H., WIESNER, C.: An integrated model of multimedia learning and motivation. In *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 2004, Vol. 13, No. 1. p. 3-21. ISSN 1055-8896.
- BARTLE, R.: *Designing Virtual Worlds*. USA : New Riders Publishing, 2003.
- BARTLE, R. A.: From MUDs to MMORPGs: The history of virtual worlds. In HUNSINGER, J. et al.: *International Handbook of Internet Research*. Netherlands : Springer, 2010, Vol. 1, No. 1, p. 23-39.
- DAVIS, A. et al.: Avatars, people, and virtual worlds: Foundations for research in metaverses. In *Journal of the Association for Information Systems*, 2009, Vol. 10, No. 2, p. 90-117. ISSN 1536-9323.
- DUNCAN, I., JIANG, S., MILLER, A.: A taxonomy of virtual worlds usage in education. In *British Journal of Educational Technology*, 2012, Vol. 43, No. 6, p. 949–964. ISSN 1467-8535.
- GHANBARZADEH, R. et al.: A decade of research on the use of three-dimensional virtual worlds in health care: A systematic literature review. In *Journal of Medical Internet Research*, 2014, Vol. 16, No.2, p. 2-21. ISSN 1438-8871.
- GRADY, S. M.: *Virtual reality: Computers mimic the physical world*. New York : Universities Press, 1998.
- HAYNES, C., HOLMEVIK, J. R.: *High wired: On the design, use, and theory of educational MOOs*. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1998.
- JOSLIN, T., DI GIACOMO, C., MAGNENAT-THALMANN, N.: Collaborative virtual environments: From birth to standardization. In *IEEE Communications Magazine*, 2004, Vol. 42, No. 4, p. 28-33. ISSN 0163-6804.
- LINDEN, L.: *Discounts for Universities*. [online]. [2020-04-02]. Available at: <<http://specialorders.secondlife.com>>.
- LINDEN, L.: *Educators SL*. [online]. [2020-04-02]. Available at: < <https://lists.secondlife.com/cgi-bin/mailman/listinfo/educators>>.
- LINDEN, L.: *Made in Second Life*. [online]. [2020-04-03]. Available at: < http://go.secondlife.com/landing/education/?lang=en&lang=en&utm_source=Google&network=g&campaignid=290832270&adgroupid=86694258853&placement=&keyword=&matchtype=b&creative=407099419604&gclid=EAIaIQobChMI-ZCyl7D85gIVqvfjBx2TaQtuEAAYASAAEgJRffD_BwE>.
- LINDEN L.: *Second Life*. [virtual world]. San Francisco: Linden Lab, 2003.
- MIKROPOULOS, T. A., NATSIS, A.: Educational virtual environments: A ten-year review of empirical research (1999–2009). In *Computers and Education*, 2011, Vol. 56, No. 3, p. 769–780. ISSN 0360-1315.
- MORGADO, L.: Technology challenges of virtual worlds in education and training — research directions. In MORGADO, L.: *Proceedings of the IEEE International Conference on Games and Virtual Worlds for Serious Applications*. Bournemouth : Curran Associates, Inc., 2013, Vol. 1, No.1, p. 1-5.
- PORUMBEANU, O. L.: References in the Digital Age: Marketing and Services in Virtual Worlds. In *Studii de Biblioteconomie și Știința Informării*, 2008, No. 12, p. 109-117. ISSN 2392-8107.
- Second Life Statistical Charts*. [online]. [2020-04-05]. Available at: <<http://dwellonit.taterunino.net/sl-statistical-charts/>>.
- Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave vstupuje do Second Life*. [online]. [2020-04-03]. Available at: <<https://www.cinemaview.sk/spravvy/univerzita-sv-cyrila-a-metoda-v-trnave-vstupuje-do-second-life/>>.

WHITE, B. A.: *Second Life: A Guide to Your Virtual World*. Indianapolis : Que, 2008.

Contact data:

Mgr. Alexandra Alföldiová
Faculty of Mass Media Communication
University of Ss. Cyril and Methodius
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVAKIA
alexandra.alfoldiova@student.ucm.sk

DIGITALIZATION AND ITS IMPACT ON INVESTIGATIVE JOURNALISM

Pavel Bielik

Abstract

The work will show a comprehensive set of knowledge about investigative journalism and emphasize a digitization as a fundamental changer in the media world. The scientific study has theoretical character and critically evaluate a knowledge of two areas, data journalism and artificial intelligence, that can bring unprecedented results in relation to investigative journalism and make it even more effective. In study author also deals with the potential cooperation of areas with regard to any factor that will still have an irreplaceable role in journalism because it decides about the most important question – what are we going to explore? This is why journalists have an interesting future with constant changes and challenges.

Key words:

Artificial intelligence. Data journalism. Digitization. Investigative journalism. Journalist. Media.

Introduction: Revolution in Investigative Journalism?

*“It is mainly about feedback that is much stronger than in the print. Furthermore, Aktuality.sk is a much more influential medium than the magazine týždeň, where I had worked before. This means that we also receive several times as many tips for socially important cases,”*¹ replies the investigative journalist Vagovič to a question of what he considers the greatest advantages of online journalism. We cannot disagree with Vagovič, as also Proner states that *“after transition of journalism from the printed to electronic media, methods of journalism had to adjust to a given medium. It was similar with the arrival of the internet. Media world has been changed by digitization and it has led to an emergence of new types of journalism.”*² The statements of the authors are confirmed by numbers. According to the statistics of the portal, which archives the numbers of printed and sold items, the daily number of copies of Nový čas sold had decreased (for the period from November 2015 to January 2020) from 99 819 to 65 507 copies, which is a drop in sales of almost 34% within four years.³ By way of comparison – the number of copies of the daily newspaper SME (for the period of April 2015 – January 2020) had fallen from 33 563 to 21 230, which means a decrease in sales of more than 36% over four years.⁴

¹ JANOČKO, J.: *Marek Vagovič: Naši čitatelia oceňujú, že vieme vysvetliť zložité kauzy jednoduchým spôsobom.* [online]. [cit. 2020-03-21]. Available at: <<https://gaudeo.sk/marek-vagovic/>>.

² PRONER, J.: Vývoj a predpoklady pre vznik dátovej žurnalisiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing.* Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, s. 101.

³ *ABC SR – prehľad výsledkov.* [online]. [2020-03-21]. Available at: <<http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/archiv-vysledkov/>>.

⁴ Tamtiež.

Constant decline in sales of printed newspapers is a fact that, for the Slovak media environment, brings risks from the financial point of view, but also challenges inclined towards positive changes. One of these is general digitization of media and the expansion of internet, which represents radical changes in editorial system, increased demands on multimedia skills of a journalist, or in the overall approach and seeking information and data that willy-nilly transform also the investigative journalism. For a simpler explanation of individual phenomena, we can use the publication *Filozofia a médiá (Philosophy and Media)*, in which Gálik states: “*If our sensory perception and sense of time and space change in connection to media usage, we can assume that our cognition changes accordingly.*”⁵ Gálik is right – cognition changes and so does the approach toward it; just as digitization of media changes the actual approach towards the apprehension and perception of them. In technological view of media, digitization is understood as a process of transformation of media content production, its storage, distribution, and circulation within the audience from an analogue method to digital.⁶

According to Švecová, the features of digital media that have caused significant changes in media environment include: interactivity, nonlinearity, topicality, dematerialization, personalization, hypertextuality, individualization, and deinstitutionalisation,⁷ through which digitization has caused a fundamental transformation of the media world. New media have emerged – newly-arising or relatively new forms of media that differ from the already existing.⁸ According to *Slovník vybraných pojmov mediálnych štúdií (Dictionary of selected terms of media studies)*, digitization has also influenced “*the actual work of journalists and photographers. Higher speed of editing, when it is important for the media to be the first to publish information, places higher demands on photographers, who must process and publish a good shot much faster.*”⁹ Furthermore, digitization was the primary condition that has led to convergence of media to new media, i.e. the media that can be defined as multi-medial, interactive, nonlinear, and also capable of connecting individual communication with mass communication.¹⁰

Interactivity is an interesting principle of new media. It is one of the essential characteristics of new media and is related to a user’s passive perception being replaced with their active approach towards information. In practice, this means that the new media user actively searches for information and content.¹¹ Let us look at another example. Based on research conducted by Kačincová Predmerská and Švecová, it can be stated that both chief editors of the renowned, respectable newspapers (SME and Denník N) use their profiles on the social network Facebook to inform the public about timely social-political-cultural issues. While Kostolný received 5575 reactions, mostly likes, to his posts in March 2019, Balogová had only 1429 reactions (similarly, likes prevailing). Status updates by Matúš Kostolný were shared 802 times, those by Balogová 26

⁵ GÁLIK, S.: *Filozofia a médiá*. Bratislava : IRIS, 2012, p. 26.

⁶ ŠVECOVÁ, M.: *Webová žurnalistika*. Trnava : FMK UCM, 2017, p. 10.

⁷ Ibidem.

⁸ HARCUP, T.: *Oxford Dictionary of Journalism*. New York : Oxford University Press, 2014, p. 196.

⁹ PRAVDOVÁ, H. et al.: *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016, p. 69.

¹⁰ JAKUBOWITZ, K.: *Nová ekologie médií. Konvergenecie a mediamorfóza*. Zlín : VeRBuM, 2013, p. 16.

¹¹ BENKOVÁ, Z.: Nové médiá – teoretické východiská, zmeny v komunikácii v prostredí nových médií a ich dôsledky na používateľa. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, L., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 14.

times.¹² Interaction with target audience, including activities of journalists on the Instagram, thus seems to be one of the main pillars of digitization in the environment of contemporary journalism. Although it could appear that new media provide space mostly for an emergence of less credible media, investigative journalism is also trying to find its place to realize themselves through new options brought by digitization. These could include, for example, investigative podcasts as audio recordings, through which journalists present the recipient with difficult (not only) crime topics. An effort made by the Slovak media to provide episodes of an investigative character cannot be denied, but none of them offer a podcast aimed exclusively at investigative topics. And it is a pity, because spoken word is no longer only a domain of radio.¹³ However, our article offers a look at two areas – data journalism and artificial intelligence – that can cause revolution in investigative journalism, its knowledge and approach in relation to information and data.

1 Data in Investigative Journalism

According to Mičová, a major part of innovative online journalism has arisen in recent years. Its importance is also being stressed by several international associations, which bestow awards for innovative content, global impact, or trend-setting in the area of digital technologies. These include, for example, Webby Awards (presented by the International Academy of Digital Arts and Sciences in 10 categories), Digital Edge (digital innovations), or Eppy (best websites).¹⁴ Accuracy of Mičová's words about innovations in online journalism is also confirmed by the paper written by Višňovský and Kubíková, in which they state that “journalists, who had previously been working on one topic for days or weeks, have now become multimedia journalists tasked to process several topics at the same time, in a form of text, audio, and video, so they can be used for different forms of multi-platform publication.”¹⁵ Nowadays, journalists writing for online media must know more than just to write. In the light of the influences of digital media, such as e.g. overlapping, when content is being adjusted to more platforms, it is necessary to create the aforementioned content differently.¹⁶

According to Gálik, data are information enclosed in computer software and only after being transposed to human conceptual world, can they be called information.¹⁷ Švecová in her publication *Webová žurnalistika (Web Journalism)* therefore states that data journalism is the processing of data into information.¹⁸ A suitable example would be the website Gapmidner. It is a non-profit

¹² KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., ŠVECOVÁ, M.: Komunikácia novinárov na sociálnych sieťach: vlastná iniciatíva alebo povinnosť? In BUČKOVÁ, Z., KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., RUSŇÁKOVÁ L. (eds.): *Megatrendy a médiá 2019: digital universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 139.

¹³ BIELIK, P.: Podcast – a new challenge for opinion-forming periodicals. In KUSÁ, A., ZAUŠKOVÁ, A., BUČKOVÁ, Z. (eds.): *Marketing identity: Offline Is the New Online* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 800

¹⁴ MIČOVÁ, S.: Novinári v prostredí onlinej žurnalistiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 77.

¹⁵ VIŠŇOVSKÝ, J., KUBÍKOVÁ, K.: Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári?. In ČÁBYOVÁ, E., BEZÁKOVÁ, Z., MENDELOVÁ, D. (eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinej a offlinej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 199.

¹⁶ MIČOVÁ, S.: Novinári v prostredí onlinej žurnalistiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 78.

¹⁷ GÁLIK, S. : *Filozofia a médiá*. Bratislava : IRIS, 2012, p. 51, 52.

¹⁸ ŠVECOVÁ, M.: *Webová žurnalistika*. Trnava : FMK UCM, 2017, p. 90.

organization that aims to explain the functioning of the world through data. The site offers a tool of data visualization that the user can interact with directly.¹⁹

Process of recognition, according to Gálik, has two aspects: “*the first one is the perception of external stimuli and their processing in the consciousness, the second one are the actual thinking and recognition which, through memory, chain visions into meaningful shapes, based on which humans recognize.*”²⁰ Recognition of data is also highly important for an investigative journalist. To be able to properly analyse data, to find connections, and to create journalistically attractive content and stories through data, we first need to understand them. The importance of working with data is also stressed by Proner, who states that “*in current fast information age, it is important to provide readers with information which they can access fast, easily, and which offer clear and transparent information about a given topic. Newsrooms around the world realize the power of data based on which they can create new stories.*”²¹ Media owners are also looking for new ways to make the content more attractive, to save costs of work and content production, to speed up the publication, and, naturally, to gain and maintain the attention of a recipient in the attractive environment of the internet.²² One of the ways to achieve this could be through data journalism, contribution of which might not be seen by an ordinary recipient, but which has become an integral part of online journalism and a full-fledged instrument of investigative journalism in collecting and analysing large volumes of data. It is not a new concept, just a method of journalistic activity that is adjusting to current level of communication technologies and media, such as an interactive method of “storytelling” in multiple dimensions and layers through multiple types of media.²³

Data journalism is, according to several field experts, a source of various new topics, but also a new method of telling a story, using an increasing number of visual elements. That is why internet is an ideal place for dissemination of data journalism, as it provides this activity with hypertext, interactivity, and multimediality.²⁴ Journalists need to understand the meaning of the analysed data. In past, information used to be collected at meetings; in future, however, we will have to analyse data, have the right tools, and be able to choose what is important to provide the public with comprehensible content and explain, how the data show that things fit together and create meanings. Data journalism is, therefore, the future of investigative journalism. It can help with exposing cases of corruption or other antisocial behaviour. We are living in the world of data and we regularly create them, whether it is by communication on social networks, searching for information on the internet, or records of our online shopping.²⁵ Currently, we generate two and half quintillion bytes (two and half million terabytes) a day, while 90% of all the data had been

¹⁹ PRONER, J.: Vývoj a predpoklady pre vznik dátovej žurnalisiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 100.

²⁰ GÁLIK, S.: *Filozofia a médiá*. Bratislava : IRIS, 2012, p. 28.

²¹ PRONER, J.: Vývoj a predpoklady pre vznik dátovej žurnalisiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 98.

²² VIŠŇOVSKÝ, J., KUBÍKOVÁ, K.: Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári?. In ČÁBYOVÁ, E., BEZÁKOVÁ, Z., MENDELOVÁ, D. (eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinej a offlinej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 197.

²³ PRAVDOVÁ, H., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. a kol.: *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016, p. 33.

²⁴ ŠVECOVÁ, M.: *Webová žurnalistika*. Trnava : FMK UCM, 2017, p. 90.

²⁵ PRONER, J.: Vývoj a predpoklady pre vznik dátovej žurnalisiky. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, E., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 100.

created in the period of 2015 – 2017.²⁶ Until the year 2015, we had thus generated only 10% of all data in existence. To clarify – one terabyte drive can store as many as 200 000 songs. What does this mean? An investigative journalist no longer has to approach and have good relationships with various contacts and anonymous sources, as it used to be before. They only have to analyse the generated data, look for significant patterns, and write stories for a recipient. A good example of this would be the case of Panama Papers – a result of high-quality data journalism and the biggest project of this kind in history (400 journalists from 80 countries around the world) that shook the world because of 11.5 million secret documents leaked from a Panamanian firm Mossack Fonseca. It specialized in corporate clientele. The documents also contained detailed information about more than 214 000 offshore companies and their ownership structures of a size of 2.6 terabytes. This is only a small fraction of data generated in one day, as the Figure 1 shows.

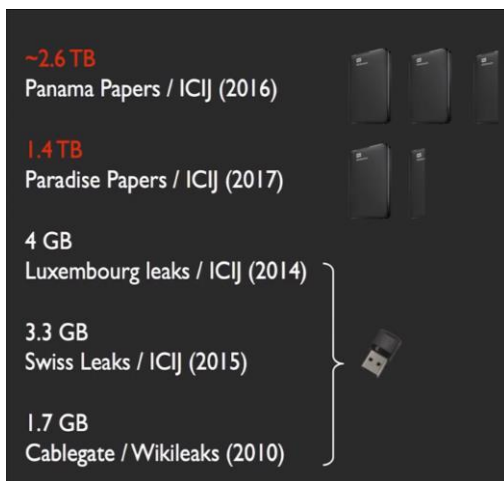


Figure 1 - Size of data needed to expose individual cases.

Source: *How is data journalism changing the newsroom?* [online]. [2020-03-21]. Available at: <<https://www.youtube.com/watch?v=iJKIWxYEAZI>>.

2 Artificial Intelligence Can Also Detect Fake News

“Presently, we are witnessing enormous (in regards of speed, power, and overall influence on society and its processes) shifts, influenced by constant technologization, robotization, and introduction of artificial intelligence,”²⁷ says Kačínová Predmerská. For example, after the Chinese state news agency Xinhua presented the first male virtual news anchor fitted with artificial intelligence named Qiu Hao in November 2018, it also became the turn of first female AI news presenter introduced in March 2019.²⁸ American daily newspaper Washington Post uses the system Heliograf to communicate information about elections and sports events, New York Times uses Perspective API to moderate discussions below articles, several newspapers work with tools of computer vision from Google or Amazon that can detect people and objects on photographs or

²⁶ *How is data journalism changing the newsroom?* [online]. [2020-03-21]. Available at: <<https://www.youtube.com/watch?v=iJKIWxYEAZI>>.

²⁷ KAČINOVÁ PREDMERSKÁ, A.: Robotická žurnalistika – výhra či prehra novinárov? In BUČKOVÁ, Z., KAČINOVÁ PREDMERSKÁ, A., RUSŇÁKOVÁ L. (eds.): *Megatrendy a médiá 2019: digital universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 77.

²⁸ *V Číne budú mať prvú virtuálnu hlásateľku, ktorá je dielom umelej inteligencie.* [online]. [2019-03-26]. Available at: <<https://www.pcrevue.sk/a/V-Cine-budu-mat-prvu-virtualnu-hlasatelku--ktora-je-dielom-umelej-inteligencie>>.

videos.²⁹ Innovations in American journalism are also proved by the daily newspaper Los Angeles Times, which was the first to inform about an ongoing earthquake five years ago. “*The story was written and sent to be published within three minutes. One of the journalists and a programmer of the newspaper Ken Schwencke designed an algorithm that, after an earthquake occurs, automatically selects information, inserts it in a preset template and sends it to an editor (this time not a robotic machine, but a real person),*”³⁰ Kačincová Predmerská adds. Denník E journalist Podroužek agrees with the statement and says that “*passionate debate is currently being led around using the artificial intelligence, i.e. AI. Although current implementations of AI are still far from being generally intelligent, even today they are capable of assisting us in specific areas, where they work more efficiently than humans.*”³¹ Tuck, an investigative journalist, who has worked for a German television for 35 years and covered the Persian Gulf War as a war correspondent, defines artificial intelligence as software that writes for itself. For Denník N, he has illustrated this through an example of stock brokers that are gradually being replaced by increasingly powerful computers that can make deals worth billions in a fraction of a second.³²

Artificial intelligence can nowadays make a distinction between human-written and automatically generated text. System Giant Language Model Test Room can detect certain patterns in text and determine, whether the sentences are too predictable to be written by a real person. It is expected that similar software could one day be used to identify disinformation, fake bot-generated news, and uncover deepfakes, i.e. computer-generated videos, which is undoubtedly positive news for journalism.³³ The significance of artificial intelligence also manifested itself during the pandemic outbreak in Europe at the beginning of the year that has caused a state of emergency in many countries. Health organizations informed about the outbreak of new coronavirus in the city of Wuhan in China at the beginning of January 2020. However, they were not the first. Artificial intelligence from Canada was several days ahead and informed its customers about spreading of the virus on 31st December.³⁴

In newspapers, artificial intelligence can be used in many areas, not only to do the tedious and repetitive tasks (writing about sports, economic, or election results). It can also help with analysing large amounts of data, in which it (or a journalist) could find anomalies that might have been overlooked at first sight. This leads to a growth of importance of investigative IT journalism, which analyses functioning of algorithms, as the influence of these on the world is growing and, therefore, it is important to constantly check their codes and functioning.³⁵ Cooperation of the two areas mentioned in the introduction of the article – data journalism and artificial intelligence – could in

²⁹ STRUHÁRIK, F.: *MediaBrifing: Sedem trendov IT, ktoré môžu zmeniť médiá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1614955/mediabrifing-sedem-technologii-ktore-mozu-zmenit-media/>>.

³⁰ KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A.: Robotická žurnalistika – výhra či prehra novinárov? In BUČKOVÁ, Z., KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., RUSŇÁKOVÁ L. (eds.): *Megatrendy a médiá 2019: digital universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 79.

³¹ PODROUŽEK, J.: *Umelá inteligencia bude za nás rozhodovať čoraz častejšie. Máme jasno v tom, čo všetko jej povolíme?* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://e.dennikn.sk/1637539/umela-inteligencia-bude-za-nas-rozhodovat-coraz-castejsie-mame-jasno-v-tom-co-vsetko-jej-povolime/>>.

³² HORÁK, O.: *Autor knihy Evolúcia bez nás: Atómové zbrane sú nič v porovnaní s umelou inteligenciou*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1463480/autor-knihy-evolucia-bez-nas-atomove-zbrane-su-nic-v-porovnanii-s-umelou-inteligenciou/?ref=in>>.

³³ STRUHÁRIK, F.: *MediaBrifing: Sedem trendov IT, ktoré môžu zmeniť médiá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1614955/mediabrifing-sedem-technologii-ktore-mozu-zmenit-media/>>.

³⁴ ZELNÁ, R.: *Umelá inteligencia varovala pred čínskym vírusom ako prvá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://tech.sme.sk/c/22311465/umela-inteligencia-varovala-pred-cinskym-virusom-ako-prva.html>>.

³⁵ STRUHÁRIK, F.: *MediaBrifing: Sedem trendov IT, ktoré môžu zmeniť médiá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1614955/mediabrifing-sedem-technologii-ktore-mozu-zmenit-media/>>.

future bring unprecedented results in relation to investigative journalism, which keeps on discovering more and more efficient tools thanks to them. However, human factor will always be irreplaceable in investigative journalism, as it decides the most important question – what are we going to investigate? The economist Ware, who spoke at Bratislava FTRNW (FutureNow) Conference, where he was talking about the influence of artificial intelligence on labour market, also believes that the work in future will not be done exclusively by robots, because they will largely require human assistance.³⁶

Journalists from the daily newspaper SME also asked themselves the question of what to investigate and, with an assistance of programmers, had worked for several months on developing an automated system, which proved to be efficient, fast, and error-free (in regards to data) during the parliamentary election in February 2020. An experiment like this has probably never been tried in Slovak journalism before. A sample of it is provided on Figure 2. *“We thought that people might want to know how it ended at their home. And they should be given such information in a comprehensible manner; therefore, for the first time here in SME, we let the robots write texts almost indistinguishable from those written by a person,”*³⁷ said Podstupka and Prokopčák, SME journalists. On the newspaper website, there is also a section “SME AI”, where all articles generated by the automatic system can be found.³⁸

Výsledky podľa krajov

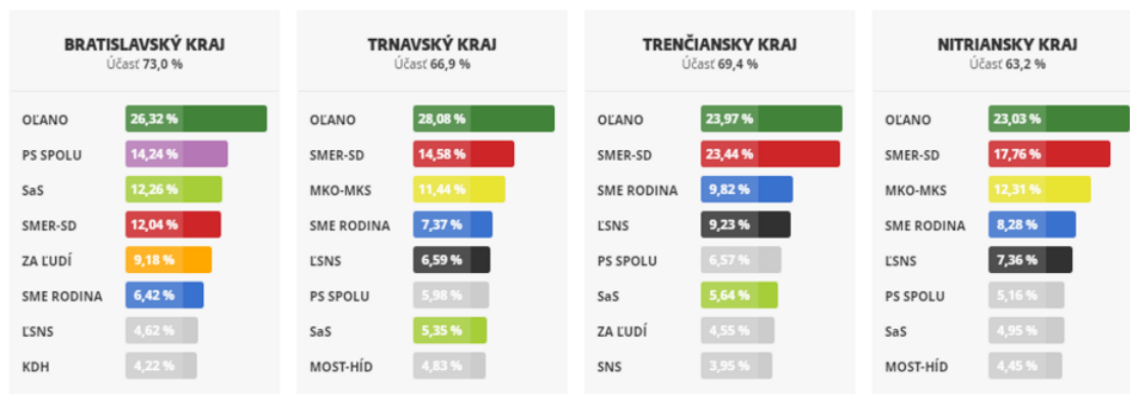


Figure 2 - Results of parliamentary election based on the automated system

Source: SME. [cit. 20.3.2020] Available at: <<https://komentare.sme.sk/c/22348295/prezradime-vam-ako-sa-pracovalo-na-volbach-v-sme.html>>.

Conclusion

In past, journalists encountered a problem of lack of information; nowadays, there is too much information and data. Digitization has caused fundamental changes in media world. It has brought nonlinearity, dematerialization, and other changes that the press must adjust to. It has caused changes also in the editorial system – placing higher demands on multimedia skills of journalists and increasingly significant overall approach and recognition of information and data that also

³⁶ HORÁK, O.: *Umelá inteligencia pripraví o prácu milióny. Čo urobíme s miliónmi šoférov? pýta sa britský ekonóm* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1659209/umela-inteligencia-pripravi-o-pracu-miliony-co-urobime-s-milionmi-soferov-pyta-sa-britsky-ekonom/>>.

³⁷ PROKOPČÁK, T., PODSTUPKA, O.: *Na SME.sk sme prekonalí rekordy. Prezradíme, ako sa to stalo.* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://komentare.sme.sk/c/22348295/prezradime-vam-ako-sa-pracovalo-na-volbach-v-sme.html>>.

³⁸ *SME AI.* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://www.sme.sk/aut/4054/sme-ai/>>.

influence investigative journalism. It has also affected two areas – data journalism and artificial intelligence – which might cause revolution in investigative journalism and its knowledge approach related to information and data. Furthermore, cooperation of the two abovementioned areas can in future bring unprecedented results in relation to investigative journalism, which, thanks to them, keeps finding more efficient tools for analysing and visually more attractive processing of data.

One of the examples could also be the case of Panama papers as a result of data journalism, but also the American newspaper Washington Post system Heliograf being used to share information, or the automated system by the daily newspaper SME used during the 2020 parliamentary election. Artificial intelligence can also assist with analysing larger amounts of data, where it can find anomalies that a journalist can overlook at first sight. On the other hand, we have found unused space among the Slovak mainstream media in investigative journalism in the area of audio content. There are currently several investigative podcasts running abroad, such *The Mother Jones Podcast*, *Alaska Unsolved*, *Wildfire* or *Serial Podcast*, which caused a rapid growth of interest in audio content in 2014. To create investigative journalism in this format is undoubtedly more difficult in regards to both time and content; however, with a view of the affairs resonating in the society, their popularity in Slovakia could grow.³⁹ On the other hand – thanks to digitization and internet expansion, a renowned investigative journalist Pavol Fejér is able to bring his programme *Za Čiarou* (Behind the Line) through Youtube channel of the daily newspaper SME.

It will certainly be interesting to see, how the media cope with disinformation, as there already is a system that can find certain patterns in text and detect whether the sentences are too predictable to be written by a real person. For example, the University of Texas at Arlington, in cooperation with Google, is working on systems that could be used for automated fact-checking. Media environment, overloaded with contents containing also a high amount of manipulative and false information, undermines the position of and trust in mainstream media, which are closely linked to the work of investigative journalists. Therefore, an interesting future, connected to constant changes and challenges that have been started by digitization, awaits investigative journalism.

Acknowledgement: The study was elaborated within a national research project supported by the Grant Agency of the Ministry of Education, Science, Research and Sport of the Slovak Republic and the Slovak Academy of Sciences (VEGA) No. 1/0283/20, titled 'Synergy of the Media Industry Segments in the Context of Critical Political Economy of Media'.

Literature and Sources:

ABC SR – *prehľad výsledkov*. [online]. [2020-03-21]. Available at: <<http://www.abcsr.sk/aktualne-vysledky/archiv-vysledkov/>>.

BIELIK, P.: Podcast – a new challenge for opinion-forming periodicals. In KUSÁ, A., ZAUŠKOVÁ, A., BUČKOVÁ, Z. (eds.): *Marketing identity: Offline Is the New Online* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 788-802.

BENKOVÁ, Z.: Nové médiá – teoretické východiská, zmeny v komunikácii v prostredí nových médií a ich dôsledky na používateľa. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, L., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 12-21.

GÁLIK, S.: *Filozofia a médiá*. Bratislava : IRIS, 2012.

HARCUP, T. : *Oxford Dictionary of Journalism*. New York : Oxford University Press, 2014.

HORÁK, O.: *Autor knihy Evolúcia bez nás: Atómové zbrane sú nič v porovnaní s umelou inteligenciou*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1463480/autor-knihy-evolucia-bez-nas-atomove-zbrane-su-nic-v-porovnanii-s-umelou-inteligenciou/?ref=in>>.

HORÁK, O.: *Umelá inteligencia pripraví o prácu milióny. Čo urobíme s miliónmi šoférov? pýta sa britský ekonóm* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1659209/umela-inteligencia-pripravi-o-pracu-miliony-co-urobime-s-milionmi-soferov-pyta-sa-britsky-ekonom/>>.

How is data journalism changing the newsroom? [online]. [2020-03-21]. Available at: <<https://www.youtube.com/watch?v=iJKIWxYEAZI>>.

JAKUBOWITZ, K.: *Nová ekologie médií. Konvergenie a mediamorfóza*. Zlín : VeRBuM, 2013.

JANOČKO, J.: *Marek Vagovič: Naši čitatelia oceňujú, že vieme vysvetliť zložité kauzy jednoduchým spôsobom*. [online]. [cit. 2019-12-31]. Available at: <<https://gaudeo.sk/marek-vagovic/>>.

KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A.: *Robotická žurnalistika – výhra či prehra novinárov?* In BUČKOVÁ, Z., KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., RUSŇÁKOVÁ L. (eds.): *Megatrendy a médiá 2019: digital universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 77-88.

KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., ŠVECOVÁ, M.: *Komunikácia novinárov na sociálnych sieťach: vlastná iniciatíva alebo povinnosť?* In BUČKOVÁ, Z., KAČINCOVÁ PREDMERSKÁ, A., RUSŇÁKOVÁ L. (eds.): *Megatrendy a médiá 2019: digital universe* : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 139-161.

Kolektív autorov: *Príručka dátovej žurnalistiky*. Bratislava : Nadácia otvorenej spoločnosti, 2016.

MIČOVÁ, S.: *Novinári v prostredí onlinovej žurnalistiky*. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, Ľ., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 75-82.

PRAVDOVÁ, H. et al.: *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií: Kľúčové termíny v súčasnej mediálnej komunikácii*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016.

PODROUŽEK, J.: *Umelá inteligencia bude za nás rozhodovať čoraz častejšie. Máme jasno v tom, čo všetko jej povolíme?* [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://e.dennikn.sk/1637539/umela-inteligencia-bude-za-nas-rozhodovat-coraz-castejsie-mame-jasno-v-tom-co-vsetko-jej-povolime/>>.

PROKOPČÁK, T., PODSTUPKA, O.: *Na SME.sk sme prekonalí rekordy. Prezradíme, ako sa to stalo*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://komentare.sme.sk/c/22348295/prezradime-vam-ako-sa-pracovalo-na-volbach-v-sme.html>>.

PRONER, J.: *Vývoj a predpoklady pre vznik dátovej žurnalistiky*. In GÁLIKOVÁ TOLNAIOVÁ, S., GREGUŠ, Ľ., PRONER, J. (eds.): *Quo vadis massmedia & marketing*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 98-106.

ŠVECOVÁ, M.: *Webová žurnalistika*. Trnava : FMK UCM, 2017.

SME AI. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://www.sme.sk/aut/4054/sme-ai>>.

STRUHÁRIK, F.: *MediaBrífing: Sedem trendov IT, ktoré môžu zmeniť médiá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://dennikn.sk/1614955/mediabrifing-sedem-technologiei-ktore-mozu-zmenit-media/>>.

V Číne budú mať prvú virtuálnu hlásateľku, ktorá je dielom umelej inteligencie. [online]. [2020-03-21]. Available at: <<https://www.pcrevue.sk/a/V-Cine-budu-mat-prvu-virtualnu-hlasatelku--ktora-je-dielom-umelej-inteligencie>>.

VIŠŇOVSKÝ, J., KUBÍKOVÁ, K.: *Čo si myslia o inováciách v žurnalistike slovenskí novinári?* In ČÁBYOVÁ, Ľ., BEZÁKOVÁ, Z., MENDELOVÁ, D. (eds.): *Marketing Identity 2019: Offline Is the New Online - aktuálne výzvy onlinovej a offlinovej komunikácie*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2019, p. 193-204.

ZELNÁ, R.: *Umelá inteligencia varovala pred čínskym vírusom ako prvá*. [online]. [2020-03-19]. Available at: <<https://tech.sme.sk/c/22311465/umela-inteligencia-varovala-pred-cinskim-virusom-ako-prva.html>>.

Contact data:

Mgr. Pavel Bielik
University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava
Faculty of Mass Media Communication
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVAKIA
bielik.pali@gmail.com

ZAČÍNAJÚCI NOVINÁR V PRAXI

Young Journalist in Praticice

Lubica Bôtošová

Abstrakt

Tento vedecký článok sa zameriava na prácu začínajúceho novinára v mediálnom prostredí. Popisuje jednotlivé kroky teoretickej a technickej prípravy redaktora, tvorby materiálu do rozhlasového vysielania počnúc výberom témy až po realizáciu a následné spracovanie získaného materiálu. Súčasťou je aj definovanie jednotlivých rád počas nahrávania a získavania materiálu pre následné spracovanie do rozhlasového vysielania v rôznych podmienkach. V článku sumarizujeme základné zásady práce novinára v praxi, ktoré pomôžu začínajúcim jedincom lepšie vypracovať stanovené úlohy z redakcie. Praktické rady vychádzajú zo skúseností počas stáže na Medzinárodnom filmovom festivale v Karlových Varoch 2019.

Kľúčové slová:

Prax. Príprava redaktora. Rozhlas. Rozhlasový redaktor. Rozhlasové vysielanie.

Abstract

This scientific article focuses on the work of a young journalist in the media environment. It describes the individual steps of theoretical and technical preparation of the reporter, creation of material for radio broadcasting, starting with the selection of the topic up to the realization and subsequent processing of the obtained material. It also includes defining individual advice during recording and retrieving material for subsequent processing into radio broadcasts under various conditions. The article summarizes the basic principles of journalist work in practice, which will help novice individuals to better elaborate set tasks from the editorial office. Practical advice is based on experience during the internship at the Karlovy Vary International Film Festival 2019.

Key words:

Practice. Reporter's preparation. Radio. Radio reporter. Radio broadcasting.

Úvod

Rozhlasové vysielanie je osobitá forma sprostredkovania informácií, ktorá mala už oddávna dôležitú funkciu. Jej výhodou je schopnosť sprostredkovať informáciu tu a teraz. Príprava kvalitných mediálnych výstupov do rozhlasového éteru je však podmienená pracovnou silou v podobe rozhlasových pracovníkov. Táto práca nie je jednoduchá, nepraje labilným a nepriebojným osobnostiam, ktoré nie sú cieľavedomé. Redaktor musí vedieť, aký materiál chce získať, už pred tým, než odíde z redakcie, prípadne z press centra. Všetky skúsenosti a zručnosti rozhlasových pracovníkov by mali byť podložené teoretickými znalosťami a základnými zásadami práce novinára doplnené aj o aktívnu prácu v teréne. Praktické skúsenosti sú nespochybniteľne prínosné pre rast a profesionalitu rozhlasového pracovníka. Len tie môžu využiť v ďalšej práci novinára. Skúsenosti v teréne a reálnom pracovnom prostredí naučia človeka pracovitosti, svedomitosti pri práci, vynaliezavosti, pohotovosti, ale aj improvizácii či priznaní si chyby a jej rýchlej nápravy. Ďalším faktorom či hovorovo „skúškou ohňom“ sú viacdnňové akcie, festivaly, stretnutia či konferencie, ktoré má novinár mediálne pokryť. Stres, neustála potreba prinášať nové a nové témy, príspevky,

materiál do vysielania môže jednotlivca presvedčiť o tom, že práca v teréne nie je pre neho. Medzi kompetencie patrí aj výber témy, vybavovanie respondentov, dohoda konkrétnej témy s editorom a samotná realizácia rozhovoru, spracovanie, príprava textových podkladov a podobne. Všetko v krátkom časovom intervale, nakoľko je potrebné dodať informáciu čo najskôr. Študenti Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave zdokonaľujú svoje novinárske zručnosti v rámci rádia Aetter, ak hovoríme o oblasti rozhlasového vysielania. Prácu v teréne na niekoľko dní počas významného Medzinárodného filmového festivalu Karlove Vary 2019 alebo aj KVIFF 2019 skúsili vybraní študenti, ktorí sú vďaka tejto skúsenosti otestovaní do praxe. Počas jedenástich dní si vyskúšali novinársku prácu pre slovenské médiá. V tomto príspevku sumarizujeme základné kroky začínajúceho rozhlasového pracovníka pri tvorbe príspevku do vysielania podložené na pracovných skúsenostiach z uvedeného filmového festivalu.

1 Rozhlasový redaktor

Rozhlasový pracovník, resp. moderátor by mal byť profesionálny masmediálny pracovník. Vo vysielaní je pre poslucháča spoločníkom, ktorý má mať jazykovo-štylistickú vybavenosť. Ak hovoríme o verejnoprávnej inštitúcii, moderátor, resp. redaktor by mal mať byť vzdelaný, psychicky odolný voči stresu, vierohodný, schopný improvizovať, zrozumiteľne sa vyjadrovať a mať mikrofonický hlas.¹ Novinárska činnosť ako taká je považovaná za kreatívnu profesiu, preto by mali žurnalisti okrem iného disponovať schopnosťou byť citliví, vnímaví, schopní pohotovo produkovať nápady a myšlienky. Mali by vedieť analyzovať a pružne reagovať na vzniknuté situácie.² Ak spomíname základné charakteristické črty novinára, je nevyhnutné, aby sme uviedli aj záporné vlastnosti novinára. Medzi ne patrí napr. byť agresívny, bezzásadový, chamtivý a príliš dôverčivý, náladový, lenivý vykonávať svoju prácu, podľahnúť stereotypom, byť zábudlivý alebo vulgárny. Nemal by hrubo vystupovať na verejnosti ani sa izolovať od spoločnosti.³ Novinárska profesia je nesmierne náročná práca z psychickej, ale aj fyzickej stránky. Novinár musí kreatívne pristupovať k aktuálnym témam a neustále aj prinášať nové nápady na spracovanie. Jednou z významných podmienok práce novinára je zachovávať a ctíť etické princípy. V rozhlasovej praxi rozlišujeme tri druhy rozhlasových pracovníkov: rozhlasový moderátor, redaktor a hlásateľ, resp. spíker. Pre naše potreby dôslednejšie charakterizujeme pracovnú pozíciu rozhlasového redaktora.

Rozhlasový redaktor je tvorivá osobnosť v kolektíve rozhlasových pracovníkov, ktorá pripravuje materiál do vysielania. Vytvára rozhlasové relácie či príspevky do vysielania, vyberá zaujímavé informácie, ktoré sú aktuálne, a tiež nahráva v teréne. K tejto práci patrí výber témy, príprava textového materiálu, ale aj zber zvukových materiálov spolu s textovými podkladmi pre moderátora, v posledných rokoch však vzniká aj situácia, že redaktor si reláciu sám moderuje, a tak sa tieto dve pozície prelínajú.⁴ Redaktor je významnou časťou rozhlasovej redakcie, ktorý prispieva zvukovým materiálom a aktuálnymi témami. Tým obohacuje a spestruje vysielanie. Je nutné, aby rozhlasoví pracovníci priblížili spracovanú tému nielen v príspevkoch, ale aj počas jednotlivých vstupov či interpretovaní príspevku tak, aby jej rozumel každý poslucháč. Mali by tiež zachytiť všetky dôležité informácie obsiahnuté v príspevku.

¹ LEHOCZKÁ, V.: *Transkultúrne kontexty v rozhlasovej komunikácii verejnoprávneho Slovenského rozhlasu*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2010, s. 133.

² BREČKA, S., ONDRÁŠIK, B., KEKLAK, R.: *Médiá a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava : Eurokódex, 2010, s. 93.

³ TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. Bratislava : SOFA, 2007, s. 133 – 134.

⁴ CHUDINOVÁ, E., LEHOCZKÁ, V.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie v Trnave, 2005, s. 10.

1.1 Príprava do terénu

Výber témy je dôležitou súčasťou rozhlasového vysielania a určuje aj žáner príspevku. Okrem toho má téma význam pre zaujatie pozornosti poslucháčov. Pre rozhlasového redaktora je výber témy jednou z najelementárnejších činností v rámci jeho pracovnej náplne. Z tohto dôvodu musí mať rozhlasový redaktor prehľad o problematike, ktorá je pre rozhlasovú stanicu podstatná. Cieľom regionálnych rádii je napr. poskytovať informácie najmä pre poslucháčov z regiónu, hovoriť a predostrieť témy, ktoré sa ich bytostne dotýkajú, žijú s nimi alebo ich trápia či hnevajú. Citlivosť výberu témy alebo aj nápad na dobrú tému je všade okolo nás, vzniká z rozhovorov a často vyplynie z bežného života. Redaktorská príprava je však nutná v každom prípade a netreba ju podceňovať. Patrí do nej príprava:

- **Technická**, ktorá je dôležitá z dôvodu nutnosti zaznamenávať zvuk, aby s ním mohol ďalej redaktor pracovať. V rozhlasovej praxi sa stáva, že získaný materiál je mnohonásobne väčší než ten, ktorý naozaj potrebujeme do finálnej verzie príspevku. Redaktori by si mali vytvoriť vlastný onlinový archív, z ktorého neskôr môžu získať informácie do zahĺbsenia alebo odhlásenia. Kvalitné nahrávacie zariadenie však nemusia mať k dispozícii všetci redaktori. Pre začínajúceho rozhlasového redaktora postačí diktafón s náhradnými batériami v prípade ich vybitia a tzv. protiveterná ochrana alebo pena, ktorá zamedzí vzniku tzv. náfukov (najmä pri vyslovovaní spoluhlások b a p) alebo prasknutí, mľasknutí či prepálenia zvukovej nahrávky. Povinnou výbavou redaktora by mali byť aj slúchadlá, pretože vďaka nim počuje redaktor už na mieste spomínané negatívne aspekty a môže respondentu požiadať o opätovné nahranie.
- **Teoretická**, ktorá spočíva najmä v štúdiu faktov o téme, prípadne o ľuďoch, ktorí sú dôležití pre spracovanie témy. Ak je téma ťažšia na spracovanie a situácia si vyžaduje aj širší prehľad o problematike, je potrebné, aby mal redaktor prehľad napr. aj v zákonoch či vyhláškach alebo nariadeniach. Pri slávnych osobnostiach či odborníkoch v istej problematike môže redaktorovi pomôcť aj štúdium doterajších rozhovorov alebo mediálnych výstupov, aby sa počas rozhovoru vyhol stereotypným otázkam, ktoré by mohli nahnevať respondentu alebo znížiť obraz respondentu o redaktorovej neznalosti témy. Ak si redaktor pripravuje otázky, mal by dbať aj na ich formuláciu, aby sa neopakovali tie isté opytovacie zámená v úvode otázky alebo aby redaktor formuloval otvorenú otázku, ktorá dáva priestor opýtanému vyjadriť sa.

Posledným krokom redaktora pred realizáciou rozhovoru je **dychová a jazyková rozcvička**. Začínajúci redaktor má pred sebou výzvu osloviť respondentu, ktorého zvukový záznam musí dodať do kompletného rozhlasového materiálu pre vysielanie. Oslovovanie respondentov je jedným z primárnych úkonov pri tvorbe príspevku. Môže to byť osobné oslovenie, a to formou vystihnutia tej správnej chvíle respondentu osloviť, keď je v jeho priamej blízkosti. Mal by sa však držať niekoľkých zásad:

- neoslovovať ho, ak je v blízkosti svojich známych, prípadne je nejakým spôsobom zaneprázdnený;
- osloviť by ho mal slušne, mal by ho pozdraviť, predstaviť sa a tiež povedať meno rozhlasovej stanice, pre ktorú pracuje;
- je dôležité, aby prišiel za respondentom až vo chvíli, keď presne vie, čo od neho chce počuť, treba mu načrtnúť celý zámer príspevku, aby vedel, čo od neho redaktor chce;
- ak ide o kratšiu výpoveď, je možné ho osloviť priamo na mieste, ak má čas a je tejto verzii nahrávania prístupný;
- ubezpečiť respondentu, že nahrávaný materiál nejde do vysielania priamo, že nemusí mať strach zo zlyhania;
- je dobré, ak redaktor vyhotoví nahrávku aj so svojim úvodným predstavením respondentu, bude mať lepší pocit, že o ňom vie redaktor viac.

1.2 Zásady tvorby

Pri realizácii a stretnutí sa s respondentom treba pamätať na to, že zaznamenávame zvukový materiál, z praktickej stránky je teda dôležité nehučné prostredie, v ktorom vás počas rozhovoru nebude nik vyrušovať. V tejto kapitole uvádzame jednotlivé používané rozhlasové žánre spolu s radami pre redaktorov.

Pri *ankete* je nerealizovateľné, aby ste mali v pozadí pokoj a ticho. V tomto prípade je nutné počuť ruch ulice, a to, že redaktor získava materiál priamo v uliciach alebo na mieste, kde sa niečo deje. Musíme pamätať, že opýtaní nemusia byť mediálne zdatní, a preto sa môže stať, že si redaktor vypočuje nemilé slová na svoju adresu, najmä ak spracúva tému, ktorá aktuálne rezonuje v spoločnosti a verejnosť je nahnevaná (napr. zvyšovanie miestnych daní alebo zrušenie vzdelávacieho zariadenia a pod.). Redaktor by mal už pristúpiť k potenciálnemu respondentovi so zapnutým nahrávacím zariadením, mal by sa v krátkosti predstaviť a povedať, pre akú organizáciu pracuje, a akej téme sa aktuálne venuje. Veľakrát vám respondent povie, že on nič o téme nevie a povie len pár slov, no aj tým krátkym vyjadrením sa dá trefne pomenovať a vyjadriť názor. Ak vám respondent naozaj nechce nič povedať, skúste mu predostrieť zopár pomocných otázok, rozhovoriť sa. Ak vám aj respondent povie vyjadrenie, ktoré by sa vám hodilo do príspevku, no zdôrazní, že nechce, aby sa použilo, musíte to rešpektovať. Redaktor môže použiť cudzí hlas na popísanie atmosféry v okolí či istých skutočností, a práve preto sa niekedy stane, že respondent si myslí, že nemá čo povedať, no pre rozhlasové vysielanie je veľmi dôležitým doplnkom príspevku.

Pri *rozhovoroch* je realizácia úplne odlišná. Existujú dva typy rozhovorov. **Spravodajský rozhovor** je považovaný za jeden z najviac využívaných žánrov v rozhlasovom spravodajstve. Skladá sa z otázky autora a odpovede nositeľa informácie a musí spĺňať kritériá, aby mohol byť odvysielaný samostatne – musí sa začínať otázkou redaktora. Existujú dve podoby rozhovoru: operatívny rozhovor – nepripravený (napr. na tlačovej konferencii) a spravodajské interview – špeciálna príprava.⁵ Interview si vyžaduje precíznu prípravu a aj stratégiu rozhovoru, ktorý je podľa H. Bakičovej a S. Ruß-Mohl mnohokrát aj zameraním síl moderátora a recipienta.⁶ Spravodajský rozhovor, resp. interview je dialóg, ktorý podáva recipientovi aktuálne informácie. Dôležitá je úvodná časť rozhovoru, pretože tá má za úlohu osloviť adresáta.⁷ **Publicistický rozhovor** informuje, ale využíva aj analytické prvky využité v širších súvislostiach. Vyznačuje sa vyjadrovaním stanoviska, polemickým napätím, snahou dospieť k vyjasneniu sporných otázok. Je nevyhnutné, aby redaktor bezprostredne reagoval na to, čo druhý komunikant hovorí. Existuje niekoľko typov publicistického rozhovoru: reportážny, komentujúci, analyzujúci a portrétny.⁸ Rozhovor, resp. interview má za úlohu zaujať stanovisko k určitej problematike, vystupujú v ňom pýtajúci sa a odpovedajúci. V závislosti od miery ich účasti sa interview rozdeľuje na:

- čisté interview (prítomní obaja komunikanti);
- monologizované (otázky nie sú v texte, ale vyplývajú z odpovedí);
- rozprava (pýtajúci sa a odpovedajúci majú vyrovnanjšiu pozíciu – otázky sú dlhšie);
- autointerview (otázky si kladie sám odpovedajúci);

⁵ CHUDINOVÁ, E., LEHOCZKÁ, V.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie v Trnave, 2005, s. 67.

⁶ BAKIČOVÁ, H., RUß-MOHL, S.: *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha : Grada Publishing, 2005, s. 63.

⁷ FOLLRICHOVÁ, M., TUŠER, A.: *Teória a prax novinárskych žánrov I*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 1998, s. 22.

⁸ FOLLRICHOVÁ, M., TUŠER, A.: *Teória a prax novinárskych žánrov I*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 1998, s. 86.

- nepravé interview (odpovede autor nájde v inom predtým publikovanom texte).⁹

Hovorili sme už o príprave na *rozhovor*, jeho definícií a dôslednom naštudovaní si preberanej problematiky či osobnosti respondenta, ale aj faktor príjemného prostredia, ktoré nie je hlučné, má významný vplyv na získanie kvalitného materiálu. Ak je respondent príjemne naladený, bude mať aj lepšie odpovede na otázky. Nahrávať však môžete aj na ulici, v parku, na námestí, no vyvarovať by ste sa mali miestam v blízkosti cestných komunikácií, železničných staníc, miestam, kde niečo renovujú a rekonštruujú, prípadne budujú. Pri neutrálnych témach je azda najvhodnejší priestor kancelária respondenta. Viete, že budete mať priestor a čas na osobný rozhovor, ale aj priestor myslieť a pozorne počúvať. Pretože počúvať počas rozhovoru je nesmierne dôležité.

Respondent môže povedať zaujímavý fakt, ktorým vám pôvodnú prípravu na rozhovor vyvráti alebo zmení, a to, čo práve povedal, môže poslucháča zaujať viac. Preto máte kompetenciu dopytovať sa otázky, ktoré prirodzene vyplynú z rozhovoru. Ste v úlohe poslucháča, je len na vás, ako zaujímavo bude znieť rozhovor a aký bude jeho celkový dojem a obraz. Z praktického hľadiska je pre redaktora vhodnejšie sedieť vedľa respondenta, nie oproti nemu, pretože vás môže oddeľovať pracovný stôl a nie je to prirodzené, navyše vás počas dlhšieho nahrávania môžu bolieť ruky. Je to pohodlnejšie pre vás i respondenta. Už počas realizácie rozhovoru by ste si mali selektovať to, čo vyberiete do nahrávky, a čo sa vám hodí. Dávajte pozor, aby ste nezmenili podstatu a význam výpovede, je to novinársky nekorektné. Po skončení rozhovoru sa s respondentom dohodnite, akým spôsobom budete rozhovor autorizovať a či je to vôbec potrebné. Niekedy to totiž respondenti nevyžadujú.

Ďalším spôsobom získavania informácií je *tlačová konferencia*. Ide o hromadné získavanie informácií, na ktorom sa stretnú zástupcovia rôznych médií, zväčša si aj v televízii môžete všimnúť, že novinári položia mikrofóny na stojany a respondenti buď po svojom prehovore k aktuálnej problematike odpovedajú na otázky. Zaujímavosťou tohto typu získavania informácií je, že ho neradi novinári, ale zodpovedná osoba, vo väčšine prípadov hovorca – ak ide o nejakú inštitúciu. On vyberá, v akom poradí a či sa vôbec dostane rad na vašu otázku. Ak chcete získať informácie, ak sa chcete dostať k slovu a položiť otázku, sadnite si do predných radov.

Hláste sa hneď od začiatku otvorenia diskusie. Ak vás vyberú, postavte sa a povedzte svoje meno a názov média, pre ktoré pracujete, a potom vyslovte otázku. Ak budete mať šťastie, podarí sa vám položiť aj podotázku. V prípade zahraničných hostí môžete ako novinár vymeniť svoju akreditáciu z podujatia za slúchadlá, v ktorých budete môcť počuť simultánny preklad tlačovej konferencie. Ak nemáte mikrofón, ale len nahrávacie zariadenie, neváhajte a opýtajte sa zodpovednej osoby, či si môžete položiť vaše zariadenie priamo na stôl, pretože pre rozhlasové vysielanie je dôležitá kvalita zvuku a z druhého či tretieho radu to nebude postačujúca kvalita. Ku koncu konferencie zvykne človek, ktorý ju riadi, povedať, že sa čas kráti a je priestor na posledné tri otázky. V tomto type získavania informácií má novinár nevýhodu, že ju nemôže riadiť podľa seba, ale vďaka tlačovým konferenciám sa vie dostať viac novinárov k exkluzívnym informáciám a významným ľuďom.

Vyššie uvedené tipy a načrtnuté situácie získavania informácií sa, samozrejme, môžu odlišovať v istých aspektoch v čase, keď budete v pracovnom nasadení vy, no táto podkapitola mala explicitne poukázať na fakt, že práca novinára v teréne si vyžaduje poctivú prípravu, flexibilitu, ale aj asertívnosť či vynaliezavosť, ale najmä to, že každá situácia v novinárskej praxi je úplne nová.

⁹ MOCHŇACKÁ, B., PEKNUŠIAKOVÁ, E., REGRUTOVÁ, L.: *Základy rozhlasovej tvorby. Praktická príručka pre rozhlasovú tvorbu*. Prešov : Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2014, s. 59.

Ak už materiál ako novinár máte, je nutné ho čím skôr postrihať, spracovať a distribuovať redakcii, pre ktorú pracujete.

1.3 Príklady z praxe

Ak máme zvukový materiál spracovaný do spravodajskej či publicistickej montáže, je dôležité pripomenúť, v akej textovej podobe prijímajú redakcie príspevky od redaktorov. **Montáž** je forma, ktorá v rozhlasovom vysielaní existuje len v posledných rokoch. Predtým nebola zaraďovaná medzi žánre, no v rozhlasovej praxi sa vyskytuje. Ide o napájanie zvukových nahrávok s pridanými vstupmi redaktora, resp. autora, ktorú môžu vyrábať na mieste činu alebo v štúdiu. Montáž sa využíva často vtedy, keď sa redaktorovi nepodarilo získať ucelený materiál, ale dobrú montáž obohatenú o ruchy, zvuky a relevantné informácie môžu redaktori vyrobiť aj v štúdiu.¹⁰ Montáž je celok zložený zo samostatných, vzájomne odlišiteľných a oddeliteľných častí. Medzi montáže patria: magazín, mozaika, revue, prehľad a rozhlasové pásmo.¹¹ Každá redakcia má osobitý druh zasielania a formu daných príspevkov. Niektoré redakcie majú systém, do ktorého svoje príspevky nahrávajú, iné redakcie majú editorov, ktorí príspevok schvaľujú. Ak má príspevok odprezentovať aj moderátor je nevyhnutné pripraviť dokument, ktorý obsahuje tému, autora príspevku, krátku anotáciu, zahĺásenie a odhlásenie pre moderátora, ktorý si vystavia moderátorský vstup doplnený o nahrávku. Ďalšími potrebnými informáciami sú minútáž nahrávky spolu s úvodom a záverom nahrávky, aby sa moderátor mohol pripraviť na opätovné prihovorenie sa poslucháčom v podobe odhlásenia pripraveného redaktorom. Aj v tomto type moderátorského prejavu sa prejavuje vlastná kreativita a schopnosť moderátora interpretovať text bez zmeny významu, no s prispôbením textu. V praxi sa hovorí, že je nutné upraviť si text „do vlastných úst“. Moderátor sa má prihovárať, a preto je aj v živom vysielaní počuť, keď niečo číta, naopak, ak si zahĺásenie či odhlásenie prispôsobí a poslucháčovi odovzdá nosnú informáciu, poslucháč má pocit, že moderátor prirodzene zdieľa informáciu. Z praxe vyplýva, že:

- V prípade zahraničného mena či mena organizácie by mal redaktor pridať do zátvorky aj poznámku čítaj s presnou výslovnosťou pre moderátora.
- V anotácii by mali odznieť dôležité fakty o príspevku, ale vo vysielaní ho poslucháči počuť nebudú.
- Zahĺásenie poslucháča vtiahne do problematiky a má zaujať, aby počkal na to, čo bude počuť ďalej. Zväčša sa má končiť vetou, v ktorej sa vyskytne meno redaktora, ktorý materiál pripravil. Zároveň by sa malo zahĺásenie končiť menom a funkciou človeka, ktorý bude prvý hovoriť v nahrávke.
- Koniec nahrávky pokračuje odhlásením, v ktorom má byť informácia navyše s pridanou hodnotou či zopakovaním dôležitých faktov. Napríklad vysvetlenie pojmu, ktorý odznel v nahrávke alebo nejakej skutočnosti, prípadne doplňujúce štatistické údaje.

Tvorba montáže do *spravodajského bloku* sa začína zahĺásením, ktoré má zvyčajne tri vety. Prvá veta je krátka a úderná. Druhá rozvitá a tretia má nedokončenú pointu. Montáž musí byť obsahovo vystavaná, to znamená, že redaktor by mal získaný materiál podať poslucháčovi ako príbeh s úvodom, jadrom a záverom. V spravodajských materiáloch je bežný výskyt troch krátkych zvukov. Prvý by mal predstavovať jednu stranu, napríklad jeden druh názoru, druhý zvuk oponentský názor a tretí zvuk by mal patriť vyjadreniu analytika, teoretika či odborníka na danú problematiku. Príspevok do vysielenia by mal byť názorovo vyvážený a tiež by jednotlivé zvukové

¹⁰ CHUDINOVÁ, E., LEHOCZKÁ, V.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie v Trnave, 2005, s. 68.

¹¹ SLOVÁK, L.: *Teória rozhlasovej žurnalistiky*. Praha : Novinár, 1981, s. 108.

nahrávky respondentov nemali byť dlhšie ako 15 sekúnd. Existujú však aj špecifiká, s ktorými sa môže redaktor stretnúť:

- Patrí medzi ne výpoveď v cudzom jazyku, v tomto prípade je nutné, aby bola pretlmočená. Redaktor vyberie zvuk v pôvodnom znení, no musí ho korektne preložiť a nahrat s pomocou ďalšieho redaktora, ktorý bude hovoriť slovenskú verziu. Je dobrým pravidlom, že ženu tlmočí žena a muža ďalší muž.
- Pri zahlásení, ktoré číta moderátor v štúdiu, by mala byť uvedená fonetická výslovnosť zahraničných mien či názvov, aby nevznikli situácie, že moderátor niečo zle prečíta. Netreba zabúdať na slovenskú verziu ženského zahraničného priezviska a pridať príponu -ová.
- Poslucháčom musíme poskytnúť celý balík informácií, a preto sa v zahláseniach či tzv. spojtextoch, ktoré rozdeľujú zvukové nahrávky respondentov, nesmú vyskytovať vatové výrazy či nadbytočné vyjadrenia.
- Na rozdiel od publicistiky sa v spravodajských montážach vyskytuje meno redaktora na konci nahrávky, a to v znení celého mena a priezviska spolu s názvom média, pre ktoré pracuje.

V praxi sa vyskytujú aj živé vstupy z nejakého významného podujatia. Výhodou je, že informáciu okamžite sprostredkujeme poslucháčom, no o to dôležitejšie je, aby bol redaktor sústredený a profesionálne vyzretý pre prácu pod stresom, prípadne na neočakávané situácie, ktoré musí riešiť alebo vyriešiť počas toho, ako poskytuje informácie priamo do vysielania. Môže sa napríklad stať to, že nenájde tichšie miesto na živý vstup, a preto sa musí úplne odosobniť a sústrediť na to, čo sa ho moderátor pýta. Živý vstup je jedinečnou súčasťou rozhlasového vysielania a stane sa, že redaktor spraví chybu, prípadne niečo zle vysloví, a to najmä pod vplyvom stresu. Najvhodnejšie je opraviť sa okamžite. Ak však zistí chybu až neskôr vďaka spätnej väzbe, mal by si ju uvedomiť a v budúcnosti sa jej vyvarovať. Pred telefonickým spojením sa s redakciou by mal dodržiavať pitný režim, ale aj absolvovať dychovú a jazykovú rozcvičku a mať kvalitne pripravený text do vysielania. Pri živom vstupe sú nevyhnutné slúchadlá, pretože redaktor môže mať voľné ruky pre gestikuláciu alebo držanie podkladov s informáciami. Všetky uvedené príklady, rady a nástrahy z praxe sme sumarizovali ako výsledok stáže študentov na Medzinárodnom filmovom festivale Karlove Vary 2019. V rámci rozhlasového vysielania sme doposielali mediálne výstupy pre Slovenský rozhlas, Trnavské rádio či TASR.

Záver

Kvalita rozhlasového vysielania sa dá charakterizovať aj rôznorodosťou ponúkaných tém a informácií pre poslucháčov. Hudobná zložka je dôležitou súčasťou rozhlasového vysielania, no príjemným spoločníkom poslucháča by mal byť aj moderátor, ktorý sa prihovára a zdieľa informácie, ktoré pre poslucháčov má alebo ktoré pripravili jeho kolegovia, rozhlasoví redaktori. Tí pripravujú príspevky spolu s textovou formou spracovanej témy tak, aby oživilí a doplnili hudobno-hovorené programové zameranie rozhlasových relácií či blokov vo vysielaní. Práve študenti Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave boli už po piaty raz získavať praktické skúsenosti na jednom z najvýznamnejších filmových festivalov v Európe, na festivale v Karlových Varoch. Po príchode na miesto si každý z kolektívu pripravili témy, ktoré by chcel spracovať a postupne sme ich počas celého festivalu realizovali. Práca na festivale tohto formátu bola psychicky, ale aj fyzicky náročná. Nakoniec sa nám podarilo presadiť a so svojimi príspevkami dostať do vysielania dva živé vstupy priamo z Karlových Varov, tri spravodajské montáže v Rádiožurnále, a tiež pripraviť publicistický rozhovor o tvorcovi hlavnej ceny festivalu.¹²

¹² K problematike pozri aj: BÔTOŠOVÁ, E.: Rozhlasové vysielanie. In PRONER, J., BÔTOŠOVÁ, E., MIČOVÁ, S.: *Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda

Okrem toho sme pripravovali materiál pre študentské rádio Aetter vo forme krátkych otázok a odpovedí. V neposlednom rade je nutné prízvukovať, že napríklad spravodajské montáže musí redaktor vyskladať z viacerých respondentov, a preto sme reálne absolvovali oveľa viac rozhovorov, než je počet publikovaných príspevkov vo vysielaní. Cieľom tohto príspevku bolo sumarizovať základné kroky a poznatky pre začínajúcich rozhlasových redaktorov v praxi. Príspevok pojednáva o systematickej príprave počnúc výberom témy, pokračujúc technickou a teoretickou prípravou, realizáciou rozhovoru a formou odoslania ho do redakcie. Zároveň sa zameriava na praktickú časť práce novinára a príklady, ktoré vyplynuli z práce v teréne a príprave rozhlasových príspevkov do vysielania.

Literatúra a zdroje:

- BAKIČOVÁ, H., RUß-MOHL, S.: *Žurnalistika: komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha : Grada Publishing, 2005.
- BREČKA, S., ONDRÁŠIK, B., KEKLAK, R.: *Médiá a novinári na Slovensku 2010*. Bratislava : Eurokódex, 2010.
- FOLLRICHOVÁ, M., TUŠER, A.: *Teória a prax novinárskych žánrov I*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 1998.
- CHUDINOVÁ, E., LEHOCZKÁ, V.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulta masmediálnej komunikácie v Trnave, 2005.
- LEHOCZKÁ, V.: *Transkultúrne kontexty v rozhlasovej komunikácii verejnoprávneho Slovenského rozhlasu*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, 2010.
- MOCHŇACKÁ, B., PEKNUŠIAKOVÁ, E., REGRUTOVÁ, L.: *Základy rozhlasovej tvorby. Praktická príručka pre rozhlasovú tvorbu*. Prešov : Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove, 2014.
- BÔTOŠOVÁ, E.: Rozhlasové vysielanie. In PRONER, J., BÔTOŠOVÁ, E., MIČOVÁ, S.: *Ako na mediálne výstupy: praktická príručka pre začínajúcich novinárov*. Trnava : Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019, s. 23-48. [online]. [2020-03-31]. Dostupné na: <<https://www.fmkvovaroch.sk/wp-content/uploads/2019/11/Ako-na-medialne-vystupy-Download.pdf>>.
- TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. Bratislava : SOFA, 2007.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ľubica Bôtošová
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
lubica.botosova@gmail.com

KREŠŤANSKÉ RÁDIÁ NA SLOVENSKU

Christian radio stations in Slovakia

Andrej Brník

Abstrakt

Duálny systém rozhlasového vysielania umožnil vznik novým staniciam s rôznymi hudobnými žánrami ale aj s rôznym obsahovým zameraním. A tak popri komerčných staniciach produkujúcim zisk, verejnoprávnom vysielaní fungujú aj kresťanské médiá. V našom slovenskom rozhlasovom éteri máme dve stanice, ktoré si za cieľovú skupinu vybrali kresťanských poslucháčov. Príspevok analyzuje ich súčasnú podobu. Zameriava sa na ich pokrytie a obsahovú štruktúru.

Kľúčové slová:

Kresťanské vysielanie. Rádio. Rádio 7. Rádio Lumen. Rozhlasové vysielanie.

Abstract

The dual system of radio broadcasting enabled the creation of new stations with different music genres but also with different content focus. Here also existing abreast the public service broadcasts and profitable commercial stations, including the Christian media. We have two stations on our slovak radio ether they chose a christian audience as their target audience The paper analyzes their current form. It focuses on their coverage and content structure of their radio broadcasting.

Key words:

Christian radio broadcasting. Radio. Radio 7. Radio broadcasting. Radio Lument.

Úvod: Základy rozhlasovej komunikácie

Na úvod príspevku treba čitateľovi ozrejmiť krátky sumár toho, čím všetkým si rozhlasové vysielanie prešlo a aké sú jeho základné znaky. Keďže úlohou je analyzovať katolícke rozhlasové vysielanie na Slovensku, je potrebné poznať základné pojmy. „*História rozhlasového vysielania má svoje priame korene v procese súvisiacich elektrotechnických objavov a technologického pokroku na prelome 19. a 20. stor. Nové storočie prinieslo výrazný pokrok zdokonalenia ako aj nových podnetov v oblasti objavu techniky rádiovkej komunikácie v súvislosti s realizáciou rádiového vysielania.*“¹ Rozhlasové vysielanie na našom území patrí k najstarším v Európe. Od jeho počiatkov sa výrazne menilo a najmä nástup nových technológií ako televízia, nedávali jeho pokračovaniu veľké nádeje. Postupom času sa ukázalo, že rozhlas nezanikne, no prispôboval sa novým podmienkam a spoločnosti. História výrazne zmenila aj skladbu vysielania. Rozhlas ako jediné médium aplikuje nežánrové členenie rozhlasových relácií. Zastrešuje tak produkciu na rozhraní publicistky a dramatickej rozhlasovej tvorby.²

Medzi základné znaky rozhlasového vysielania, ktoré nestratili na aktuálnosti ani dnes, patria nasledovné aspekty:

¹ JENČA, I.: *Rozhlasová tvorba*. Trnava : FMK UCM, 2013, s. 123.

² JENČA, I.: Charakteristika a špecifiká rozhlasového vysielania. In: *Mediálna výchova*, Trnava : FMK UCM, 2011, s. 31.

- **masovosť** - rozhlas sa prihovára veľkému množstvu ľudí, mase poslucháčov naraz,
- **autentickosť** - prináša informácie o udalostiach a spoločenskom dianí priamo z terénu, miesta, kde sa udalosť konala,
- **aktuálnosť** - vysiela informácie, ktoré sú aktuálne, teda dejú sa v prítomnom čase,
- **periodickosť** - rozhlas sa prihovára poslucháčom pravidelne, v pravidelne opakujúcich sa časových intervaloch; má svoju programovú štruktúru, ktorú poslucháči poznajú,
- **operatívnosť** - pohotové, rýchle spracovanie informácie do rozhlasovej podoby, moderátor môže aj počas vysielenia vstúpiť do programu a priniesť aktuálnu informáciu,
- **akusticko-auditívny princíp** - zvuk (akustickosť) je jediný prostriedok umožňujúci komunikáciu slova a hudby smerom k poslucháčovi. Jediný spôsob, ktorým prijímame rozhlasové vysielenie je sluchové (auditívne) vnímanie.³

„Rozhlas rozvíja imagináciu, fantáziu a obrazotvornosť, ale usiluje sa i vedome uchovávať krásu a čistotu jazyka, kultúru slova, obohacovať reč, čo považujeme za dôležité najmä v súčasnom svete, ktorý voči týmto kategóriám pociťujeme niekedy až laxnosť.“⁴ Svojim poslucháčom prináša zrozumiteľné informácie. Tie by mali byť stručné, presné a samozrejme pravdivé. V ich kontexte môže objasňovať súvislosti, vysvetľovať, prezentovať názory a stanoviská. Rozhlas môže aj vychovávať, zabávať, rozptyľovať. V súčasnosti počúvame rádio ako kulisu popri práci či oddychu. Preto by mali byť informácie ponúkané vo vysielení ľahko spracovateľné a jednoduché s používaním teasingu – udržiavanie napätia a pozornosti publika.⁵

Každé rozhlasové vysielenie má aj svoju programovú štruktúru. Mohli by sme povedať, že je to stabilná skladba rozhlasového programu, členená podľa mesiacov, týždňov a dní.⁶ Všetky veľké aj malé rozhlasové stanice, verejnoprávne aj komerčné, profesionálne aj študentské, vysielať podľa dôkladne vypracovanej, jasne určenej štruktúry programového vysielenia. Tá je prispôbená zameraniu rádia, výsledkom počúvanosti, požiadavkám marketingu a pod. „Programová štruktúra predstavuje relatívne stabilné rozčlenenie vysielačieho času mediálneho obsahu do jednotlivých celkov v rámci dňa, týždňa a mesiaca, pričom k rozhodujúcim a prioritným faktorom patrí rešpektovanie programových zámerov vysielača, vyplývajúcich z funkcií konkrétneho typu rozhlasového média.“⁷

Pri tvorbe programovej štruktúry je dobré vziať do úvahy niekoľko dôležitých činiteľov: cieľovú skupinu rádia a ich životný štýl, hudobné návyky tejto skupiny, jej záujmy či potreby. V zásade platí, že programová štruktúra je akýmsi zrkadlom potrieb svojich poslucháčov, avšak zároveň na nich vplyva vychádzajúc z ich životného štýlu a pôsobí ako činiteľ, ktorá môže do tohto životného štýlu zasahovať. Podľa programovej štruktúry vieme rozhlasovú stanicu diferencovať a zaradiť.⁸ Rádia okrem toho vieme vymedziť aj podľa hudby, ktorú majú vo svojich playlistoch. Hudba v spolupráci s hovoreným slovom predstavujú charakteristiku každého rádia. Už od vzniku rozhlasového vysielenia je hudba základom rádia a tvorí jeho neodmysliteľnú súčasť. Hudba predstavuje vo vysielení rádia dominantnú zložku. Vďaka rozhlasovému vysieleniu si hudba

³ LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ, E.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2005, s. 54.

⁴ TUŠER, A. a kol.: *Praktikum mediálnej tvorby*. Bratislava : EUROKÓDEX, 2010, s. 159.

⁵ RUS-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H.: *Žurnalistika. Komplexní průvodce praktickou žurnalistikou*. Praha : Grada, 2005, s. 141.

⁶ JENČA, I. a kol.: *Rozhlasové spravodajstvo*. 1. vyd. Bratislava : X Art, 2004, s. 14.

⁷ LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ, E.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií: základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2005, s. 18-19.

⁸ MARŠÍK, J.: *Úvod do teorie rozhlasového programu*. Praha : Karolinum, 1995, s. 28.

vybudovala silnú pozíciu stálej zvukovej kulisy každodenného dňa v spoločnosti, podarilo sa jej aj ovplyvniť hudobný vkus širokého spektra poslucháčskeho auditória.⁹

V rozhlase však pod pojmom hudba nedefinujeme len piesne. V rámci vysielania existujú aj iné hudobné prvky, ktoré vysielanie dopĺňajú a robia ho tak zaujímavejším. Vo všeobecnosti môžeme definovať tieto hudobné časti vysielania:

- **Zvučky – Jingle:** tvoria základ každého rádia, akýsi identifikátor rozhlasovej stanice. Ide o krátke hudobné útvary. Väčšinou „jingle“ a zvučky nahráva jeden alebo dva rovnaké hlasy tzv. “station voice”. Zvučky slúžia na identifikáciu jednotlivých relácií či hlásia nasledujúci program v rámci vysielania. Jingle môžeme najčastejšie ešte rozdeliť na:
 - Station id - odznie len názov rádia,
 - Music Jingle – hovorené slovo s použitím hudobného podkresu a Fx efektov.
 - Top of hour - dlhšie jingle, zväčša znejú na začiatku alebo na konci každej hodiny,
 - Sweeper - jingle bez podkresu len hlas, znejú priamo v pesničkách na začiatku.
 - a iné – podľa jednotlivých rádii a ich kategórií (napríklad promo, súťaže a pod.)
- **Podkres v moderovaných vstupoch:** hovorené slovo zvykne v rádiu sprevádzať podmazová hudba (to neplatí v spravodajstve). Táto hudobná kulisa je tichšia ako slovo a vyvoláva to u poslucháča dynamickosť vstupu. Moderátor si ju prispôsobuje podľa potreby a obsahu svojho vstupu.
- **Hudobné montáže a koláže:** ich úlohou je spestrenie myšlienky, slova, predovšetkým v umelecko-dokumentárnej publicistike.
- **Predelová hudba:** oddeľuje väčšiu plochu textového materiálu, výsledkom je niekoľko kratších hovorených vstupov. Dotvára dramatickú alebo literárnu predlohu.

Využívanie veľkého spektra možností hudobnej produkcie vo vysielaní rozhlasovej stanice je najmä v sile pointovať myšlienku rozhlasového autora, moderátora, tvoriť pre poslucháčov zaujímavý, v niečom príťažlivý podklad vo forme prísluchovej kulisy k publicistickému, spravodajskému a umeleckému textu, so zámerom tvarovať atmosféru, pri počúvaní vysielania, v zmysle podporovať záujem a udržiavať pozornosť cieľovej skupiny poslucháčov.¹⁰

1 Katolícke rozhlasové vysielanie na Slovensku

V Slovenskom rozhlasovom FM éteri v súčasnosti pôsobia 2 katolícke rozhlasové stanice: Rádio 7 a rádio Lumen. Obe rádia sa profilujú ako katolícke rádiá. Nepatria medzi najpočúvanejšie stanice ale plnia inú dôležitú úlohu evanjelizácie pre vybranú skupinu ľudí. Obe rádiá, ktoré budeme spomínať, patria medzi rádia vysielajúce na FM pásme. Slovensko ešte neprešlo digitalizáciou rozhlasového vysielania, a preto sú u nás dominantné rádia najmä tie, ktoré môžeme naladiť v klasickom rádiu cez anténu na FM, s čo možno najväčším pokrytím územia. V tom má jednoznačne navyše rádio Lumen, pred Rádiom 7. Príspevok prevedie čitateľa stručnou analýzou týchto dvoch médií.

⁹LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ. E.: *Mediálne kompetencie*. Trnava : FMK UCM, 2007, s. 13.

¹⁰ LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ. E.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií: základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2005, s. 26-27.

1.1 Rádio Lumen

Ako prvé z týchto dvoch, začalo vysielat' rádio Lumen. Prvý krát sa jeho signál objavil 7. apríla 1993. Pôvodne sa toto rádio volalo Rádio Mária. V decembri 1994 však prešlo na dnešný názov LUMEN, čo znamená SVETLO. Toto rádio svoje poslanie charakterizuje ako:

- Viera v Ježiša Krista a Cirkev ako opora života človeka
- Spoločenstvo na ceste
- Kristove znamenie pre spoločnosť.¹¹

Rádio LUMEN je súkromná rozhlasová stanica s evanjelizačným charakterom. Vlastníkom je Katolícka cirkev na Slovensku. Jej sídlo je v strede Slovenska, v Banskej Bystrici. Okrem hlavného štúdia, má rádio štúdio aj v hlavnom meste Bratislava a v metropole východu v Košiciach. Rádio posledné roky oslovuje čoraz menej poslucháčov. Podľa posledného prieskumu MML z roku 2019, sa rádio posunulo už na 10 miesto z 8 priečky, ktorú dlhodobo obsadzovalo. Zároveň bol výsledok počúvanosti v roku 2019 najhorší za posledných 5 rokov.

Tabuľka 1- Počúvanosť rádia Lumen (2015 – 2019)

ROK	PRÍEMERNÁ POČÚVANOSŤ
2019	2,11 %
2018	2,56 %
2017	2,48 %
2016	2,39 %
2015	2,38 %

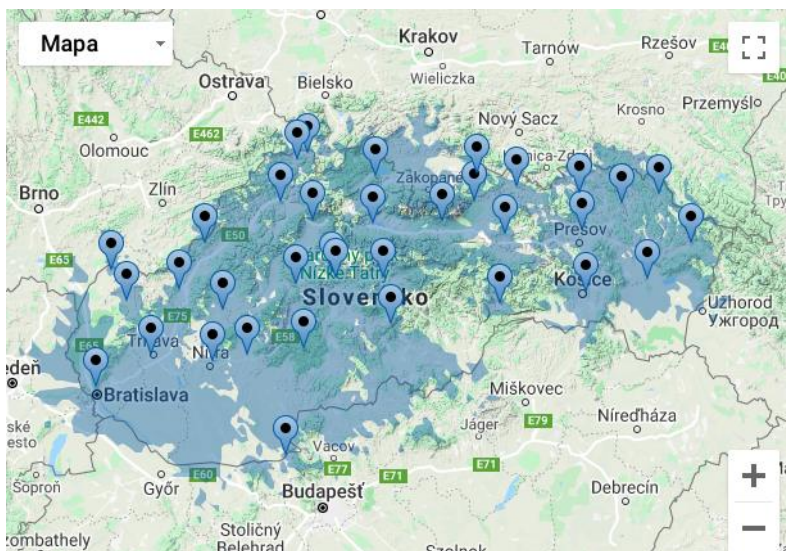
Zdroj: MML-TGI počúvanosť podľa MEDIAN.sk. In: *Rádia.sk*. [cit. 11.3.2020] Dostupné na: <<https://www.radia.sk/pocuvanost/mml-tgi/radia/lumen>>.

Pokrytie rádia LUMEN je v celku pozoruhodné. Spolu má 35 vysieláčov a signál skoro na celom území Slovenska. Na porovnanie, najpočúvanejšie rádio Expres ich má 47 s obdobným pokrytím ako Lumen.¹² Katolícky LUMEN však na svojej internetovej stránke jasne deklaruje, že „*vzhľadom na programovú orientáciu a kresťanské poslanie rádia nie je prioritou jeho činností finančný zisk. Jeho vedenie si uvedomuje, že orientovanie programu rádia na už uvedené cieľové skupiny predpokladá potrebu financovania v podstatnej miere mimo reklamy.*“¹³ Za účelom financovania sa pravidelne organizujú v katolíckych farnostiach zbierky na podporu tohto média.

¹¹ *O rádiu Lumen*. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na: <<https://www.lumen.sk/profil.html>>.

¹² *Pokrytie FM rádio Lumen*. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na: <<https://www.radia.sk/radia/lumen/frekvencie>>.

¹³ *O rádiu Lumen*. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na: <<https://www.lumen.sk/profil.html>>.



Obrázok č. 1 - Pokrytie rádia Lumen

Zdroj: FM frekvencie rádia Lumen. In: *Rádia.sk*. [online]. [2020-03-11] Dostupné na: <<https://www.radia.sk/radia/lumen/frekvencie>>.

Podľa Rady pre vysielanie a retransmisiu, ktorá je udelila frekvenciu na rozhlasové vysielanie, sa jej program typovo v bežnom týždni skladá:

- Spravodajstvo – 9,13 %
- Publicistika:
 - polit. publicistika – 0 %
 - ostatná publicistika – 15,33 %
- Dramaturgicky ucelené programy so stálou periodicitou:
 - detské programy – 3,40 %
 - náboženské programy – 23,31 %
 - literárno-dramatické programy – 5,03 %
 - zábavné programy – 0 %
 - hudobné programy – 9,48 %
- Ostatný program (prúdové vysielanie) – 34,32 %¹⁴

Programová štruktúra tohto rádia je naozaj pestrá. Viac ako po hudobnom obsahu ide rádio po hovorenom slove. Skoro každú hodinu sa striedajú rozličné typy relácií. Ak by sme ich mohli uviesť do kategórií, tak rádio má svoje relácie rozdelené na:

- Spravodajstvo – spravodajské typy relácií. Nosné je najmä INFOLUMEN – spravodajský sumár dôležitých informácií, ktoré stanica vysiela každý deň od 17:30 do 18:00. Okrem toho vysiela aj Kresťanské noviny – informácie zo sveta katolíckej cirkvi a Rádio Vatikán v českej a slovenskej jazykovej mutácii.
- Moderované relácie – Ide o prúdové vysielanie, minimálne trvanie 1 hodiny a viac. Celkovo má rádio vo svojej vysielačej štruktúre počas týždňa 34 rôznych typov moderovaných relácií.
- Pre deti – Rádio sa zameriava aj na najmenších poslucháčov. Tieto relácie označuje ako SVETIELKO. To je v rôznych obmenách a rôznou tematikou zaradené počas týždňa do vysielačej štruktúry celkovo 6 krát.
- Hudobné relácie – 7 rôznych typov hudobných relácií od oldies, klasiky gospel až po súčasnú hudbu nájdeme vo vysielaní rádia Lumen.

¹⁴ Rozhodnutie RVR: R / 119/2012. [online]. [2020-02-07]. Dostupné na: <<http://www.rvr.sk/licencne-rozhodnutia>>.

- Piesne na želanie.
- Rubriky – Vysielanie spestruje aj bohatý obsah rôznych rubrik. Ide o krátke niekoľkominútové útvary, ktoré sa venujú rôznym témam: cestovaniu, modlitbe, zdraviu, Vatikánu, rodinu, duchovnej obnove a iným.
- Modlitba – V zmysle katolíckych tradícií nesmú ani počas dňa chýbať v rádiu rôzne modlitby. Tie sú vedené kňazmi či inými duchovnými. Trvajú od niekoľko minút až po hodinu a viac.¹⁵

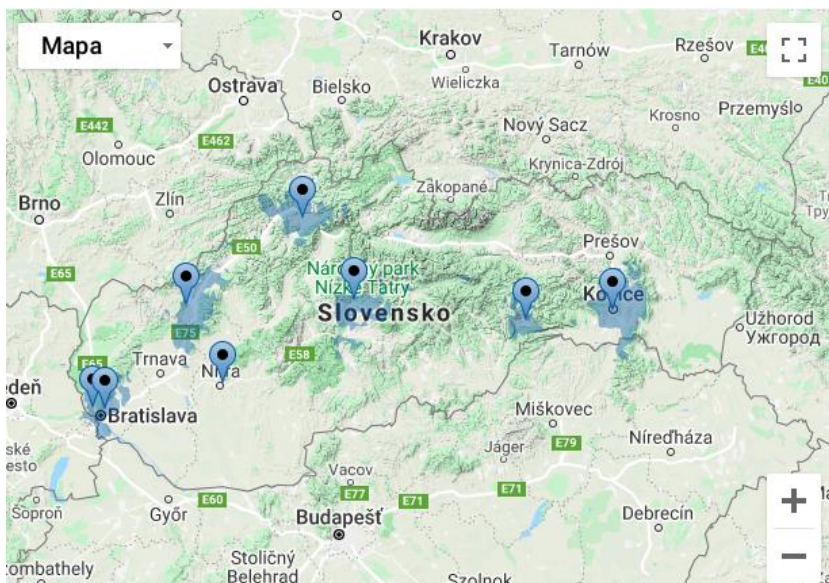
1.2 Rádio 7

Hneď po revolúcii v roku 1990 vznikla v Bratislave spoločnosť Trans World Radio – Slovakia a priamo nadviazala na dlhoročnú tradíciu kresťanského vysielania TWR z Monte Carla, ktoré bolo počúvané v Česko-Slovensku za totalitý už od roku 1970. Rádio začalo v roku 2006 ako internetové a satelitné rádio. Prelom však nastal v roku 2009, kedy spustilo svoj prvý vysielateľ a to priamo v Banskej Bystrici, kde má sídlo aj jeho „hlavný konkurent“ rádio Lumen. V roku 2012 posilnilo svoje ambície a k prvému vysielateľu v strede Slovenska pridali aj vysielateľ na západe, v Novom Meste nad Váhom, a v Bratislave. V roku 2016 pribudol aj východ – Rožňava, a 2017 Košice, juh – Nitra, sever – Žilina a Bratislava Dúbravka. Spolu tak v súčasnosti prevádzkuje Rádio 7 až 8 vysielateľov rozložených rovnomerne po celom Slovensku, najmä však vo väčšine veľkých krajských mestách. Čo sa týka charakteristiky rádia, profiluje sa ako rádio, ktoré „*prináša do slovenského éteru nádej cez Praise & Worship piesne a bohatú produkciu, ktorá reaguje na duchovné, ale aj praktické potreby ľudí. Vysielaním reaguje na potreby ľudí v duchovnej, duševnej aj fyzickej oblasti. Éter Rádia 7 chce odrážať vzťah s Bohom v praktickom živote.*“ Ak je rádio Lumen určené pre katolícku verejnosť, je Rádio 7 viac zamerané na evanjelické spoločenstvo.¹⁶

Rádio 7 nie je zapojené do merania rozhlasových staníc MML a preto nemôžeme jednoznačne priniesť informáciu o jeho počúvanosti, resp. ich počúvanosť je menšia ako 10.000 poslucháčov. Aj po dôkladnej rešerši nebolo možné nájsť žiadne dáta počúvanosti. V rámci pokrytia sa nám podarilo pripraviť mapu jeho vysielateľov s dosahom na územie (Nitra je čerstvo pridelená frekvencia, a momentálne ešte čaká na spustenie).

¹⁵ Program rádia Lumen. [online]. [2020-02-27]. Dostupné na: <<https://lumen.sk/relacie.html>>.

¹⁶ O rádiu: Rádio 7. [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<https://radio7.sk/o-nas/>>.



Obrázok č. 2 - Pokrytie Rádia 7

Zdroj: FM frekvencie Rádia 7. In: *Rádia.sk*. [2020-03-11] Dostupné na: <<https://www.radia.sk/radia/7/frekvencie>>.

Podľa licencie, ktorú udelila rada pre vysielanie a retransmisiu je rozdelenie programových typov Rádia 7 nasledovné:

- Spravodajstvo – 4,37 %
- Publicistika:
 - polit. publicistika – 0 %
 - ostatná publicistika – 16,07 %
- Dramaturgicky ucelené programy so stálou periodicitou:
 - detské programy – 1,34 %
 - náboženské programy – 7,49 %
 - literárno-dramatické programy – 2,48 %
 - zábavné programy – 0 %
 - hudobné programy – 3,72 %
- Ostatný program (prúdové vysielanie) – 64,53 %¹⁷

Programová štruktúra je podobne ako pri rádiu Lumen pestrá a rozdelená na malé, maximálne hodinu trvajúce, kúsky. Počas pracovného týždňa sa program mení len minimálne. Víkendové vysielanie je odlišné. V rámci toho však vidíme, že oproti rádiu Lumen je Rádio 7 viac zamerané na prúdové vysielanie. Programy by sme mohli rozdeliť, podobne ako pri rádiu Lumen, na:

- Spravodajstvo – spravodajská relácia AKTUÁLNE – spravodajský sumár dôležitých informácií, ktoré stanica vysiela každý deň od 16:15.
- Moderované relácie – Ide o prúdové vysielanie, minimálne trvanie 1 hodiny a viac. Celkovo ich rádio má vo svojej vysielacej štruktúre počas týždňa 15 rôznych typov moderovaných relácií.
- Pre deti – Rádio sa zameriava aj na najmenších poslucháčov.
- Hudobné relácie – Relácia venovaná evergreenom.
- Modlitba – tu zaraďujeme rôzne modlitby, bohoslužby a duchovné zamyslenia.¹⁸

¹⁷ Rozhodnutie RVR: R/90/RZL/115/2016. [online]. [2020-02-27]. Dostupné na: <<http://www.rvr.sk/licencne-rozhodnutia>>.

¹⁸ Program Rádia 7. [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<https://radio7.sk/program/>>.

Záver

Obe rádiá sú finančne odkázané najmä na milodary od svojich poslucháčov. Obe sa v poslednej dobe stali neziskovými organizáciami s možnosťou prispievania 2% dane. Pre obe rádiá sa v ich kresťanských spoločenstvách konajú rôzne zbierky. Ide o značný nepomer, keďže z posledného sčítania ľudí v roku 2011 vyplýva, že rímsokatolíkov je na Slovensku až 69% a evanjelikov len 6%. Ako však ukazujú dáta rádiá Lumen, zovšeobecnené na obe, majú tieto rádiá tendenciu klesajúcej počúvanosti. V rámci duálneho vysielania, je však práve presne tento priestor na pestrosť vysielania. A pokiaľ sú finančne pokryté, môžu aj naďalej plniť úlohy šírenia viery.

Literatúra a zdroje:

JENČA, I.: *Rozhlasová tvorba*. Trnava : FMK UCM, 2013.

JENČA, I.: Charakteristika a špecifiká rozhlasového vysielania. In: *Mediálna výchova*, Trnava: FMK UCM, 2011.

LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ, E.: *Fenomén rozhlasu v systéme masmédií. Základy teórie rozhlasovej žurnalistiky v systéme masmediálnej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2005, s. 45-50.

TUŠER, A. a kol.: *Praktikum mediálnej tvorby*. Bratislava : EUROKÓDEX, 2010, s. 159.

RUS-MOHL, S., BAKIČOVÁ, H.: *Žurnalistika. Komplexní pruvodce praktickou žurnalistikou*. Praha : Grada, 2005.

JENČA, I. a kol.: *Rozhlasové spravodajstvo*. 1. vyd., Bratislava : X Art, 2004.

MARŠÍK, J.: *Úvod do teórie rozhlasového programu*. Praha : Karolinum, 1995.

LEHOCZKÁ, V., CHUDINOVÁ, E.: *Mediálne kompetencie*. Trnava : FMK UCM, 2007.

O rádiu Lumen. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na: <<https://www.lumen.sk/profil.html>>.

Pokrytie FM rádio Lumen. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na:

<<https://www.radia.sk/radia/lumen/frekvencie>>.

Rozhodnutie RVR: R / 119/2012, [online]. [2020-02-27]. Dostupné na: <<http://www.rvr.sk/licencne-rozhodnutia>>.

Program rádiá Lumen. [online]. [2020-02-07]. Dostupné na: <<https://lumen.sk/relacie.html>>.

Pokrytie FM Rádía 7. [online]. [2020-01-31]. Dostupné na:

<<https://www.radia.sk/radia/radio7/frekvencie>>.

O rádiu: Rádio 7. [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<https://radio7.sk/o-nas/>>.

Rozhodnutie RVR: R/90/RZL/115/2016, [online]. [2020-02-27]. Dostupné na:

<<http://www.rvr.sk/licencne-rozhodnutia>>.

Program Rádía 7. [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<https://radio7.sk/program/>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Andrej Brník, PhD.

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Nám. J. Herdu 2

91701 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

andrej.brnik@ucm.sk

PROBLÉM INTERPRETÁCIE A FAKTU V MEDIÁLNEJ KOMUNIKÁCI

Problem of interpretation and fact in media communication

Diana Bulganová

Abstrakt

Pravda, fakt, interpretácia, objektivita a neutralita sú slová, ktoré sú v súčasnej mediálnej praxi objavujú často. Vyjadrujú profesionalitu, etiku mediálnych pracovníkov, pretože svojimi príspevkami formujú verejnú mienku jednotlivcov a spoločnosti. Súčasnú autoritu z oblasti mediálnych štúdií, filozofie (Pereira, Correia, Gálik, Černík, Komowa, Stray a ďalší) však poukazujú na to, že mediálni pracovníci sa subjektivite pri svojej tvorivej činnosti nevyhnú. Fakty sú totiž v mediálnom prostredí závislé od interpretácie. Interpretáciou faktov pridávajú príspevkom subjektivitu, avšak spravodajská hodnota správ sa nemusí meniť. Nárok pravdy a faktov je stále žiadaný, aj keď je vzťah médií a reality konštruktívny. Rovnako je dôležitá aj nezávislosť žurnalistiky a profesionálnych kompetencií mediálnych profesionálov.

Kľúčové slová:

Fakt. Interpretácia. Média. Neutralita. Novinári. Objektivita. Pravda. Subjektivita. Transparentnosť.

Abstract

Truth, fact, interpretation, objectivity and neutrality are words that are frequently found in contemporary media practice. They express professionalism, ethics of media workers, because they contribute to the public opinion of individuals and society. However, current authorities in the field of media studies, philosophy (Pereira, Correia, Gálik, Černík, Komowa, Stray and others) point out that media workers will not avoid subjectivity in their creative activities. In fact, in a media environment, facts are dependent on interpretation. By interpreting the facts, they add subjectivity to the articles, but the reporting value of the reports need not change. The claim of truth and facts is still in demand, even if the relationship of media and reality is constructive. Equally important is the independence of journalism and the professional competence of media professionals.

Key words:

Fact. Interpretation. Journalists. Media. Neutrality. Objectivity. Subjectivity. Transparency. Truth.

Úvod

S. Gálik hovorí, že pre súčasnú znalostnú spoločnosť je typická explózia informácií, resp. informačný smog a s tým súvisiaci informačný stres. Táto rovnica ovplyvňuje pochopenie a spracovávanie informácií a podľa neho sa prejavuje aj v oslabení sústredenia a vyplývajúcej povrchnosti pri prijímaní informácií. Takisto konštatuje, že tento problém má dosah aj na úroveň

pravdivosti informácií. V mediálnom kontexte môžeme preto hovoriť o istej „miere pravdivosti.“¹ Okrem toho je známe, že mediálne texty majú semiotický potenciál, a to nielen z hľadiska plytkého prijímania, ale aj pri dôkladnom preberaní sa môžeme stretnúť s inými výkladmi mediálnych správ. Hovoril o tom už aj S. Hall, ktorý vo svojej práci² venoval pozornosť publiku i samotným tvorcom mediálnych posolstiev. Publikum vnímal ako aktívnych recipientov, ktorí si distribuovaný obsah dekódujú podľa vlastných ideálov a názorov. Toto v konečnom dôsledku môže, ale i nemusí meniť význam správ. Vzhľadom na viaceré možnosti interpretácie mediálnych obsahov sa môže stať, že recipient si daný obsah môže vyložiť úplne inak ako odosielateľ pôvodne zamýšľal. Hall však okrem „konzumácie,“ čiže dekódovania mediálnych správ poukazoval aj na to, že pri mediálnych správach je dôležitý aj sociálny a politický kontext, v ktorom sa obsah vytvára. Poukazoval teda na kódovanie a na samotných tvorcov mediálnych obsahov, ktorí môžu svojou interpretáciou reality pozmeniť samotný význam faktov, resp. naviesť na ich správne pochopenie.³ Každý z nás vníma svet a situácie rôzne, pretože súčasťou podstaty každého človeka je schopnosť hodnotiť a analyzovať každodennú realitu. Týka sa to nielen nás ako recipientov, ale i mediálnych pracovníkov, ktorých každodenná rutina je vyhľadávanie, spracovávanie a komunikovanie informácií. Sprostredkovávajú nám obraz reality, rozširujú naše poznanie prostredníctvom interpretovaných faktov. V pozadí každého mediálneho výstupu stojí intelektuálna (odborná) úroveň žurnalistov. Súčasťou profesionálnych kompetencií mediálnych pracovníkov je taktiež schopnosť oddeľovať vlastné hodnoty, ideály, názory a vlastnú subjektívnu zložku od nezávislého spracovávania informácií, vyvodzovaní záverov a ich ďalšej interpretácii. Takéto „tlmočenie“ reality však vždy bude zahŕňať istú mieru subjektivity. Gálik v tomto kontexte hovorí, že ide o istý stupeň reality a pravdy súčasne.⁴ Medzi faktom a jeho samotnou interpretáciou sa teda ukazuje rozdiel, ale v mediálnom prostredí spolu úzko súvisia a viacerí autori poukazujú na to, že by sa nemali izolovať.

1 K problematike faktu, interpretácie a pravdy

Fakt, interpretácia a pravda sú fenomény, medzi ktorými v mediálnom prostredí existuje isté prepojenie. Černík definuje fakt ako „niečo urobené, uskutočnené.“⁵ Pojem **fakt** teda môžeme vysvetliť ako niečo skutočné, „pravdivé“ a objektívne. M. Komowa vysvetľuje, že fakt je objektívna realita, ktorá je výsledkom sociálnej komunikácie a ľudskej kognitívnej činnosti.⁶ Podľa Šefčáka je fakt „odrazom javu.“⁷ Černík ďalej popisuje fakt z ontologického hľadiska ako „niečo, čo sa stalo v realite; no zároveň je to aj nami „uvedomená objektívna realita,“ niečo čo nesie pečať subjektu.“⁸ Dodáva, že fakt je akýmsi fragmentom reality, ktorý sme si my vyčlenili ako niečo čo je skutočné a tým sme ho oddelili od fiktívneho, resp. pomysleného.⁹ S. Ward zjednodušene hovorí, že fakt je všetko čo je pravdivé. Rovnako dodáva, že niektoré fakty môžu byť dokonca zavádzajúce, ak sa správne neinterpretujú. Gálik rovnako tvrdí, že takáto mediálna pravda je najzraniteľnejšia,

¹ GÁLIK, S.: On ontological definition of media truth and the role of media. In *European Journal of Science and Theology*, 2019, Vol. 15, No. 1, s. 1-2.

² Dielo: Teória kódovania/dekódovania (*originálny názov: Encoding and decoding*)

³ ABUGU, J. C.: *Stuart Hall's encoding and decoding: a review*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <https://www.academia.edu/34472548/STUART_HALLS_ENCODING_AND_DECODING_A_REVIEW>.

⁴ GÁLIK, S.: On ontological definition of media truth and the role of media. In *European Journal of Science and Theology*, 2019, Vol. 15, No. 1, s. 5.

⁵ ČERNÍK, V.: Formovanie teórie spoločenského faktu. In *Filozofia*, 2008, Vol. 63, No. 8, s. 673.

⁶ KOMOWA, M.: *Fact and factual information in the mass media*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/312207297_Fact_and_factual_information_in_the_mass_media>.

⁷ ŠEFČÁK, M.: O pravdivosti v novinárstve. In *Otázky žurnalistiky*, 1997, s. 25.

⁸ ČERNÍK, V.: Formovanie teórie spoločenského faktu. In *Filozofia*, 2008, Vol. 63, No. 8, s. 674.

⁹ *Tamtiež*. s. 674.

môže obsahovať veľa nepresností, môže byť skreslená a v niektorých prípadoch aj mylná.¹⁰ Ward svoje tvrdenie demonštruje príkladom, že ak napríklad vláda zverejní údaj o miere nezamestnanosti, tak tento fakt pre nás nič neznamená pokiaľ si ho správne nevyložíme a neobjasníme aký tento údaj má pre nás hodnotu.¹¹ Zároveň môžeme povedať, že publikum rovnako vyžaduje, aby boli fakty interpretované.

Interpretáciu môžeme definovať podľa online slovníka Cambridge dictionary ako výklad, vysvetlenie, resp. stanovisko.¹² Ide teda o vyjadrenie, tlmočenie, resp. odovzdanie informácií. Interpretácii predchádza prijímanie a dekódovanie obsahov. Mohli by sme povedať, že interpretácia znamená aj vnútornú verbalizáciu, pochopenie a porozumenie javov. Aká je súvislosť medzi faktom a interpretáciou vysvetľuje Černík podľa konštruktivistov (Croce, Ricketrt, Collingwood), že žiadny fakt „*nemožno ustanoviť bez jeho interpretácie, no epistemologická konštrukcia faktografických tvrdení sa v ňom vydáva za konštrukciu objektu.*“¹³ Rovnako uvádza aj myšlienky Flecka, že fakt sa vyjadruje „*v štýle myšlienkového kolektívu, musí byť v záujme s jeho intelektuálnymi záujmami a hľadať oporu vo svojom myšlienkovom kolektíve.*“¹⁴ Napokon podľa vedeckého realizmu uzatvára, že „*vývin štýlu myslenia by mal (koniec koncov) napomáhať zblížovaniu vedy s objektívnou realitou.*“¹⁵ Vedecký realizmus takisto podľa neho nahliada na tvorbu faktografických tvrdení ako na jej myšlienkovú rekonštrukciu a nie ako konštrukciu reality. Skutočnosť, že na tvorbe faktov sa podieľa štýl myslenia jednotlivcov i kolektívu má za výsledok, že fakty v sebe obsahujú interpretáciu.¹⁶ Černík svoje myšlienky uzatvára tým, že „*vedecký realizmus „najlepšie zodpovedá realite spoločenského poznania, v ktorom sa zdôrazňuje nielen to, že „vedomá pokora pred faktmi“ je pre spoločenských vedcov nevyhnutná, ale aj to, že sa nedá „iba uprene hľadiť na fakty bez ich interpretácie.*“¹⁷ K zovšeobecneniu faktu a interpretácie môžeme povedať, že fakty vykresľujú skutočnosť.¹⁸ Zároveň môžeme povedať, že zatiaľ čo interpretácia bude vždy subjektívna, tak fakty ostávajú vždy objektívne, pričom v mediálnom prostredí sa interpretácii nikdy nevyhnú. Môžeme preto povedať, že v prostredí médií sú fakty závislé od interpretácie. Zjednodušene rovnako môžeme povedať, že „čisté fakty“ sú výlučne doménou vedcov. Demonštrovať si to môžeme na nasledovnom príklade:

Faktom je, že: „*Planéta Zem sa oteplila za posledný rok o +1 °C.*“ Takýto fakt si väčšina ľudí vyloží tak, že to ešte nie je až také zlé a netreba sa obávať. Ak ho však interpretujeme s možnými následkami a vyzerá to už úplne inak:

Interpretácia: „*Planéta Zem sa oteplila za posledný rok o +1 °C. V dôsledku toho sa budú ľadovce ešte viac topiť, stúpne hladina oceánov a prímorským krajinám hrozí zaplavenie časti zeme.*“ Ak mediálni pracovníci priamo poukážu na možné dôsledky klimatických zmien vážnosť faktu stúpa.

¹⁰ GÁLIK, S.: On ontological definition of media truth and the role of media. In *European Journal of Science and Theology*, 2019, Vol. 15, No. 1, s. 4.

¹¹ WARD, S. J. A.: *Journalism Beyond Facts, Part 1*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<http://mediashift.org/2017/10/journalism-beyond-facts-part-1/>>.

¹² *Interpretation*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/interpretation>>.

¹³ ČERNÍK, V.: Formovanie teórie spoločenského faktu. In *Filozofia*, 2008, Vol. 63, No. 8, s. 679.

¹⁴ Tamtiež, s. 679.

¹⁵ Tamtiež, s. 679.

¹⁶ Tamtiež, s. 679.

¹⁷ Tamtiež, s. 680.

¹⁸ KOMOWA, M.: *Fact and factual information in the mass media*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/312207297_Fact_and_factual_information_in_the_mass_media>.

Ďalší pojem **pravda**, vysvetľuje Černík ako „*vlastnosť vzťahu našich poznatkov k objektívnej skutočnosti*.“¹⁹ Vzťah poznatkov a objektívnej skutočnosti tvorí samotný poznatok, objekt a subjekt poznania.²⁰ Šefčák definuje pravdu podľa Slovníka slovenského jazyka ako určitý „*súhlas výroku, súhlas výpovede so skutočnosťou, správne zmysľovanie, správny náhľad, správne tvrdenie overené praxou, skúsenosťou (opakom je nepravda, omyl, lož)*.“²¹ Pravda býva v médiách často skloňovaná, prikladáme jej veľký význam. Chceme preberať pravdivé informácie, ktoré sú podložené faktami. Pravda vedie k objasneniu nejasností, odstraňuje nevedomosť, je skutočná, daná, spravodlivá, nezávislá, hodnoverná a môžeme povedať, že vychádza z faktov. Popisuje skutočný stav vecí, zodpovedá realite.²² Pravda je nevyhnutnou podmienkou poznania. Mediálni pracovníci by mali odkrývať pravdu a sprostredkovať fakty. Táto mediálna „pravda“ ako sme už spomenuli však nie je úplne objektívna. Gálik sa v tejto súvislosti pýta, či existuje niečo také ako mediálna pravda. Môžeme ju chápať ako absolútnu, existujú len určité stupne pravdy či dokonca pravda v médiách neexistuje?²³ Sú žurnalisti schopní vierohodne prostredníctvom svojej tvorivej novinárskej činnosti sprostredkovať recipientom pravdu? Davies podľa Willamsa vymedzil spojitosť medzi pravdou, dôverou a žurnalistikou. Pravda a dôvera je pre vzťah žurnalistov a recipientov kľúčová.²⁴ Pravdou by malo byť to čo je prezentované v médiách. Pravda by mala byť rešpektovaná.

2 Pravda a objektivita v médiách

V mediálnom prostredí sú sprostredkovateľmi faktov a pravdy práve mediálni pracovníci. Pereira a Correia hovoria, že recipienti získavajú informácie z médií, aby si utvorili predstavu o svete. Podľa spomínaných autorov mediálni pracovníci svojou činnosťou privádzajú ľudí k bližšiemu pochopeniu sveta a každodenného života, ochraňujú demokraciu, pomáhajú recipientom porozumieť sociálnej realite, pričom nejde len o realitu, ktorá je priestorovo blízka človeku, ale aj realitu v globálnom zmysle.²⁵ Táto potreba informovanosti u recipientov pramení z potreby pochopenia rôznych udalostí, ktoré sa odohrávajú vo všedných dňoch. Autori taktiež konštatujú, že ľudia potrebujú prijímať informácie o spoločnosti, v ktorej žijú, aby sa uistili, že svet je stále predvídateľný a stále existuje istý druh poriadku. Potrebujú niečomu veriť, aby sa cítili bezpečne. Novinári tak vytvárajú pocit istoty v spoločnosti a okrem toho sú sprostredkovateľmi hodnôt, symbolov, reprezentujú kultúru daného spoločenstva.²⁶ Informácie majú orientačný, informatívny, uspokojujúci a v neposlednom rade aj užitočný charakter. Čítanie správ sa stalo pre recipientov každodenným rituálom. Zároveň recipienti svojou aktivitou podporujú „*interpretačnú povahu*“ správ pri ich dekódovaní. Úlohou a zároveň umením novinárskej činnosti je schopnosť analyzovať, pozorovať, porovnávať, skúmať a zovšeobecňovať fakty tak, aby mohli byť prijímané širokým publikom. Pereira a Correia takisto tvrdia, že žurnalistický spôsob sprostredkovania informácií je „*exoterický*“, teda určený pre širokú verejnosť.²⁷ Na vyjadrenie faktov preto nepoužívajú netypické a zvláštne vyjadrenia.

¹⁹ ČERNÍK, V.: *Teória poznania: Úvod do dialektiky a logiky poznania*. Bratislava : Pravda, 1987, s. 287.

²⁰ Tamtiež.

²¹ ŠEFČÁK, M.: O pravdivosti v novinárstve. In *Otázky žurnalistiky*, 1997, s. 23.

²² ZUKERAN, P.: *Truth: Absolute or Relative?* [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <<https://evidenceandanswers.org/article/truth-absolute-or-relative/>>.

²³ GÁLIK, S.: On ontological definition of media truth and the role of media. In *European Journal of Science and Theology*, 2019, Vol. 15, No. 1, s. 2.

²⁴ DAVIES, F.: *Public Relations and Journalism: Truth, Trust, Transparency and Objectivity*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <http://eprints.lincoln.ac.uk/id/eprint/16177/1/_ddat01_staffhome_bjones_Downloads_3-15-2-PB.pdf>.

²⁵ PEREIRA, A. V. J., CORREIA, J. C.: Between facts and news: Journalism, common sence knowledge and public sphere. In *Estudos em Comunicação*, 2007, No. 1, s. 316.

²⁶ Tamtiež, s. 309-315.

²⁷ Tamtiež, s. 313.

Uspokojenie recipientov spočíva v zachovaní autenticity faktov, rešpektovaní pravdy, objektivity a spoľahlivosti zdrojov.²⁸ Objektivitu zabezpečujú overovaním informácií. Toto sa však obmedzuje len na overovanie mien, popisu udalostí, zameraním času a miesta. V rámci svojich profesionálnych kompetencií sa mediálni pracovníci snažia odlišovať vlastné názory od faktov a pritom chcú stále vytvoriť zaujímavý „tovar“ pre publikum. Snažia sa pritom o autenticosť interpretácie faktov. Fakty v žurnalistike predstavujú akési „jadro,“ ktoré môžu mať pomocou interpretácií rôzne vysvetlenia a môže sa na neho nazerať pod rôznymi uhlami.²⁹ Avšak vzťah reality a médií je konštruktívny. Pereira a Correia tento jav označujú ako „mediálna výstavba reality.“ Práve preto objektivitu v žurnalistike môžeme označiť ako „interpretačnú.“

Interpretačná zložka faktov a faktických informácií je však v rozpore so zásadou objektivity správ. Táto skutočnosť predstavuje hlavný dôvod prečo by recipienti mali pristupovať k mediálnym informáciám kriticky a podrobiť ich analýze.³⁰ V tomto kontexte môžeme hovoriť o interpretačnej schopnosti recipientov. Než sa fakt stane správou mediálni pracovníci urobia mnoho činností, ktorými vytvárajú mediálnu konštrukciu reality. Bojujú s rýchlosťou spracovania informácií, chcú prinášať informácie ako prví. Usilujú sa o čo najväčšiu mieru objektivity. Nielen v zmysle eliminácie subjektivity, nepoužívaním prívlastkov, ale aj overovaním spoľahlivých zdrojov.³¹ Komowa v súvislosti s faktami hovorí o spojení objektívnych a subjektívnych faktorov. Ako objektívne faktory uvádza fakty a spoločenské javy vo všeobecnosti, ktoré ilustrujú skutočnosť a prostredie, kde sa nachádzajú.

Medzi subjektívne faktory zahŕňa profesionálne zručnosti mediálnych pracovníkov, schopnosť fakty pretransformovať na dôkazy a argumenty.³² Jonathan Stray podobne popisuje, že zachovanie objektivity je v žurnalistike problémom. Práca novinárov by sa podľa neho mala zaoberať hľadaním pravdy, zachovaním neutrality, etiky a dôveryhodnosti. Potrebujeme novinárov, ktorí majú dostatočné znalosti o politike, kultúre, ekonomike, globálnych záležitostiach a ďalších spoločensky významných témach.³³ Žurnalistika faktov je pre Warda nielen nesprávnym pomenovaním, ale i zlým ideálom pre žurnalistiku. Takisto názor, že žurnalistika by mala byť výlučne žurnalistikou faktov je podľa neho nesprávna. Nedajú sa totiž vymedziť hranice medzi faktami a hodnotiacimi úsudkami, pretože žurnalistika má tendenciu byť interpretačná.³⁴ Objektivita a neutralita však býva poškodená, keď práca mediálnych profesionálov sa zmení z popisu udalostí k interpretácii.³⁵

Ward popisuje, že potrebujeme žurnalistiku s faktami, ale i žurnalistov so širokým spektrom znalostí, kritickým myslením, aby boli schopní posúdiť relevanciu faktov a vedeli ich dôveryhodne interpretovať. Fakty nemôžu byť zbavené interpretácie, hodnôt, teoretizovania, pretože myseľ ľudí

²⁸ KOMOWA, M.: *Fact and factual information in the mass media*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/312207297_Fact_and_factual_information_in_the_mass_media>.

²⁹ Tamtiež.

³⁰ Tamtiež.

³¹ PEREIRA, A. V. J., CORREIA, J. C.: Between facts and news: Journalism, common sense knowledge and public sphere. In *Estudos em Comunicação*, 2007, No. 1, s. 314.

³² KOMOWA, M.: *Fact and factual information in the mass media*. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/312207297_Fact_and_factual_information_in_the_mass_media>.

³³ STRAY, J.: *Objectivity and the decades long-shift from „just the facts“ to „what does it mean?“* [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <<https://www.niemanlab.org/2013/05/objectivity-and-the-decades-long-shift-from-just-the-facts-to-what-does-it-mean/>>.

³⁴ WARD, S. J. A.: *Journalism Beyond Facts, Part 1*. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <<http://mediashift.org/2017/10/journalism-beyond-facts-part-1/>>.

³⁵ STRAY, J.: *Objectivity and the decades long-shift from „just the facts“ to „what does it mean?“* [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <<https://www.niemanlab.org/2013/05/objectivity-and-the-decades-long-shift-from-just-the-facts-to-what-does-it-mean/>>.

spoznáva realitu prostredníctvom interpretácií a pozorovania. Mediálni pracovníci vyhodnocujú, ktoré udalosti stoja za zmienku, posudzujú dôveryhodnosť zdrojov a vyhodnocujú význam udalostí. Tieto činnosti nemôžu byť neutrálne, pretože sa opierajú o hodnoty, ciele, kultúru a ďalšie faktory, ktoré vplývajú na prácu novinárov.³⁶ Ch. Ireton a J. Posetti hovoria, že objektivita v žurnalistike môže mať veľa synonym. Zároveň takisto konštatujú, že oddelenie subjektivity a objektivita je problematické a diskutabilné. Podľa nich sa žurnalisti síce môžu usilovať o elimináciu subjektivity, no v niektorých prípadoch to dokonca nie je ani vhodné ako sami konštatujú (napr. pri usvedčení vojnových zločincov a dokázaní korupcie). Objektivita sa môže absolútne zaručiť čestnosťou, nezávislosťou, transparentnosťou a ochranou dôverných zdrojov, ktoré zvyšujú dôveru a dôveryhodnosť žurnalistov a mediálnych organizácií.³⁷

Autorky rovnako uvádzajú aj výrok R. Sambrooka z roku 2009 (riaditeľ spravodajstva BBC), ktorý hovorí, že: „*Nie je to objektivita, ktorá prináša dôveru v žurnalistiku v ére nových médií, ale práve transparentnosť. Správy sa musia vyznačovať presnosťou a vyváženosťou. Rovnako dôležité je, aby čitatelia, poslucháči a diváci vedeli ako sa tieto správy vyrábajú, odkiaľ pochádzajú informácie a ako tento celý spravodajský kolobeh funguje.*“³⁸ J. Stray hovorí, že definícia žurnalistiky by sa dala jednoducho a mylne vysvetliť ako, že „žurnalistika, to sú faktické správy o skutočných udalostiach.“ Podľa neho ide takisto v tejto profesii o interpretáciu, ktorá zahŕňa hĺbkovú analýzu, vysvetlenie kontextu a daním zmyslu správy. Profesionálni žurnalisti sa podľa neho snažia svojmu publiku vysvetliť informácie v súvislostiach, ktoré zahŕňajú podrobnú analýzu a interpretáciu. Čiže nielen to čo sa stalo, ale aj prečo a aké to môže mať následky. Práve preto nemá zmysel hovoriť, že v žurnalisti v mediálnych obsahoch zverejňujú iba fakty. Zároveň žurnalistiku nenazýva investigatívnou, ale kontextovou. Interpretáčna, resp. kontextová žurnalistika sa podľa neho v informačnom reťazci posúva hore, čo vníma ako pozitívum. My ako recipienti totiž nepotrebujeme, aby nám niekto popísal, že kto, čo, kedy a kde povedal. My potrebujeme, aby nám niekto vysvetlil súvislosti a čo tieto skutočnosti znamenajú pre spoločnosť.³⁹

Záver

Žurnalisti informujú recipientov o tom, čo sa každodenne deje vo svete. Komunikujú skutočné správy, šíria informácie, ktoré sú pre náš život podstatné. Tým formujú verejnú mienku a preto má hodnota pravdy v médiách dôležité miesto. Dôležité je preto sa zamyslieť nad povahou informácií, či môžu byť v tomto prostredí absolútne objektívne, alebo sa pripúšťa istá miera subjektivity. Viacerí autori (Pereira, Correia, Ireton, Posetti, Ward a mnohí ďalší) hovoria, že interpretácia faktov, ktorá pripúšťa i subjektivitu má pre verejnosť väčší význam ako čisté (napríklad aj vedecké) fakty. Spravodajská hodnota interpretovaných faktov tým neklesá, práve naopak môžeme povedať, že má vyššiu hodnotu. Potrebné je však v tomto kontexte zdôrazniť zásadný význam nezávislosti žurnalistiky, vysokej profesionálnej úrovne mediálnych pracovníkov a schopnosti analyzovať, zovšeobecňovať, dávať do súvislostí, neutrálne interpretovať a vysvetľovať spoločensky významné témy. Napriek tomu potreba a nárok pravdy v prostredí médií stále existuje. Interpretácia faktov (resp. pravdy) je v dnešnom prostredí žiadaná rovnako ako zachovanie neutralnosti, etiky

³⁶ WARD, S. J. A.: *Journalism Beyond Facts, Part 1*. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <<http://mediashift.org/2017/10/journalism-beyond-facts-part-1/>>.

³⁷ IRETON, CH., POSETTI, J.: Introduction. In *Journalism, 'fake news' & disinformation*. Paris : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018, s. 24.

³⁸ Tamtiež.

³⁹ STRAY, J.: *Objectivity and the decades long-shift from „just the facts“ to „what does it mean?“* [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.niemanlab.org/2013/05/objectivity-and-the-decades-long-shift-from-just-the-facts-to-what-does-it-mean/>>.

a spravodlivosti v žurnalistike. Rovnako dôležité je aj kritické myslenie nielen novinárov, ale i recipientov, ktorí si tiež vyhodnocujú a sami interpretujú mediálne správy.

Literatúra a zdroje:

- ABUGU, J. C.: *Stuart Hall's encoding and decoding: a review*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na:
<https://www.academia.edu/34472548/STUART_HALLS_ENCODING_AND_DECODING_A_REVIEW>.
- ČERNÍK, V.: Formovanie teórie spoločenského faktu. In *Filozofia*, 2008, Vol. 63, No. 8, s. 670-682.
- ČERNÍK, V.: *Teória poznania: Úvod do dialektiky a logiky poznania*. Bratislava : Pravda, 1987.
- DAVIES, F.: *Public Relations and Journalism: Truth, Trust, Transparency and Objectivity*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na:
<http://eprints.lincoln.ac.uk/id/eprint/16177/1/_ddat01_staffhome_bjones_Downloads_3-15-2-PB.pdf>.
- GÁLIK, S.: On ontological definition of media truth and the role of media. In *European Journal of Science and Theology*, 2019, Vol. 15, No. 1, s. 1-8.
- Interpretation*. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na:
<<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/interpretation>>.
- IRETON, CH., POSETTI, J.: Introduction. In *Journalism, 'fake news' & disinformation*. Paris : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018, s. 14-25.
- KOMOWA, M.: *Fact and factual information in the mass media*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na:
<https://www.researchgate.net/publication/312207297_Fact_and_factual_information_in_the_mass_media>.
- PEREIRA, A. V. J., CORREIA, J. C.: Between facts and news: Journalism, common sense knowledge and public sphere. In *Estudos em Comunicação*, 2007, No. 1, s. 305-318.
- STRAY, J.: *Objectivity and the decades long-shift from „just the facts“ to „what does it mean?“* [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.niemanlab.org/2013/05/objectivity-and-the-decades-long-shift-from-just-the-facts-to-what-does-it-mean/>>.
- ŠEFČÁK, M.: O pravdivosti v novinárstve. In *Otázky žurnalistiky*, 1997.
- WARD, S. J. A.: *Journalism Beyond Facts, Part 1*. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na:
<<http://mediashift.org/2017/10/journalism-beyond-facts-part-1/>>.
- ZUKERAN, P.: *Truth: Absolute or Relative?* [online]. [2020-03-17]. Dostupné na:
<<https://evidenceandanswers.org/article/truth-absolute-or-relative/>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Diana Bulganová
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
diana.bulganova@gmail.com

POTENCIÁL VÝUČBY GRAFIKY VO VIRTUÁLNEJ REALITE

The potential of graphics education via virtual reality

Martin Engler

Abstrakt

Súčasný stav výučby grafických odborov by mal pozostávať z teoretického základu, výučby softwaru, technologických postupov, základov teórie zobrazovania v 2D a 3D forme a rozvíjania imaginácie. Keďže rozvoj študentovho myslenia spočíva mnohokrát najmä v rozvíjaní jeho predstavivosti a jej upevnenie cez teoretické a praktické znalosti, dochádza pri výučbe k mnohým blokom, či chybám. Chyby mnohokrát vznikajú ťažkopádny prepisom abstraktnej informácie a pochopenia priestoru do média 2D alebo 3D. VR v tomto ponúka riešenie, nakoľko imerzia, prirodzený pohyb tela pri tvorbe, či vnímania priestoru a prirodzenejšie užívateľské rozhranie, urýchľujú, uľahčujú a prirodzenejšie rozvíjajú autorove schopnosti v tvorbe grafiky. Súčasný trend a rozvoj zábavného priemyslu nielen naznačuje, ale už postupne prechádza k využívaniu technológií ako virtuálna a augmentovaná realita. Vedecký príspevok sa venuje implementácii a nutnosti využitia novej technológie virtuálnej reality v multimediálnej výučbe. Príspevok pokrýva mnoho similarít z oblasti historickej umeleckej tvorby, využitie výhod VR pri výučbe, zadefinovanie virtuálnej reality a jej použitie. Článok sa takisto venuje súčasnej tvorbe v oblasti digitálnych hier, priekopníkom v tvorbe ich návrhov pre toto médium a dôležitosti implementácie nových technológií.

Kľúčové slová:

Grafika. Rozšírená realita. Virtuálna realita. Výučba.

Abstract:

The contemporary state of graphics education field should consist of theoretical basis, software education, technological methods, elementary display theory in 2D and 3D and imagination development. Due to the fact that the development of students cogitation is frequently connected with the development of his or her imagination and its fixation via theoretical and practical skills, it may possibly lead to several mind blocks or mistakes. Such mistakes appear as results of clumsy transcription of an abstract idea and invalid comprehension of a 2D or 3D space. VR therefore offers relevant solution, since immersion, genuine movement of human body, or increased space perception and user interface accelerate, simplify and allow the user to perceive space in a more natural way and thus increase the author graphics skills. The contemporary trend and development of the entertainment industry does not only indicate its use of technologies such as virtual and augmented reality, it fully utilizes them. The scientific article is focused on the implementation and necessity of use of the new virtual reality technology in multimedia education. The article covers many similarities from various fields such as historical Art, utilization of VR benefits, defining virtual reality and its use. The article also concerns with the contemporary development of video games, its respective pioneers and the necessity of implementing such technologies.

Keywords:

Augmented reality. Education. Graphics. Virtual reality.

Úvod

Ľudia odjakživa túžia po pochopení, sebarealizácii, vedomostiach. Túžia nazrieť a cítiť budúcnosť na jazyku. Odjakživa teda tvoria a rozvíjajú kultúru, pričom inšpirácia a pohnútky sídli v náboženstve, filozofii, antropocentrizme a budúcnosti. Ich výsledok vnímať v legendách, mýtoch, literatúre, architektúre, v umení, filozofii a vede, čo sa odzrkadľuje v rozvoji kultúry a ľudstva v čase. Ako hovorí E.B Tylor, “*Kultúra je komplexný celok, ktorý zahŕňa poznanie, vieru, umenie, právo, morálku, zvyky a všetky ostatné schopnosti a obyčaje, ktoré si človek osvojil, ako člen spoločnosti*”. Vývoj kultúry podnietil vznik nových médií a technológií, ktoré nám pomáhajú naplňať naše stále hlbšie a náročnejšie predstavy. Obrovská časť tejto tvorby dnes patrí pod filmový a herný priemysel, nakoľko disponujú prostriedkami, ktoré podporujú ďalší rozvoj tvorby a technológie¹. M. C. Bateson vyslovila myšlienku, ktorá hovorí o úlohe umenia a podľa môjho názoru aj schopnosti VR ako média: “Aké by to bolo, mať nielen schopnosť vidieť farby ale aj kultúru, schopnosť vidieť paralelné svety iných?”. Súčasná technológia nám umožňuje vo veľkom počte kreatívcov vytvárať adaptácie svetov určitých vyvolených jednotlivcov v médiu filmov a hier. VR však svojimi prirodzenými vlastnosťami prináša revolúciu v tvorbe a oživovaní predstáv aj v malom tíme.

Preto sa javí, že dnešným fenoménom a zároveň budúcnosťou tvorby je virtuálna a augmentovaná realita², ktoré umožňujú lepšiu prácu s digitálne vyprodukovanými časťami filmu či hier. Tým môže byť čokoľvek od jednoduchých predmetov, cez postavy, architektúru, animácie a vizuálne efekty, až po celé prostredia, mestá či planéty³. Dôkazom toho je dnešný trend fantasy, sci-fi filmov a hier, pre ktoré je nutné takéto obsah vymyslieť, vytvoriť, dať ho do kontextu s ďalšími prvkami a nakoniec aj zrežírovať. Ako dobrý príklad slúži najnovšia produkcia franchise Star Wars (2015-2019), kde sa používala VR, AR a experimentálna technológia Stagecraft k vytvoreniu uveriteľnejšieho a kvalitnejšieho dojmu pre diváka za účelom znásobenia imerzie⁴. Alebo očakávaný Half Life: Alyx od Valve, zvyrazňujúci revolúciu média VR. Valve za účelom využitia a prechodu na nové médium vytvorili vlastný VR headset, práve kvôli čo najlepšej imerzii a zážitku diváka⁵.

¹ DOMENECH, R., RAUSELL-KÖSTER, P.: The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union: Innovative Strategies for European SMEs. In *Drones and the Creative Industry*, 2018, s.19-36. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-95261-1_2>.

² ENGLÄNDER, F.: *2D and 3D concept art in VR? :Interview with Jama Jurabaev*. FMX, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.animatorisland.com/2d-and-3d-concept-art-in-vr-interview-with-jama-jurabaev/?v=13dd621f2711>>.

³ *What is Entertainment Art?.In Concept art empire*. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://conceptartempire.com/entertainment-art/>>.

⁴ EPSTEIN, A.: The filmmaking technology behind “The Mandalorian” is straight out of the Star Wars universe, In *Quartz*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://qz.com/1754288/disney-is-trying-to-revolutionize-filmmaking-with-the-mandalorian/>>.

⁵ LEGER, H.: Half Life: Alyx could be the first of many new Half-Life games in VR. In *Techradar*, 2020. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.techradar.com/news/valve-index-could-get-a-lot-more-half-life-vr-games-after-alyx>>.

1 Využitie imerzie ako kvalitatívnej hodnoty

Využitie imerzie badať už v historických príkladoch umenia, kde sa autori pokúšali zachytiť dojem prostredia cez ilúziu priestoru⁶. Rafinovanejšími pokusmi ako klasické obrazy, boli panoramatické maľby na stenách. Dobrými príkladmi sú Villa dei Misteri v Pompeii, záhradné fresky vo Villa Livia pri Primaporta (ca. 20 b.c.) a iné renesančné ilúzie priestorov, ako Sala delle Prospettive. Ďalším príkladom je Robert Baker, ktorý si roku 1789 dal patentovať iluzionizmus v panoráme, ktorej príklad nájdeme v Drakelowe Hall (1973)⁷. Príchodom technológie však do rovnice okrem ilúzie vstúpila aj možnosť interakcie, animácie, či efektov v 3D digitálnom prostredí. To malo za následok rozvoj nového média digitálnych hier, pri ktorých však bola umelecká hodnota z počiatku druhoradá a rozvíjala sa postupne s technologickým rozvojom a výkonom počítačov a konzol⁸. Súčasnšie pohnútky vytvoriť imerzné umelecké panoramatické médium bol PanoPainter (2016), vytvorený Omarom Mohamed Ali Mudhirom pracujúcim na mnohých VR projektoch. Projekt mal dať možnosť vytvárať imerzné maľby v časoch, keď prvé novodobé VR headsety neboli vývojovo, ani finančne lukratívne. Ďalej však pokračuje a rozvíja toto imerzné panoramatické médium⁹. VR však priniesla pre umelecký svet možnosť vstúpiť do média a dovoliť divákovi absolútne vnímať vplyv prostredia a interakcie, kde nová, virtuálna realita iluzívne napodobuje tú našu. Predpokladáme, že tento zlomový bod v zobrazovaní a vnímaní je preto nová cesta digitálneho umenia¹⁰. Nakoľko je veľmi silno vnímaný potenciál VR, investujú sa doň nemalé čiastky. Jeho potenciál potvrdzuje aj štúdia Visual technologies trends in education, ktorá tvrdí, že očakávané zarábky z VR a AR budú na rok 2020 okolo 120 miliónov eur¹¹. Súčasná VR a AR, už nie sú len prvotnými pokusmi z konca 80tych rokov, kedy začali vznikať prvé HMD (head mounted display) alebo podobné virtuálne, projekčné a imerzné projekty ako CAVE, ktoré však boli nezlučiteľné s masovou výrobou¹². VR je plnohodnotným novým médium a zároveň novou platformou, dostupnou technologicky a finančne. VR a AR ešte len začína uplatňovať svoj potenciál a už máme vyvinutých nespočetné množstvo aplikácií: venujúcim sa výučbe medicíny, histórie; zábavnému priemyslu vo filme či hrách, rôznym simuláciám v tréningoch, ale predovšetkým novým umeleckým nástrojom, ako sú Quill, Adobe Medium, Gravity Sketch, Tilt Brush a iné¹³.

⁶ DUNNING, W. V.: *Changing Images of Pictorial Space: A History of Spatial Illusion in Painting*. New York : Syracuse University Press, 1991, s. 2 – 227.

⁷ GRAU, O.: *Virtual Art: from illusion to immersion*. Berlin : Reimer, 2001, s. 2-65.

⁸ An Exhaustive History of Eight Generations of Video Game Consoles: 1967 to 2018. In *DID Electrical*, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na:

<<https://www.did.ie/content/blog/history-of-video-game-consoles>>.

⁹ RICHENS, P., ASHMORE, J.,P.: Pano painter: sketching in the round. In *3rd International Mathematics and Design Conference 2001: digital, hand, eye, ear, mind, 2001*. [online]. [2020-04-15], Dostupné na:

<https://www.researchgate.net/publication/238743196_PANO_PAINTER_-_SKETCHING_IN_THE_ROUND>.

¹⁰ ALLEN, R.: AI, VR, Biometrics, Art & Technology: Designing Future Experiences. In *Awards Conference New York 2019*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na:

<<https://www.youtube.com/watch?v=0QgPUHZ8BxE>>.

¹¹ MARTÍN-GUTIÉRREZ, J., MORA,C.,E., ANORBE-DÍAZ, B., GONZÁLEZ-Marrero, A.:Virtual technologies trends in education. In *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education*, 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/2617390_Virtual_Reality_-_History_Applications_Technology_and_Future>.

¹² MAZURYK, T., GERVAUTZ, M.: Virtual reality-history, applications, technology and future. 1999. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/2617390_Virtual_Reality_-_History_Applications_Technology_and_Future>.

¹³ BITNER, J.: VR Art: Tools and examples, In Lullabot, 2018. [online].[2020-04-15]. Dostupné na:

<<https://www.lullabot.com/articles/vr-art-tools-examples>>.

Štúdiá o schopnostiach podstatných pre 21 st.¹⁴ naznačuje, že naša doba sa rapídne mení a klasické vyučovanie za lavicou v triedach už nie je dostačujúce¹⁵. Hovorí o sete schopností: koncept kreativity, komunikácia, sociálne schopnosti, kritické myslenie, riešenie problémov a znalosť digitálneho média, ktoré sú aktuálne pre našu dobu kruciálne a ich implementácia do výučby by mala byť preto prioritou. Zo skúseností sa ukazuje, že tvorba grafických návrhov (concept art) pre médium digitálnych hier a filmu je práve činnosťou, ktorá takéto schopnosti rozvíja. O našej dobe sa tvrdí, že je informačnou dobou, ktorá však zaostáva v ďalšom použití informácie. Concept art je práve druhom umeleckej a analytickej činnosti, kde je nutné rozobrať a pochopiť problém. Problém je ďalej nutné kreatívne transformovať a zakomponovať do celku, je nutné k nemu z rôznych pohľadov kriticky pristupovať, tvorba v tomto médiu si vyžaduje spoluprácu a znalosť digitálneho prostredia a teda zodpovedá všetkým požadovaným schopnostiam pre 21. st¹⁶. Tvorba grafického kontextu v médiách hier a filmu je však zaujímavá aj z hľadiska sebarealizácie a kontextu, ktorý je vytváraný. Tituly sú mnohokrát silno psychologicky podložené a tvorí sa obsah založený na rozprávaní príbehu, ktorý diváka prirodzene zaujíma¹⁷. Preto je takáto tvorba zároveň motivátorom k štúdiu a zlepšovaniu samotného autora.

Filozofia rovnako suverénne zakotvuje prácu s concept artom a virtuálnou realitou, čo v tomto koncepte môže znamenať jedno a to isté. Už Platón vyslovil myšlienku, že idea, akonáhle je pochopená, dokáže byť viditeľnou. Scholastici v stredoveku vytvorili názov virtuos, práve kvôli výskytu rôznych realít súčasne. Autor pri tvorbe concept artu práve využíva znalosti našej reality, aby vytvoril ilúziu nového sveta s podloženým a funkčným vizuálnym a teoretickým konceptom, ako by mal fungovať virtuálny svet. Taratuta vo svojej knihe *Filozofia virtuálnej reality* (2007) hovorí, že “virtuálna realita zdedí všetky hlavné možnosti výstavby fyzickej, materiálnej reality”¹⁸.

2 Od kresby k virtuálnej realite

Najobyčajnejšou cestou ako začať svoju grafickú cestu do zábavného priemyslu je pomocou papiera a ceruzy, čo tvrdí akákoľvek stránka či kniha venujúca sa digitálnej grafickej výučbe. Práca s ceruzou rozvíja naše priestorové myslenie, núti nás vytvárať ilúziu priestoru na plochom formáte papiera, čo napomáha k rozvíjaniu priestorovej inteligencie a taktiež uchovávať a vizualizovať informáciu prijatú z okolia¹⁹. Set schopností, ktoré by mal výtvarník ovládať je perspektíva, svetlo, tvar, kompozícia a vnútorný kontext vizualizovanej veci, napr. anatómia, technológia, architektúra. Tieto vlastnosti tvoria štartovací bod k digitálnej tvorbe, ako je 2D maľba, ilustrácia, výroba textúr, koláž a úprava fotiek (najčastejšie Photoshop, Paintstorm, Affinity photo, Corel, Krita), 3D

¹⁴ PAPANASTASIOU, G., et al.: Virtual and augmented reality effects on K-12, higher and tertiary education students' twenty-first century skills. In *Virtual Reality*, 23(4), s. 425-436, 2019. [online]. [2020-4-15]. Dostupné na: <<https://doi.org/10.1007/s10055-018-0363-2>>.

¹⁵ PENG, L., YEN, Y., SISWANTO, I.: Virtual reality teaching material-virtual reality game with education. In *Journal of Physics: Conference Series*, Vol. 1456, 2020. [online]. [2020-04-15], Dostupné na: <<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1456/1/012039>>.

¹⁶ FITZGERALD, R.: What is Concept art? In *CGspectrum*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.cgspectrum.com/blog/what-is-concept-art>>.

¹⁷ LANGLEY, T.: Inside Out: Emotional Thruts by Way of Pixar. In *PsychologyToday*, 2015. [online]. [2020-04-15], Dostupné na: <<https://www.psychologytoday.com/us/blog/beyond-heroes-and-villains/201506/inside-out-emotional-truths-way-pixar>>.

¹⁸ NIKITIN, G.: Virtual Reality As Transformation Of Material Reality. In *SCTCMG 2019 - Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.futureacademy.org.uk/files/images/upload/SCTCMG2019FA329.pdf>>.

¹⁹ BLAISE, A.: How to become a professional concept artist: Ultimate guide. In *Concept art Empire*. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://conceptartempire.com/become-a-concept-artist/>>.

modelovací program pre modelovanie, animáciu, rigovanie, texturovanie, svietenie, úpravu máp, vizuálne efekty atd. (najčastejšie Maya, Blender, 3Ds Max, Cinema4D, Zbrush). Tieto dve časti dnes tvoria takzvaný industry standard a teda priemyslom osvedčené a vyžadované efektívne postupy a programy. Digitálne médium nám teda poskytuje rýchly a osvedčený spôsob tvorby, možný ďalej upravovať a vytvárať kontext spoločného univerza. Digitálne médium tak otvára obrovské tvorivé možnosti a urýchljuje tvorbu. Profesionálni concept artisti dnes dokážu v priebehu niekoľko hodín vytvoriť špičkové designy, architektúru, komplexne charaktery či celé mestá v 2D, 3D, či čoraz častejšie v kombinácii oboch. Čoraz viac týchto medzinárodne uznávaných autorov ako napr. Jama Jurabaev²⁰, Goro Fujita²¹ či Finnian McMannus²² však využíva médium VR a demonštrujú efektívnosť virtuálnej reality v rukách skúseného umelca.

3 Implementácia a študijné kvality VR

Implementácia VR je dnes bežnou praxou v rôznych odboroch²³. Lekárom pomáha trénovať zložitejšie či menej zložitejšie procedúry kedykoľvek a bez úhony na pacientoch. Historikom umožňuje vizualizovať a pocítiť rekonštrukciu historického obdobia. V architektúre mimo priamej tvorby pomáha virtuálna realita vizualizovať celé komplexy a pocítiť ich v ľudskej mierke. V automobilovom designe pomaly nahrádza hlinené modely prvotných designov a urýchljuje tak produkciu²⁴. V hernom a filmovom priemysle zas vytvára nový užívateľský, divácky a hráčsky pôžitok. Výhod tvorby vo virtuálnej realite je hneď niekoľko: je možné škálovať objekty a pocítiť rôznu mierku designu a zažívať pocity zo scény priamo; dáva možnosť prirodzenejšie zapracovať pohyb tela a ťahy v tvorbe; užívateľské rozhranie je menej technické, čo podporuje efektívnosť; vytvára a pridáva motiváciu z práce svojou imerziou. O motivácii a celkovo dobrého pocitu z práce či výučby hovorí aj štúdia²⁵, ktorá vyhodnocovala možnosť implementácie VR v súčasnosti, pričom sa stretla s veľmi pozitívnymi ohlasmi. To čo VR do výučby grafiky prináša je práve sila a priama využiteľnosť autorovej kreativity, ktorá sa násobí dojemom podobným digitálnej hre, kde svojou činnosťou môžeme ovplyvniť svoje okolie .

²⁰ JURABAEV, J.: VR painting tutorial. In *Gumroad*, 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://gumroad.com/l/GPpWG>>.

²¹ FUJITA, G.: Interview with Goro Fujita, In *Iamag*, 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.iamag.co/interview-with-goro-fujita/>>.

²² MCMANNUS, F.: Artist spotlight with Finnian McMannus. In *Facebook Oculus Medium*, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.facebook.com/oculusmedium/videos/artist-spotlight-with-finnian-macmanus/961863847328685/>>.

²³ MARTÍN-GUTIÉRREZ, J., MORA, C., E., ANORBE-DÍAZ, B., GONZÁLEZ-Marrero, A.: Virtual technologies trends in education. In *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology Education*. 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/2617390_Virtual_Reality_-_History_Applications_Technology_and_Future>.

²⁴ ZIMMERMANN, P.: Virtual reality aided design. A survey of the use of VR in automotive industry. In *Product Engineering*. 2008. Dordrecht : Springer, p. 277-296. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4020-8200-9_13>.

²⁵ ZHANG, L.: Illustration Design Teaching Mode Based on Virtual Wall Painting Technology. In *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 14(03), s.190-200, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/10108>>.

Štúdií okolo využitia VR pre edukáciu, jej potreba a možnosti využitia je hneď niekoľko²⁶, jej konkrétna implementácia do výučby umenia je však málo zastúpená a ide skôr o pokusy²⁷, pokiaľ nie je súčasťou praktickej výučby profesionála v obore, ako v prípade spomínaných autorov. Čo je však dôležité spomenúť sú stránky VR, ktoré výrazne ovplyvňujú zážitok a učebný potenciál študenta počas výučby ovplyvnenej virtuálnou realitou. O fakte, že pri vnímaní viacerými zmyslami pri štúdiu vieme zefektívniť memorovanie sme už počuli. Štúdie vykonané na študentoch počas výučby kombinovanej s VR vravia, že 85% účastníkov si zapamätalo o 40% viac informácií pri výučbe v scénach vytvorených pre tému výučby. Je to práve kombináciou zmyslov a pocitu zážitku na vlastnej koži. Obrovskou výhodou je zároveň spätná odozva voči divákovej interakcii, čo obrovským spôsobom podporuje výučbu a podporuje chuť študentov k učeniu. Dôvodom je centralizovanie študenta do stredu diania, ktoré poznáme práve z mimoriadne obľúbených hier a jeho zážitkovo orientovanú výučbu.

4 Návrh výučby grafiky pre VR

Virtuálna realita má mnoho výhod, ktoré je možné pri výučbe využiť. Je to centralizovanosť študenta v priestore, ktorá vyvoláva zážitkovosť a s ňou spojená motivácia, priamočiare vysvetľovanie, ktoré odbúrava abstraktnosť formovaných ideí pri klasickej výučbe, interaktivita, poskytnutie obrazu aj zvuku a dokonca kooperácia, ktorú dnes niektoré aplikácie pre tvorbu poskytujú. Ďalším obrovským plusom je, že obrovské 3D softwarové spoločnosti a ich produkty ako je Autodesk Maya a Blender ohlasujú skorú implementáciu VR(2020). Implementácia by umožnila priame spojenie a využitie technológie, s už zaužívanými postupmi. Rovnako samotné VR a aplikácie už doteraz vydané, poskytujú neporovnateľnú slobodu pri práci, či už s 2D alebo 3D výstupmi. Počítajúc všetky tieto kvality tvorby, bolo by až neprípustné ich nevyužiť a neimplementovať ich vo vyššej výučbe prihliadajúc na ich kvalitu a dostupnosť.

Návrhom výučby by bolo vytvorenie učebného priestoru s dostatkom miesta pre implementáciu klasickej, ako aj virtuálnej výučby. Sledujúc trend a spôsob výučby veľkých platforiem ako schoolism, gnomonschool, focalpoint school a pod. Študenti by tak priamo pocítili, videli a spájali si teoretické informácie s implementáciou tvarov a komponovania scén. Pre výučbu imaginácie a jej prepisu do tvorby je najdôležitejšie osvojiť si priamočiary, funkčný a premyslený prepis informácie do designu, pričom najviac záleží na pravidlách vizuálneho spracovania. Najdôležitejší a najpotrebnejší by bol teda prepis, budovanie a pochopenie priestoru a perspektívy, znalosť kompozície, pochopenie svetla, znalosť tvarov a línie pre čistotu designu. Najmä konštrukčný prepis znalostí výtvarníka o svete, ktoré najviac ovplyvňujú kreatívnu a realistickú tvorbu. Pre všetky tieto základy by bolo nutné vytvoriť kombinovanú výučbu zameriavanú na vysvetlenie a priamočiare pochopenie, kde by sa tradičné metódy dopĺňali modernými. Z tohto bodu by bolo možné posúvať a urýchľovať možnosti výučby, motivovať študentov, ako aj posúvať hranice ich kreativity a pripravenosti v kreatívnom priemysle.

²⁶ NACHIMUTHU, K., REVATHI, A.: Need of Virtual Reality to Enrich Teacher Education. In *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 6(4), 14-21, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<http://www.shanlaxjournals.in/journals/index.php/sijash/article/view/368>>.

²⁷ BOLIER, W., et al.: Drawing in a virtual 3D space-Introducing VR drawing in elementary school art education. In *Proceedings of the 26th ACM international conference on Multimedia*. 2018. p. 337-345. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3240508.3240692>>.

Záver

VR vo výučbe, je zatiaľ v súčasnosti veľmi málo zastúpená, čo vysvetľuje fakt, že je to nová technológia. Všetky indicie však poukazujú na to, že jej využitie je rozsiahle a má obrovskú uplatniteľnosť v budúcnosti, či už v tvorbe, výučbe alebo ako samostatné médium a platforma. Je však nutné vytvoriť ďalší, praktický výskum nielen pri umeleckej tvorbe, ale aj priamo vo vývoji digitálnych hier so zreteľom na jej praktické využívanie a aplikáciu. Táto práca preto tvorí teoretický východiskový bod pre ďalší výskum v praktickej oblasti.

Literatúra a zdroje:

- ALLEN, R.: AI, VR, Biometrics, Art & Technology: Designing Future Experiences. In Awwwards Conference New York 2019, 2019. [online]. [2020-4-15]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=0QgPUHZ8BxE>>.
- An Exhaustive History of Eight Generations of Video Game Consoles: 1967 to 2018. In *DID Electrical*, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.did.ie/content/blog/history-of-video-game-consoles>>.
- BITNER, J.: VR Art: Tools and examples, In *Lullabot*, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.lullabot.com/articles/vr-art-tools-examples>>.
- BLAISE, A.: How to become a professional concept artist: Ultimate guide. In *Concept art Empire*, [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://conceptartempire.com/become-a-concept-artist/>>.
- BOLIER, W., et al.: Drawing in a virtual 3D space-Introducing VR drawing in elementary school art education. In *Proceedings of the 26th ACM international conference on Multimedia*. p. 337-345, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3240508.3240692>>.
- DOMENECH, R., RAUSELL-KÖSTER, P.: The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union: Innovative Strategies for European SMEs. In *Drones and the Creative Industry*, 2018, s.19-36. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-95261-1_2>.
- DUNNING, W. V.: *Changing Images of Pictorial Space: A History of Spatial Illusion in Painting*. New York : Syracuse University Press, 1991.
- ENGLÄNDER, F.: *2D and 3D concept art in VR?: Interview with Jama Jurabaev*. FMX, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www animatorisland.com/2d-and-3d-concept-art-in-vr-interview-with-jama-jurabaev/?v=13dd621f2711>>.
- EPSTEIN, A.: The filmmaking technology behind “The Mandalorian” is straight out of the Star Wars universe, In *Quartz*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://qz.com/1754288/disney-is-trying-to-revolutionize-filmmaking-with-the-mandalorian/>>.
- FITZGERALD, R.: What is Concept art? In *CGspectrum*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.cgspectrum.com/blog/what-is-concept-art>>.
- FUJITA, G.: Interview with Goro Fujita, In *Iamag*, 2017.[online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.iamag.co/interview-with-goro-fujita/>>.
- GRAU, O.: *Virtual Art: from illusion to immersion*. Berlin : Reimer, 2001.
- JURABAEV, J.: VR painting tutorial. In *Gumroad*, 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://gumroad.com/l/GPpWG>>.
- LANGLEY, T.: Inside Out: Emotional Thruts by Way of Pixar. In *PsychologyToday*, 2015. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.psychologytoday.com/us/blog/beyond-heroes-and-villains/201506/inside-out-emotional-truths-way-pixar>>.
- LEGER, H.: Half Life: Alyx could be the first of many new Half-Life games in VR. In *Techradar*, 2020. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.techradar.com/news/valve-index-could-get-a-lot-more-half-life-vr-games-after-alyx>>.
- MARTÍN-GUTIÉRREZ, J., MORA,C.,E., ANORBE-DÍAZ, B., GONZÁLEZ-Marrero, A.: Virtual technologies trends in education. In *EURASIA Journal of Mathematics Science and Technology*

Education, 2017. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/2617390_Virtual_Reality_-_History_Applications_Technology_and_Future>.

MAZURYK, T., GERVAUTZ, M.: *Virtual reality-history, applications, technology and future*. 1999. [online]. [2020-4-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/2617390_Virtual_Reality_-_History_Applications_Technology_and_Future>.

MCMANNUS, F.: Artist spotlight with Finnian McMannus. In *Facebook Oculus Medium*, 2018. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.facebook.com/oculusmedium/videos/artist-spotlight-with-finnian-macmanus/961863847328685/>>.

NACHIMUTHU, K., REVATHI, A.: Need of Virtual Reality to Enrich Teacher Education. In *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 6(4), 14-21, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<http://www.shanlaxjournals.in/journals/index.php/sijash/article/view/368>>.

NIKITIN, G.: Virtual Reality As Transformation Of Material Reality. In *SCTCMG 2019 - Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism*, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://www.futureacademy.org.uk/files/images/upload/SCTCMG2019FA329.pdf>>

PAPANASTASIOU, G., et al.: Virtual and augmented reality effects on K-12, higher and tertiary education students' twenty-first century skills. In *Virtual Reality*, 23(4), s. 425-436, 2019. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://doi.org/10.1007/s10055-018-0363-2>>.

PENG, L., YEN, Y., SISWANTO, I.: Virtual reality teaching material-virtual reality game with education. In *Journal of Physics: Conference Series*, Vol. 1456, 2020. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1456/1/012039>>.

RICHEMS, P., ASHMORE, J. P.: Pano painter: sketching in the round. In *3rd International Mathematics and Design Conference 2001: digital, hand, eye, ear, mind, 2001*. [online]. [2020-4-15]. Dostupné na: <https://www.researchgate.net/publication/238743196_PANO_PAINTER_-_SKETCHING_IN_THE_ROUND>.

What is Entertainment Art? In *Concept art empire*. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <<https://conceptartempire.com/entertainment-art/>>.

ZHANG, L.: Illustration Design Teaching Mode Based on Virtual Wall Painting Technology. In *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 14(03), s.190-200, 2019. [online]. [2020-4-15]. Dostupné na: <<https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/10108>>.

ZIMMERMANN, P.: Virtual reality aided design. A survey of the use of VR in automotive industry. In *Product Engineering*. Dordrecht : Springer, p. 277-296. 2008. [online]. [2020-04-15]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4020-8200-9_13>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Art. Martin Engler
 Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
 Fakulta masmediálnej komunikácie
 Nám. J. Herdu 2
 917 01 Trnava
 SLOVENSKO
 mortrenengler@gmail.com

VYSIELANIE PRE DETI A MLÁDEŽ POČAS MIMORIADNEJ SITUÁCIE

Broadcasting for children and teen-agers during the extraordinary situation

Sláva Gracová

Abstrakt

V čase mimoriadnej situácie zapríčinenej rozšírením vírusu COVID-19 stojí svet pred nespočtým množstvom nových problémov, ktoré so sebou toto ochorenie prináša. Netýkajú sa bezprostredne len ochrany zdravia a ľudí, ale takmer všetkých oblastí ľudského života. Počas marca 2020 boli na Slovensku postupne zatvorené všetky školy a celé školstvo sa pasuje s otázkami, ako ukončiť školský rok a zabezpečiť vzdelávanie detí a mladých na diaľku. V článku sa autorka venuje tomu, ako dokázala televízia reflektovať na vzniknutú situáciu a akým spôsobom bola nápomocná pri vzdelávaní školopovinných detí a mládeže. V druhej časti uvádza analýzu programov tvorcov detských relácií a piesní vysielaných na televíznej stanici Jojko, určenej pre detského diváka, ktoré sa venujú súčasnej situácii, téme koronavírusu alebo tráveniu času doma. Uvedené údaje odrážajú začiatkové obdobie domácej karantény počas mesiaca marec a začiatok apríla 2020 na Slovensku.

Kľúčové slová:

Deti. Karanténa. Koronavírus. Mládež. Televízia. Vysielanie.

Abstract

In the time of this extraordinary situation caused by spreading the virus COVID-19 the world stands in front of countless amount of new problems which this disease brings with. They are not relating just to the health protection of people but also to almost every aspect of human life. During the March 2020 all schools were gradually closed in Slovakia. The whole education system is facing multiple questions e.g. how to end the school year or how to provide distance learning for children and teenagers. In this article the author is dealing with how the television was able to reflect on current situation and in which way was the television beneficial in education of students. In the second part we can see the analysis of children programs and songs broadcast on the TV station Jojko. This TV station is for children viewers and is paying attention to the current situation, to the coronavirus or spending time at home. Mentioned data are reflecting the early period of home quarantine during March and the beginning of April 2020 in Slovakia.

Key words:

Broadcasting. Children. Coronavirus. Quarantine. Television. Young.

Úvod: Televízne vysielanie v čase karantény

Počas karanténnych opatrení je veľmi náročné zabezpečiť vzdelávanie pre deti a mládež na všetkých stupňoch školstva. Najintenzívnejšie to pociťujú školopovinné deti, teda žiaci základných škôl. Väčšinu učiva s nimi musia preberať rodičia, učitelia deťom zasielajú úlohy, postupne niektorí

začínajú s online výučbou. V tomto článku sa chceme zamerať na reakciu televízie a zmeny v jej vysielaní zamerané na tento problém.

Rozhlas a televízia Slovenska začala v druhom týždni mesiaca marec s vysielaním diel povinnej literatúry na televíznom programe okruhu Trojka, ktoré sú určené predovšetkým pre stredoškolákov a maturantov. Odvysielané boli napríklad diela: Dobrodružstvo pri občinkách, Peter a Lucia, Tri gaštanové kone, Hájniková žena, Ťapákovci a iné. „RTVS si uvedomuje svoju verejnoprávnu úlohu, a preto hlavne stredoškolákom prinesie dramatiky, ktorá je súčasťou povinnej literatúry a často aj maturitných otázok.“¹ uviedla Judita Gembická z okruhu Trojka RTVS.

Po tomto kroku pripravila RTVS program pre menšie deti. O 18.marca 2020 začala vysielat' novú interaktívnu reláciu pre malých školákov. Určená je pre žiakov prvého stupňa. Školský klub – hodinka z triedy bez kriedy je vysielaná na Dvojke každý pracovný deň od 9:15 a trvá 45 minút. „V nej sa zábavnou formou počas 45 minút dozvedia množstvo nových poznatkov. Zároveň sa môžu zapájať do úloh, ktoré im zadajú učitelia a prostredníctvom televíznej obrazovky sa budú môcť podeliť o svoje riešenia.“² Po úspechu relácie sa ju televízia rozhodla pripravovať aj ďalej a rozšírila ju časovo aj obsahovo.



Obrázok č. 1 -Video Školský klub.

Zdroj: Youtube. [2020-03-25]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=jFr6FPPC3Y0>>.

Od 30. marce 2020 do 3. apríla 2020 mala táto relácia dvojnásobné trvanie a priniesla aktivity aj pre žiakov 2. stupňa. Školský klub bude od pondelka rozdelený do troch blokov pre 1. a 2. ročník, 3. a 4. ročník a 5. až 7. ročník. Jeden vysielací týždeň je organizovaný ako jeden školský deň - tak, ako deti v škole majú 5 hodín, tak bude aj v Školskom klube každý deň iný predmet. V pondelok bude

¹ Trojka prinesie sfilmované diela povinnej literatúry. [online]. [2020-03-13]. Dostupné na: <<https://www.rtv.s.sk/televizia/clanky/219854/trojka-prinesie-sfilmovane-diela-povinnej-literatury>>.

² RTVS spúšťa reláciu Školský klub pre malých školákov. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <<https://www.rtv.s.sk/televizia/clanky/219995/rtvs-spusta-relaciju-skolsky-klub-pre-malych-skolakov>>.

o prírodovedných predmetoch, v utorok o informatike, v stredu o matematike, vo štvrtok sa bude venovať spoločenskovedným predmetom a v piatok sa zameria na slovenčinu a literatúru.³

Celý koncept je postavený na prepájaní predmetov a ročníkov, aby aj súrodenci doma mohli spolupracovať a objavovať učivo. Relácia ukazuje moderný spôsob výučby, ktorý deťom hravou formou pomáha, aby sami objavovali poznatky, boli zvedavé, pýtali sa a hľadali odpovede.

Obsahovo, metodicky a organizačne podporuje Školský klub vzdelávacia nezisková organizácia Indícia. Učitelia sú z viacerých základných škôl z rôznych slovenských miest.

Okrem Rozhlasu a televízie Slovenska iné slovenské televízie nepripravujú program zameraný na deti a mládež, ktorým bola prerušená prezenčná výučba v školách. Treba pripomenúť, že RTVS je zriadená na základe zákona č. 532/2010 Z.z.⁴ a ako bolo vyššie spomenuté, uvedomuje si svoju verejnoprávnú úlohu. Podľa tohto zákona okrem iného jej programovú štruktúru tvoria aj vzdelávacie relácie a relácie pre deti a mládež.

1 Vysielanie pre detského diváka televízie Jojko

Netreba pripomínať, že televízia ako taká je pre detského diváka skôr zdrojom zábavy a oddychu a v období domácej karantény častým spôsobom trávenia času. V súčasnosti je na prvom mieste internet a všetky možnosti, ktoré jeho užívateľom ponúka, no televízia láka stále dosť divákov predovšetkým počas dlhých dní trávených doma. Preto sme sa rozhodli do tohto príspevku zaradiť aj analýzu vybraných programov televízie Jojko. Jojko je televízna stanica určená deťom vo veku 4 až 12 rokov. Malým divákovi prináša úplne nové, zábavné a krásne spracované seriály, ktoré sú **výlučne v slovenskom jazyku**. Pri výbere obsahu sme dbali na to, aby **rozprávky neobsahovali násilie, nevhodné slová a boli predovšetkým náučné a podnecovali detskú fantáziu**. Ide o seriály, ktorých tvorcovia berú do úvahy, že dnešné deti sa radi vzdelávajú, učia nové veci a vyžadujú stále nové podnety, ale zároveň potrebujú dobré rodinné zázemie, stabilitu a ukludňujúci svet fantázie.⁵

Detská televízia zaradzuje do programu medzi vysielané rozprávky a relácie pesničky pre deti tvorené slovenskými umelcami. Medzi nich patrí napríklad Miro Jaroš, dvojica Paci Pac, Dúfahalka, sníček Hugo, Hanička a Murko, MalinyJAM. V programe televízie sa objavujú aj Spievanka a Zahrajko, ktorí stoja za projektom Spievankovo. Ich tvorbu, ovplyvnenú šírením koronavírusu, sme rozdelili do dvoch skupín:

- tvorba zameraná na koronavírus,
- tvorba zameraná na trávenie času doma počas karantény.

1.1 Tvorba zameraná na koronavírus

Ako sme uviedli vyššie, v programe televízie Jojko sú často pesničky pre deti od slovenských tvorcov. V súčasnej situácii je veľmi časté, že pesnička je nahradená krátkym videom od tých istých tvorcov v priemernej dĺžke 2-3 min, v ktorej sa venujú téme koronavírusu. Po technickej stránke sú niektoré z nich jednoduchšie spracované a na prvý pohľad vidieť, že ich autori natočili sami doma. Niektoré sa od ostatných nelíšia, pretože sú buď natočené v exteriéri a ich spracovanie je na vyššie

³ RTVS rozšíri vysielanie školského klubu. [online]. [2020-03-25]. Dostupné na: <<https://www.rtvs.sk/televizia/clanky/220761/rtvs-rozsiri-vysielanie-skolskeho-klubu>>.

⁴ Zákon č. 532/2010 Z.z. [online]. [2011-01-01]. Dostupné na: <<https://www.zakonypreludi.sk/zz/2010-532y>>.

⁵ Jojko. [online]. [2019]. Dostupné na: <<https://jojko.joj.sk/o-nas>>.

úrovni, alebo boli aj v minulosti tvorené animáciami a vystupovali v nich bábkky, ktoré sú nakľúčované na zelenom pozadí (Hanička a Murko).

- Hanička a Murko – postavičky, ktoré vystupujú vo videách, sú bábkky a prostredie okolo nich je tvorené animáciou. V našej analýze sme toto video uviedli ako prvé, pretože sa najpodrobnejšie venuje vysvetleniu súčasnej situácie najmenším deťom. Okrem vysielania detskej televízie ho môžeme nájsť aj na youtube.com pod názvom Koronavírus – video pre deti, ako vysvetliť deťom, čo je Korona vírus. Postavičky popisujú čo je to koronavírus, že je pre ľudí nebezpečný a aké sú príznaky nakazeného človeka. V druhej časti vysvetľujú prečo musíme nosiť rúško a ako správne si umývať ruky, aby sme ich mali celé čisté. V tejto časti vystupuje aj malé dievčatko Hanka, ktorá je deťom známa z viacerých predchádzajúcich videí. Video má dĺžku 6:25. Od svojho zverejnenia na youtube 27.3. 2020 má do 11.4. 2020 58 161 videní.



Obrázok č. 2 - Video Hanička a Murko – Koronavírus – video pre deti.

Zdroj: Youtube. [2020-03-25]. Dostupné na: <<https://www.youtube.com/watch?v=QKKsXAW7pcI>>.

- Dúhalka – postavu princeznej Dúhalky hrá mladá žena, ktorá v tejto mimoriadnej situácii pripravila video natáčané v domácom prostredí, v ktorom číta deťom rozprávky z knihy. Rozprávka je o krajine Rúškovo, kde všetci nosia na svoju ochranu rúško. Takýmto spôsobom sa snaží najmenším deťom priblížiť, prečo je dôležité nosiť na tvári rúško, ak musia ísť von zo svojich domov. Video sa na kanáli youtube.com ešte nenachádza.
- Miro Jaroš – tento tvorba detských piesní sa objavuje v krátkom videu, ktoré je natočené v domácom prostredí a autor v ňom predstavuje jeho malú kamarátku, ktorá vie, ako si deti môžu urobiť rúško doma. Malé dievča následne vyrába rúško spolu so svojou menšou sestrou a video je ukončené opäť Mirom, ktorý povzbudzuje deti a teší sa, až sa opäť stretnú osobne. Okrem televízie Jojko si tento návod pre deti môžeme pozrieť aj na youtube.com, kde má za mesiac od zverejnenia 295 513 zhliadnutí.
- Paci Pac – dvojica sa prihovára deťom v krátkom videu, kde uvádza, že na to, aby sa aj oni dvaja stretli, museli urobiť isté opatrenia, aby jeden druhého neohrozili. Pripomínajú nosenie rúšok a dodržovanie odstupov od iných osôb. Dvojica je v tomto čase aktívna na svojom youtube kanáli

a naživo odohrala v mesiaci marec tri polhodinové koncerty, pričom prvý z nich má 13 747 videní. Počas koncertu má speváčka na rukách gumené rukavice a spolu so svojim gitaristom majú na tvári rúško.

- MalinyJAM – toto zoskupenie nie je natoľko aktívne, ako vyššie uvedení umelci. Ich pesničky sú veľmi vtipné a vystupujú v nich malé deti, ostatné kulisy a postavičky, zvieratá alebo rastliny sú ručne maľované, tým je ich tvorba originálna. Do vystúpenia v čase karantény vstupujú krátkym príhovorom dvoch hlavných členov, ktorí majú na sebe rúška a deťom hovoria o víruse a čase strávenom doma. Pripomínajú všetkých záchranárov, hasičov, lekárov, ktorí nám pomáhajú toto obdobie prekonať. Vo videu stoja vedľa seba a hovoria do kamery, pozadie je tvorené podobne ako ich videoklipy. Video sa na kanáli youtube nenachádza.

Podstatou zmienených videí bolo vysvetľovanie vzniknutej nepoznanej situácie, pripomínanie dôležitosti využívania ochranných prostriedkov a zvýšenej hygieny.

1.2 Tvorba zameraná na trávenie času doma počas karantény

Iní autori sa vo svojich krátkych videách zamerali na spôsoby trávenia voľného času a aktivity, ktoré je možné vykonávať doma počas karantény. Medzi nich patria:

- Sníček Hugo – v krátkych videách sa deťom prihovára známa postava televízie Jojko, ktorý má okrem pesničiek aj vlastnú reláciu. Videá sú točené v domácom prostredí, spracovaním sú veľmi jednoduché. Hugo v nich ukazuje, ako trávi svoj voľný čas, napríklad tancovaním, upratovaním, cvičením a hraním sa so psom. Nabáda deti, aby doma pomáhali, upratovali po sebe, ale aby sa vedeli aj zabaviť a zatancovať si. Tieto videá sú len súčasťou vysielania televízie, na youtube pridané neboli.

- Knihy od Stonožky – medzi skúmané krátke videá sme zaradili aj špeciálny diel relácie Knihy od Stonožky. Bežne sa v nich moderátorka venuje detským knihám, ktoré by mohli zaujímať rôzne vekové skupiny detí. V tejto konkrétnej sa uvádza, že ak deti už všetky knihy prečítali a chcú sa doma zabaviť, môžu si stiahnuť stolovú hru, vytlačiť a pripraviť si ju doma. V hre vystupuje slimák Jojko, ikona televízie.

Okrem uvedených videí sme do tohto článku zaradili aj tvorbu dvojice známej ako Spievankovo. Súčasťou vysielania televízie Jojko nie sú priamo, ale v spolupráci s nimi pripravujú prvý online koncert vysielaný touto televíziou. Spoločenská situácia, ktorá súvisí s ochorením COVID-19, zhatila plány všetkých umelcov, ktorí pripravovali v najbližších mesiacoch divadelné, hudobné či iné verejné vystúpenia a turné. Patria medzi nich aj Mária Podhradská a Richard Čanaky, ktorí sú vo svete detského šoubiznisu zatiaľ neprekonateľnými hviezdami. Ich detský, hudobný, divadelný, zábavný a výchovný projekt Spievankovo pozná snáď každé dieťa a každý rodič. Televízia JOJ koncom marca oslovila Spievankovo s nápadom, ako umožniť deťom nový muzikál vzhliadnuť. Rovno zo svojich obývačiek budú môcť deti a ich rodičia sledovať premiéru Zázračného pokladu prostredníctvom live streamu na stránke www.joj.sk.⁶ Zisk zo vstupeniék bude použitý na zakúpenie respirátorov pre lekárov z Národného ústavu detských chorôb v Bratislave.

⁶ *Jojko*. [online]. [2019]. Dostupné na: <<https://www.joj.sk/zazi-viac/523313-deti-teste-sa-jojka-prinesie-vsetkym-rodinam-velky-premierovy-program-spievankova>>.



Obrázok č. 3 - Čítanie z knižky O zatúlanej píšťalke.

Zdroj: Youtube. [2020-03-25]. Dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=1fG7Vqq_r3k>.

Okrem uvedenej spolupráce je táto dvojica veľmi aktívna aj na youtube, na svoj kanál pravidelne pridávajú nové videá točené v domácom prostredí zamerané na trávenie času doma. Niektoré z nich sú zamerané na vysvetlenie súčasnej situácie, podobne ako u iných autorov aj oni vysvetľujú nosenie rúšok a potrebu zvýšenej hygieny alebo ako si vyrobiť rúško doma. Ďalšia časť sa venuje Veľkej noci, maľovaniu vajícok a jarným prácam v záhrade. Najväčšiu časť predstavuje čítanie rozprávok pre deti. Mnohé z videí majú za mesiac od zverejnenia viac ako tristotisíc zhliadnutí. Dvojica sa dokázala z pomedzi všetkých detských autorov najrýchlejšie prispôbiť vzniknutej unikátnej situácii a je aj najaktívnejšie.

Záver

Prispôbiť sa vzniknutej situácii vo veľmi krátkom čase je náročné vo všetkých oblastiach života, ktorej sa bezprostredne dotkli. Nie je jednoduché prejsť na online výučbu na všetkých stupňoch škôl. Predovšetkým na základných školách je problémom dostupnosť internetového pripojenia v rodinách. Nie všetky deti majú rovnaké možnosti a technické vybavenie, aby výučba mohla jednotne prebiehať na celom Slovensku. Týka sa to predovšetkým detí zo sociálne znevýhodneného prostredia (napríklad detí z rómskych osád). Učitelia zo špeciálnych škôl konštatujú, že ak ostanú takéto deti pol roka bez školy a bez systematickej práce a podnetov, môže to mať katastrofálny dopad.⁷ Prispôbiť televízne vysielanie a prísť s novým programom určeným pre deti v čo najkratšom čase nie je jednoduché. RTVS stále pred zložitou úlohou, a to nielen pripraviť adekvátny program po obsahovej stránke, ale možnosti výroby televíznych programov v čase karanténnych opatrení sú tiež obmedzené. Televízia nemôže plnohodnotne zastúpiť úlohu škôl.

⁷ GDOVINOVÁ, D.: *Pol roka bez školy je pre deti z osád katastrofa, môžu zabudnúť čítať aj písať, hovorí učiteľka z Košíc*. [online]. [2020-08-04]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/1845774/polrok-bez-skoly-je-pre-deti-z-osad-katastrofa-mozu-zabudnut-citat-a-pisat-pomohli-by-letne-skoly-hovori-ucitelka-z-kosic/?ref=tema>>.

Program, ktorý pre deti pripravuje, má byť doplnením učiva a spôsobom, ako deti zaujímavým spôsobom vzdelávať.

V druhej časti príspevku sme sa venovali televíznemu vysielaniu detskej televízie Jojko, ktorá v mnohých domácnostiach vyplňa čas najmenších detí strávených doma. Pozitívnym javom je, že viaceri autorov detských piesní a programov vytvorili videá orientované na vysvetľovanie súčasnej situácie deťom alebo na trávenie času doma. Tak ako iným umelcom, aj detským tvorcom táto situácia negatívne ovplyvnila ich činnosť. Tvorba videí a ich zverejnenie na youtube.com môže byť pre nich prínosná, keďže mnohé z nich majú niekoľko stotisíc zhliadnutí, za čo majú ich autori finančnú odmenu.

Literatúra a zdroje:

GDOVINOVA, D. : *Pol roka bez školy je pre deti z osád katastrofa, môžu zabudnúť čítať aj písať, hovorí učiteľka z Košíc*. [online]. [2020-08-04]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/1845774/polrok-bez-skoly-je-pre-deti-z-osad-katastrofa-mozu-zabudnut-citat-a-pisat-pomohli-by-letne-skoly-hovori-ucitelka-z-kosic/?ref=tema>>.

Jojko. [online]. [2019]. Dostupné na: <<https://jojko.joj.sk/o-nas>>.

RTVS spúšťa reláciu Školský klub pre malých školákov. [online]. [2020-03-13]. Dostupné na: <<https://www.rtv.sk/televizia/clanky/219995/rtvs-spusta-relaciju-skolsky-klub-pre-malych-skolakov>>.

Trojka prinesie sfilmované diela povinnej literatúry. [online]. [2020-03-13]. Dostupné na: <<https://www.rtv.sk/televizia/clanky/219854/trojka-prinesie-sfilmovane-diela-povinnej-literatury>>.

Zákon č. 532/2010 Z.z. [online]. [2011-01-01]. Dostupné na: <<https://www.zakonypreludi.sk/zz/2010-532y>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Sláva Gracová, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
91701 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
slava.gracova@ucm.sk

SÚČASNÉ TELEVÍZNE SPRAVODAJSTVO A GATEKEEPING V KONTEXTE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

The Current Television News and Gatekeeping in the Context of Slovak Republic

Luboš Greguš – Dominika Budová

Abstrakt

Príspevok sa zameriava na kritériá výberu správ do televízneho spravodajstva a rozhodovacie procesy redaktorov a vedúcich pracovníkov redakcie v kontexte Slovenskej republiky. Reflektujeme súčasné postavenie televízneho spravodajstva v spoločnosti a zároveň poznatky ohľadom kritérií, ktoré sa používajú pri výbere správ v tejto špecifickej mediálnej produkcii, pričom poukazujeme najmä na spravodajské hodnoty. V rámci príspevku prinášame aj výsledky dotazníkového dopytovania, ktoré sme realizovali v prostredí mediálnych pracovníkov. Výskumnou vzorkou bolo 54 pracovníkov spravodajských televíznych redakcií verejnoprávneho vysielateľa RTVS a komerčného vysielateľa TA3. Dotazníkové dopytovanie preukázalo využívanie spravodajských hodnôt v prostredí súčasných redakcií, zameralo sa na vplyv veku na rozhodovacie procesy a poukázalo na tematické preferencie mužských i ženských mediálnych pracovníkov.

Kľúčové slová:

Gatekeeping. Kritériá výberu správ. Spravodajské hodnoty. TA3. Televízne spravodajstvo. Tematická agenda.

Abstract

The contribution is focused on the criteria of news selection for TV news broadcasting and the decision-making processes of editors and editorial staff in the context of the Slovak Republic. We reflect current status of TV news in the society and the knowledge of the criteria used to select news in this specific media production, with particular reference to the news values. The paper also shows the results of the questionnaire survey, which has been implemented in the environment of media workers. The research sample has been 54 employees of the public service broadcaster RTVS and the commercial broadcaster TA3. The questionnaire survey shows the use of the news values in the work of current editors, it is also focused on the influence of age on decision-making processes and it points out the thematic preferences of male and female media workers.

Key words:

Criteria of selection. Gatekeeping. News valuse. RTVS. Thematic agenda. TV News.

Úvod

Spravodajské príspevky patria k základným novinárskym prejavom. Recipientov informujú o významných celospoločenských udalostiach, poskytujú im podnety na vytváranie si vlastného svetonázoru a pomáhajú pri formovaní politických názorov v spoločnosti. V spravodajstve by sa

preto nemal nachádzať názor novinára, ale iba fakty, ktoré sú tlmočené smerom k recipientom.¹ So spravodajstvom preto neodmysliteľne súvisí pojem „objektívita“. Tá by sa mala dosiahnuť vyváženým informovaním o všetkých oblastiach ľudskej činnosti, publikovaním nárokov pre a proti, informovaním o udalostiach bez zásahu novinára a podobne. Z praktického hľadiska, ako uvádza J. Vojtek, ale nie je možné hovoriť o úplnej čistote prezentovaných informácií v spravodajstve. Radšej preto využíva označenia ako „férovosť“, „nepredpojatosť“ a „nezaujatosť“.² J. Vojtek tým poukazuje na proces produkcie spravodajského obsahu, ktorý pokrýva ako výber informácie z obrovského množstva prichádzajúcich správ do redakcie, tak vymedzenie hlavnej myšlienky či posolstva, ktoré chceme, aby recipient zo správy dekodoval, a, samozrejme, nakoniec aj výber konkrétneho žánru mediálneho obsahu. Všetky spomenuté fázy ovplyvňujú výslednú formu komunikátu a sú subjektívnymi zásahmi redaktora. Samozrejme, do procesu produkcie správy a jej finálnej podoby ešte vstupujú aj ďalší pracovníci redakčného tímu, ako napríklad vedúci vydania či editori.

1 Televízne spravodajstvo v kontexte gatekeepingu

Televízne spravodajstvo aj napriek existencii a popularite onlinového prostredia naďalej zostáva dôležitým informačným zdrojom recipientov.³ Potvrdzujú to ako akademické výskumy⁴, tak aj výskumy verejnej mienky. Pozitívne informácie o postavení televízie v našich podmienkach priniesol prieskum agentúry *Focus* vytvorený pre *CenPress – Centrum pre nezávislú a objektívnu žurnalistiku*. Prieskum bol realizovaný od 7. do 14. novembra 2018, pričom agentúra oslovila 1012 respondentov vo veku nad 18 rokov. Výsledky poukázali na skutočnosť, že až 76 % opýtaných verí informáciám, ktoré im prinášajú médiá vo všeobecnosti. O niečo objektívnejšie sú podľa nich verejnoprávne médiá (51 % opýtaných). Dominantné postavenie ako zdroj informácií o politicko-spoločenskom dianí má ale čisto televízia. Spomedzi všetkých uvedených médií (vyše 100) sa na prvých priečkach umiestnili *TV Markíza* (41 %), *Rozhlas a televízia Slovenska (RTVS)* (33 %), *TV Joj* (31 %) a *TA3* (22 %). Až za nimi sa umiestnili ďalšie typy médií – na piatom mieste skončil prvý rozhlasový okruh *RTVS Rádio Slovensko* (13 %) a šieste miesto obsadil *Nový Čas* s 12 %.⁵

Na konci roka 2019 sa dôveryhodnosti informačných zdrojov opäť venoval aj prieskum agentúry *Focus*, a to na objednávku Katedry politológie na Univerzite Komenského v Bratislave. Išlo o súčasť niekoľkoročného výskumného projektu, na ktorom katedra spolupracuje s Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky a verejnoprávnym vysielateľom

¹ HOCHELOVÁ, V.: *Slovník novinářské teorie a praxe*. Nitra : Filozofická fakulta UKF v Nitre, 2000, s. 185-186.

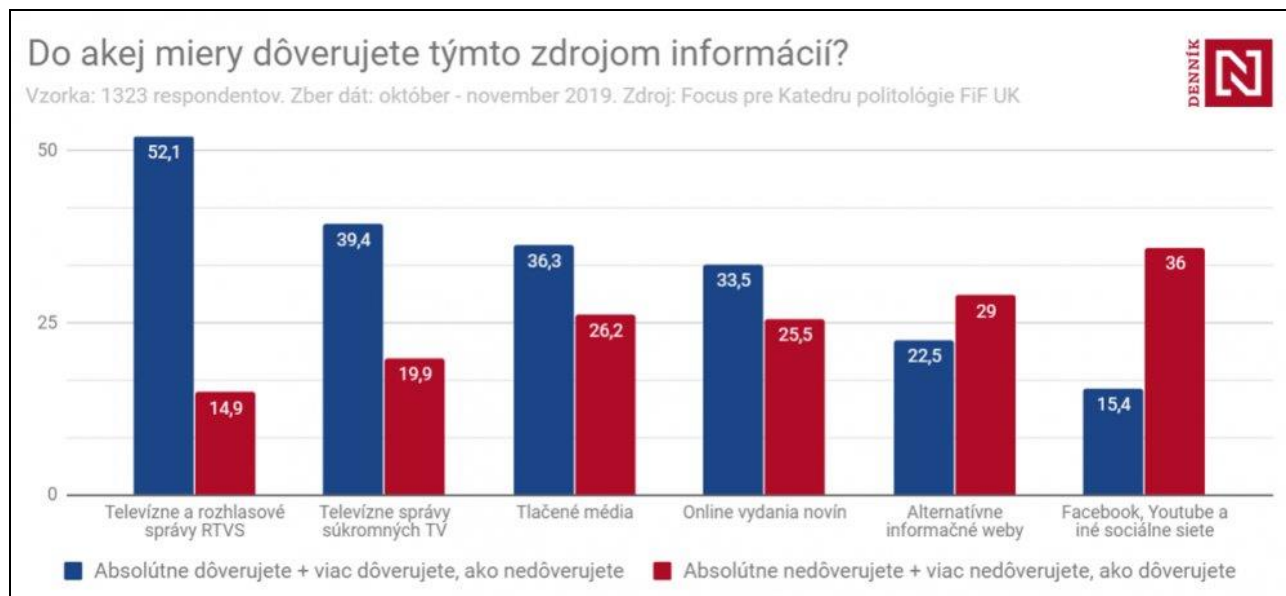
² VOJTEK, J.: *Žánre anglicky psaného novínarstva (s ukázkami)*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2012, s. 6.

³ Pozri: GREGUŠ, Ľ.: Stráca spravodajstvo dôveru recipientov vplyvom onlinového prostredia? In JURIŠOVÁ, V., KLEMENTIS, M., RADOŠINSKÁ, J. (eds.): *Marketing Identity 2017: onlinové pravidlá*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2017, s. 44-57; VIŠŇOVSKÝ, J. et al.: Television News as an Information Source and Its Perception in Slovakia. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 1, s. 40-60.

⁴ Pre viac pozri: VIŠŇOVSKÝ, J.: *Aktuálne otázky teórie a praxe žurnalistiky v ére internetu*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2015.; VIŠŇOVSKÝ, J.: *Televízia vo Veľkej Británii: História, fakty, súvislosti*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013.; VIŠŇOVSKÝ, J.: *Súčasnosť a budúcnosť verejnoprávneho vysielania vo Veľkej Británii*. In KAŇKA, P. a kol. (eds.): *Autor – vize – meze – televízie*. Praha : Česká televize, Ústav pro studium totalitních režimů a VŠMU v Bratislave, 2015, s. 118-126; RADOŠINSKÁ, J.: *Mediálna zábava v 21. storočí*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016.; RADOŠINSKÁ, J.: Cultural Aspects of The Post-television Era: Television in Terms of Today's Media Culture. In *SGEM: International multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts: Volume 1*. Sofia : STEF 92 Technology Ltd., 2017, p. 141-148.

⁵ *Médiám veria tri štvrtiny Slovákov, najznámejší novinári sú Kuciak a Leško*. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://medialne.etrend.sk/tlac/mediam-veria-tri-stvrtiny-slovakov-najznamejsi-novinari-su-kuciak-lesko-a-hrib.html>>.

RTVS. Na prieskume sa zúčastnilo 1323 respondentov a zber dát sa uskutočnil v mesiacoch október až november 2019.⁶



Graf č. 1 - Do akej miery dôverujete týmto zdrojom informácií?

Zdroj: *Minúta po minúte*. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/minuta/1745238/?ref=mwat>>.

Z prieskumu vyplynulo, že respondenti najviac dôverujú verejnoprávnej vysielateľovi televíznej a rozhlasovej programovej služby RTVS (52,1 %) ako súkromným televíznym vysielateľom (39,4 %). O niečo menej dôverujú respondenti printovým médiám (36,3 %) a onlinovým spravodajským portálom (33,5 %). Za najmenej dôveryhodné považovali opýtaní alternatívne weby (22,5 %) a sociálne siete (15,4 %). Treba ale uviesť aj limity tohto prieskumu. Medzi sledované ukazovatele výskumníci vybrali typy médií vo všeobecnosti (verejnoprávnych a súkromných televíznych vysielateľov, tlačené periodiká, onlinové portály, sociálne siete, ako aj dezinformačné weby) a nie konkrétne médiá. Ako uviedol pre spravodajský portál *Denník N* Pavol Baboš z Katedry politológie Univerzity Komenského v Bratislave: „Na základe nášho prieskumu sa teda nedá povedať, že správy RTVS sú dôveryhodnejšie než napríklad TV Markíza či Denník N, pretože na žiadne komerčné médium sme sa nepýtali jednotlivo.“⁷

V tom istom období – od októbra do decembra 2019, sa uskutočnil aj prieskum spoločnosti *Median SK*, ktorý sa zameriaval na objektivitu čisto televízneho spravodajstva na našom území a venoval sa jednotlivým vysielateľom samostatne. Z výsledkov vyplynulo, že za najobjektívnejšie spravodajstvo považuje 22,7 % respondentov správy verejnoprávnej RTVS. Hneď za ňou sa umiestnili *TV Markíza* s 21,8 % a *TV Joj* s 19,4 %. Výraznejší rozdiel oproti RTVS zaznamenala televízia *TA3*, ktorú za najobjektívnejšiu označilo 17,5 % opýtaných. Iného televízneho vysielateľa uviedlo iba 2,9 % respondentov. Každý zúčastnený mohol označiť len jednu televíziu, pričom 14,9 % opýtaných sa k otázke odmietlo vyjadriť a menej ako percento (0,8 %) považuje určenie najobjektívnejšieho spravodajstva za nemožné.⁸ Práve pre vyššie uvedené výsledky vnímame oblasť televízneho spravodajstva za dôležitú časť mediálnej produkcie, ktorej by sa mali venovať aj výskumníci z akademickej obce.

⁶ *Minúta po minúte*. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/minuta/1745238/?ref=mwat>>.

⁷ *Minúta po minúte*. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/minuta/1745238/?ref=mwat>>.

⁸ *Spravodajské informácie RTVS označilo za najdôveryhodnejšie 22,7 percenta respondentov*. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://www.teraz.sk/slovensko/tieto-televizie-mali-najobjektivnejši/445040-clanok.html>>.

V kontexte televízneho vysielania sa zameriavame na proces výberu správ do spravodajstva, známeho aj pod anglickým pojmom „gatekeeping“⁹. Ide o proces, v ktorom sa informácia, resp. potenciálna správa dostane do redakcie a zodpovedná osoba – či už je to zodpovedný redaktor, editor, vedúci vydania alebo iný kompetentný pracovník televíznej redakcie, ju buď zhodnotí za dostatočne silnú na publikovanie, alebo ju odmietne a informáciu do vysielania nespracuje. A práve pri tomto procese sú dôležité viaceré kritériá výberu správ do vysielania. Tie závisia ako od samotného strážcu brány, tak aj od rutiny, resp. nastavenia konkrétneho média. Iné správy budú vyberať gatekeeperi so 40-ročnou praxou, ako tí, ktorí sa na túto pozíciu dostali len nedávno. Takisto, inú agendu správ budú ponúkať médiá zameriavajúce sa na medzinárodnú politiku a ekonomiku, ako tie, ktorých pozornosť sa sústreďuje na celebrity a šoubiznis. Medzi faktory ovplyvňujúce výber správ do spravodajstva patrí rutina v konkrétnom médiu i nátlak na redakciu zo strany ekonomických skupín či majiteľov média.

Veľkú rolu zohráva aj spomínaná prax a skúsenosti samotného novinára a jeho úsudok, čo publikovať a čo nie. Ako poukazujú M. T. Iłowiecki a T. Zasepa, je potrebné si uvedomiť, že „... voľba informácií a tém v masmédiách je prirodzená, lebo nejestvuje ani fyzická možnosť, ani potreba všetko všetkým odovzdať.“¹⁰ Nami preukázaným kritériom výberu správ do spravodajstva v rámci televízneho vysielania je hodnotová nasýtenosť správy spravodajskými hodnotami¹¹. Vzniká tu teda istá rutina a stereotypnosť výberu správ. Ako uvádza M. Brestovanský: „Masmédium si časom vytvorí osvedčený systém tvorby, spracovania a prezentovania určitých uprednostňovaných tém.“¹² To znamená istú tematickú agendu, ktorá priamo nadväzuje na spravodajské hodnoty a ovplyvňuje aj proces gatekeepingu.

Každá informácia má svoju hodnotu, resp. význam, kvalitu. Ak je tento parameter informácie dostatočný na to, aby prekročil prah pozornosti mediálneho publika, potom sa informácia stáva správou vhodnou na uverejnenie v spravodajstve. Hovoríme teda o spravodajskej hodnote. Existuje viacero definícií, čo môžeme vnímať ako spravodajské hodnoty, o to viac je potom samotných typov týchto hodnôt. Ako prvý použil pojem „news value“ W. Lippmann vo svojej práci *Verejná mienka* z roku 1922. Termín spojoval s jednoznačnosťou udalostí, priestorovou blízkosťou, osobným záujmom, prekvapením a konfliktom.¹³ Ako dopĺňa M. Kunczik, hodnota správy preňho neznamenała nič iné ako intuitívnu domnienku novinára o tom, čo by mohlo publikum zaujať alebo vzbudiť jeho pozornosť.¹⁴

Dôležitý posun v teórii spravodajských hodnôt prišiel v polovici 60. rokov 20. storočia, keď J. Galtung a M. H. Rugeová ako prví publikovali empirický výskum venovaný spravodajským hodnotám. Na základe analýzy nórskej tlače zameranej na zahraničné spravodajstvo sa dopracovali k dvanástim hodnotám.¹⁵ Ako dopĺňa T. Trampota, uplatňuje sa pri nich princíp selekcie – čím viac spravodajských hodnôt udalosť obsahuje, tým skôr má potenciál stať sa správou, a rovnako aj princíp deformácie – hodnoty, ktoré boli dôvodom výberu správy, sa pri následnom spracovaní

⁹ V preklade – stráženie brány.

¹⁰ IŁOWIECKI, M. T., ZASEPA, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava : Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003, s. 36.

¹¹ Pozri: GREGUŠ, L., MINÁRIKOVÁ, J.: News Values in Slovak Television News. In *Communication Today*, 2016, Vol. 7, No. 2, s. 78-89.

¹² BRESTOVANSKÝ, M.: *Úvod do mediálnej výchovy*. Trnava : Trnavská univerzita v Trnave, 2010, s. 61.

¹³ Pozri: LIPPMANN, W.: *Public Opinion*. 2nd Edition. New Brunswick, London : Transaction Publishers, 1998.

¹⁴ KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1999, s. 119.

¹⁵ GALTUNG, J., RUGE, M. H.: Structure of Foreign News. In *Journal of Peace Research*, 1965, Vol. 2, No. 1, s. 70-71.

zdôrazňujú.¹⁶ Znamená to, že ak sme si správu vybrali pre jej negatívnosť, nebudeme následne primárne poukazovať na jej predvídateľnosť. Obe vlastnosti pritom patria k spravodajským hodnotám J. Galtunga a M. H. Rugeovej.

Spravodajské hodnoty sú teda podľa P. Valčeka „*vlastnosti, znaky, dejová štruktúra a naratívny potenciál spoločenskej (kultúrnej, politickej) udalosti, ktoré udalosť disponujú, aby bola vhodná na vytvorenie a medializáciu správy.*“¹⁷ S podobným postojom prichádza aj J. Višňovský.¹⁸ Podľa neho ide o kritériá, pomocou ktorých spravodajské organizácie (novinári a redaktori) určujú, či správu zverejniť, alebo nie. P. Jones a D. Holmes s vyššie spomínanými definíciami v podstate súhlasia, zároveň ale dopĺňajú, že dominantné postavenie pri výbere správ má aj tak naďalej zodpovedný pracovník média a jeho buď šiesty zmysel, alebo zdravý sedliacky rozum. Spravodajské hodnoty sú tým pádom sčasti zatienené aj tak praxou a skúsenosťami novinára.¹⁹ Podobný názor zastáva aj S. Allern.

Ten o spravodajských hodnotách tvrdí, že aj keď pôsobia relatívne všeobecne a abstraktne a máme pocit, že sú konštantné a pôsobiace mimo čas i miesto, dôležitejšie postavenie zastáva samotná redakcia: „*Rozhodnutia o „spravodajskosti“ informácie budú vždy variovať medzi jednotlivými redakciami a zároveň sa budú meniť v čase.*“²⁰ Ak by sme rovnakú informáciu poskytli dvom alebo viacerým redakciám, každá z nich by k nej pristupovala inak a rozhodnutie o jej publikovaní by prešlo viac než len jedným hodnotením. Zároveň, ak by sa k nám rovnaká informácia dostala v dvoch rôznych časových obdobiach, napríklad v rozpätí dvoch dní, inak by sme k nej pristupovali v kontexte ostatných udalostí a javov. Tie by totiž mohli byť silnejšie, či naopak slabšie ako daná informácia.

Zásadnejšie rozdiely v spravodajských hodnotách ale prichádzajú pri ich členení, resp. vymedzení. Zatiaľ čo podľa J. Vojteka anglická a americká teória a prax považujú za spravodajské hodnoty časovosť, blízkosť, prominentnosť, dôsledok, ľudský záujem a konflikt²¹, T. Rončáková pracuje s väčšou množinou „vlastností správy“. Za základné spravodajské hodnoty považuje konflikt (spor alebo boj), sex (erotiku), elitnosť, emotívnosť, príbeh, majetkové záležitosti, kurióznosť, nezvyčajnosť, senzačnosť, novosť, prekvapivosť, tajomnosť, odhalenie, paradox, praktický vplyv na každodenný život, ľudskosť a súvislosť s inými udalosťami.²² Ďalší autori naopak pracujú len s niekoľkými hodnotami. Ako uvádza B. Osvaldová, britský novinár a žurnalista A. Boyd považuje za kritérium výberu správ do rozhlasového alebo televízneho vysielania význam, dôležitosť, relevanciu, bezprostredný vplyv na publikum, blízkosť správy, ľudský záujem a nevšednosť²³. O. Njaastad podľa S. Allerna zase za kritérium považuje len blízkosť, ktorú následne člení na časovú blízkosť, blízkosť následkov a dôsledkov, geografickú blízkosť, kultúrnu blízkosť a emočnú blízkosť.²⁴ G. Burton a J. Jiráček poukazujú až na 15 všeobecných hodnôt, ktoré sú spoločensko-

¹⁶ TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006, s. 26.

¹⁷ VALČEK, P.: *Slovník teorie médií A – Ž*. Bratislava : Literárne informačné centrum, 2011, s. 314.

¹⁸ VIŠŇOVSKÝ, J.: Spravodajské hodnoty. In PRAVDOVÁ, H., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. (eds.) a kol.: *Slovník vybraných pojmů z mediálních studií*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016, s. 186.

¹⁹ JONES, P., HOLMES, D.: *Key Concepts in Media and Communication*. Los Angeles, London, New Dehli : Sage, 2011, s. 165-171.

²⁰ ALLERN, S.: Journalistic and Commercial News Values. In *Nordicom Review*, 2002, Vol. 23, No. 1-2, s. 140.

²¹ VOJTEK, J.: *Žánre anglicky psaného novínarstva (s ukázkami)*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2012, s. 12-13.

²² RONČÁKOVÁ, T.: *Žurnalistické žánre: Učebnica pre poslucháčov vysokoškolského štúdia*. Ružomberok : VERBUM, 2011, s. 71.

²³ OSVALDOVÁ, B.: Úvod. In *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 2011, s. 21.

²⁴ ALLERN, S.: Journalistic and Commercial News Values. In *Nordicom Review*, 2002, Vol. 23, No. 1-2, s. 140.

kultúrnymi faktormi udalostí²⁵, a zároveň na 5 spracovateľských hodnôt, ktoré súvisia s organizačnými, technologickými a technickými možnosťami média. Sú nimi:

- *obrazový materiál* – možnosť vizualizácie;
- *dramatizácia udalosti* – informáciu je možné ponúknuť v dynamickom kontexte, ktorý recipienta zaujme;
- *jasný konflikt* – nie je potrebné prijímateľovi zdĺhavo a pomocou archívnych záberov komentovať a vysvetľovať prezentovanú informáciu;
- *bezprostrednosť* – aktuálnosť;
- možnosť spracovať správu formou *príbehu o jedinečnom ľudskom osude*.²⁶

Nejednota teoretikov ovplyvnená do istej miery aj mediálnym systémom, v ktorom pôsobia, potvrdzuje subjektívny faktor v tej ktorej teórii. Spravodajské hodnoty teda v procese gatekeepingu pomáhajú rozhodovať zodpovednému televíznemu pracovníkovi, čo pôjde do vysielania a o čom naopak nie je potrebné informovať. V rámci nášho prieskumu sme pracovali so spravodajskými hodnotami, ktoré D. McQuail považuje za primárne v západných médiách:

- *veľký rozsah udalosti* – konkrétna udalosť má celosvetový rozmer alebo celospoločenský, resp. zasahuje do diania viacerých štátov;
- *blízkosť miesta deja* – ide o geograficko-etnocentrickú vlastnosť informácie;
- *jasnosť* – správa musí byť jasná a zreteľná, mala by obsahovať všetky základné informácie a tým odpovedať na spravodajské otázky;
- *obmedzený časový rozmer*;
- *závažnosť* – konkrétna správa má následky zasahujúce veľkú skupinu ľudí alebo celú spoločnosť, napr. pri katastrofách, veľkých dopravných nehodách a pod.;
- *personifikácia* – správu je možné priradiť ku konkrétnej osobe alebo skupine osôb, resp. je možné ju spracovať ako príbeh o konkrétnej osobe alebo skupine osôb;
- *negatívnosť* – informácia má negatívny charakter, napr. veľký počet mŕtvych, veľké ekonomické následky a pod.;
- *významnosť*;
- *dramatickosť* – udalosť má prudký spád a správu je možné vystavať dynamicky a akčne;
- *súlady* – udalosť do istej miery spĺňa očakávania publika, pričom sa súlad opiera o návyky príjemcov (recipienti očakávajú prehľad z politickej a športovej sféry, taktiež niečo z kultúry i z oblasti krimi).²⁷

Ako sme zistili v našom predchádzajúcom výskume publikovanom v časopise *Communication Today*²⁸, spravodajské hodnoty sa v slovenskej televíznej praxi preukázateľne využívajú. Otázne ale je, či si ich prítomnosť uvedomujú aj samotní redaktori a vedúci pracovníci a či na základe spomínaných hodnôt správy vyberajú, alebo ide len o spontánnu selekciu na základe mediálnej praxe a skúseností zamestnancov redakcie.

²⁵ Patria sem výskyt, blízkosť, jednoduchosť, jasnosť, zmyslupnosť, novosť, kontinuita, možnosť ďalšieho vývoja, vzťah k elitným štátom alebo národom a vzťah k celebritám alebo elitným osobám, personifikácia, negatívnosť, súlad, prekvapenie, predvídateľnosť a variácia.

²⁶ BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Praha : Barrister & Principal, 2003, s. 249-255.

²⁷ McQUAIL, D.: *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha : Portál, 2009, s. 320.

²⁸ Pozri: GREGUŠ, E., MINÁRIKOVÁ, J.: News Values in Slovak Television News. In *Communication Today*, 2016, Vol. 7, No. 2, s. 78-89.

2 Ciele a metodika

2.1 Ciele

Hlavným cieľom nášho príspevku je identifikovať využívanie spravodajských hodnôt v televíznych redakciách na Slovensku. Keďže teoretici majú na túto problematiku rôzne názory a spravodajské hodnoty sa v procese gatekeepingu sledujú už niekoľko desaťročí, považujeme za potrebné túto oblasť preskúmať aj v podmienkach súčasného, dynamizujúceho sa televízneho spravodajstva. Spolu s hlavným cieľom sme si určili aj čiastkové ciele. Sú nimi:

- identifikácia tematických preferencií mediálnych pracovníkov;
- identifikácia výberu a selekcie správ porovnaním výberu mladšími redaktormi a výberu staršími redaktormi.

2.2 Metodika a predpoklady

Na získanie potrebných údajov pre naplnenie našich cieľov sme sa rozhodli pre kvantitatívnu výskumnú metódu, v rámci ktorej bol výskumným nástrojom dotazník. Ten sme v súlade so stanovenou výskumnou vzorkou rozposlali mediálnym pracovníkom. Zároveň sme si pred jeho vytvorením stanovili aj predpoklady, ktoré reflektujú naše ciele:

P1: Starší pracovníci vyberajú správy s vyšším počtom spravodajských hodnôt ako mladší pracovníci.

P2: Muži preferujú viac správy zamerané na ekonomické a politické témy, zatiaľ čo ženy preferujú viac správy zamerané na kultúrne a environmentálne témy.

2.3 Výskumná vzorka

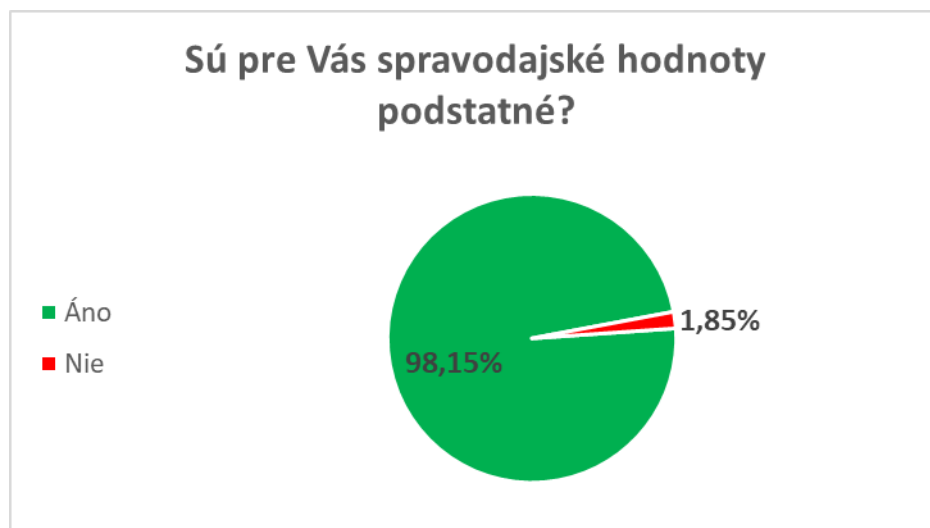
Za výskumnú vzorku sme si zvolili redakciu komerčnej spravodajskej televízie TA3 a verejnoprávneho rozhlasového a televízneho vysielateľa *Rozhlas a televízia Slovenska (RTVS)*. Zamerali sme sa na editorov a redaktorov všetkých častí redakcie. Kvantitatívny prieskum sme vykonali počas mesiaca apríl 2019. Ide o dostupný, zámerný výber, nakoľko sme na základe osobných kontaktov rozposlali dotazník do oboch televízií. Komerčného vysielateľa TA3 sme si vybrali, pretože ponúka divákovi komplexný spravodajský a informačný servis o dianí doma i v zahraničí a na rozdiel od ostatných komerčných televíznych vysielateľov na Slovensku nie je limitovaný len jednou, resp. niekoľkými spravodajskými reláciami, ale spravodajstvo vysiela počas celého dňa. RTVS sme si zvolili z dôvodu, že ide o jediné verejnoprávne médium na Slovensku. Vzhľadom na špecifickosť témy nerozlišujeme medzi pracovníkmi týchto televízií, pretože predpokladáme, že by mali mať v rámci spravodajstva veľmi podobné postupy – vychádzame najmä z predpokladu monotypového zamerania TA3 (neočakávame snahu upútať diváka, napr. formou infotainmentu) a verejnoprávneho poslania RTVS.

3 Výsledky

Elektronický dotazník sme rozposlali e-mailovou komunikáciou a prostredníctvom sociálnych sietí celkovému počtu 100 respondentov, pričom ho úspešne vyplnilo 54 mediálnych pracovníkov. Na prieskume sa zúčastnilo viac mužov ako žien – 28 mužov (51,9 %) a 26 žien (48,1 %). V rámci veku boli respondenti rozdelení do štyroch skupín – najpočetnejšou bola skupina od 26 do 35 rokov (29 opýtaných; 53,7 %), nasledovala skupina od 36 do 45 rokov (13 opýtaných; 24,1 %), o niečo menej bolo respondentov vo veku od 18 do 25 rokov (9 opýtaných; 16,7 %) a najmenej početnou skupinou boli zamestnanci redakcie vo veku 46 a viac rokov (3 opýtaní; 5,6 %). Dôležitým údajom je aj pôsobenie respondentov v konkrétnych častiach redakcie. Rozloženie v rámci výskumnej

vzorky je nasledovné: domáci redaktori predstavovali 17 opýtaných (31,5 %), editorov zastupovali 15 respondenti (27,8 %), zahraničnými redaktormi boli 13 respondenti (24,1 %), ekonomických redaktorov zastupovali 6 respondenti (11,1 %) a za športovú redakciu sa na prieskume zúčastnili 3 respondenti (5,6 %). Dotazník sme vytvorili z uzavretých otázok na získanie presných údajov, ktoré sme následne štatisticky vyhodnocovali.

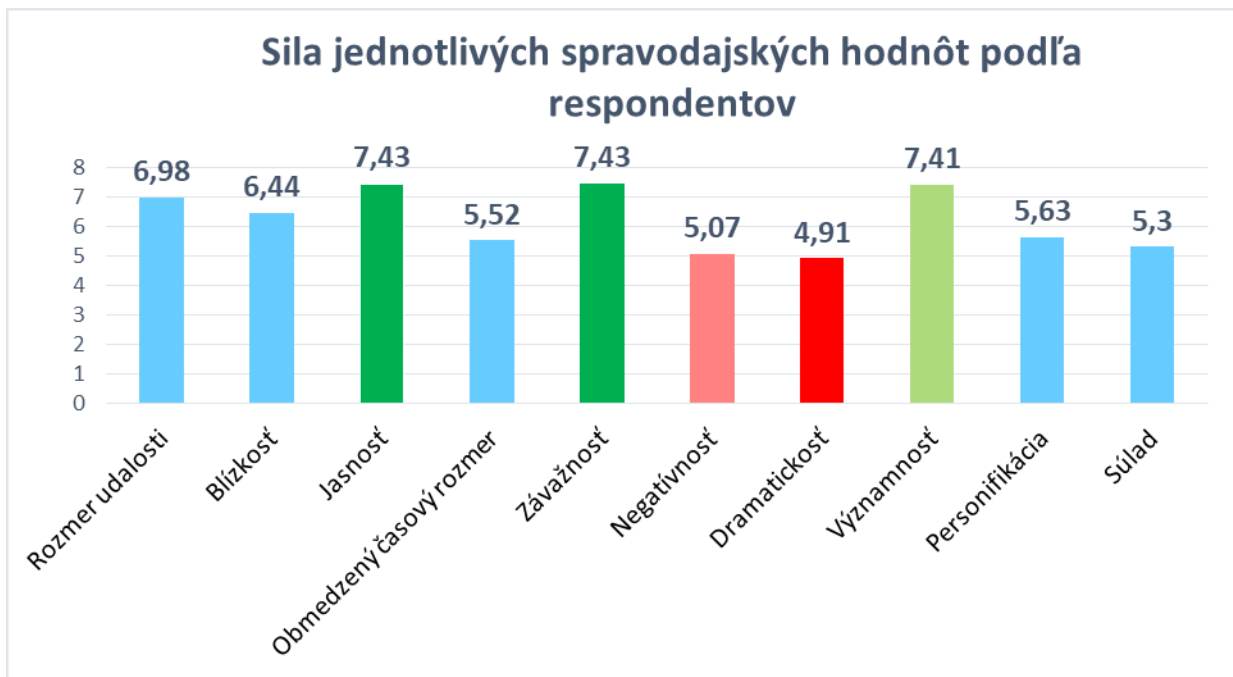
V súvislosti so spravodajskými hodnotami sme zisťovali povedomie respondentov o sledovanej problematike. Takmer všetci opýtaní považujú pri svojej práci spravodajské hodnoty za podstatné. Vyjadrilo sa tak 53 respondentov (98,15 %), pričom len jeden (1,85 %) ich ako podstatné nevnímal.



Graf č. 2 - Sú pre Vás spravodajské hodnoty podstatné?

Zdroj: Vlastné spracovanie.

V rámci spravodajských hodnôt nás zaujímala aj sila a dôležitosť jednotlivých spravodajských hodnôt pre publikovanie alebo nepublikovanie informácie v očiach mediálnych pracovníkov. Jednotlivým spravodajským hodnotám, ktoré sme popísali aj v rámci teoretických východísk, mali respondenti určiť silu na škále od 1 do 10, pričom číslo 1 označovalo najmenšiu silu a číslo 10 najväčšiu silu. Na základe odpovedí sme zistili, že spravodajské hodnoty „jasnosť“ a „závažnosť“ majú podľa respondentov najväčšiu silu oproti ostatným – 7,43. S minimálnym rozdielom sa na druhom mieste umiestnila hodnota „významnosť“ – 7,41. Môžeme predpokladať, že tieto hodnoty patria k primárnym vlastnostiam, na základe ktorých správy prekročia prah pozornosti mediálnych pracovníkov spomedzi všetkých prichádzajúcich informácií, a to na „prvý pohľad“. Naopak, najslabšou hodnotou je podľa respondentov „dramatickosť“ – 4,91, a len o niekoľko viac stotín získala „negatívnosť“ – 5,07. Obe hodnoty môžeme na základe zamerania sledovaných redakcií považovať za najmenej dôležité, keďže ani RTVS, ani TA3 nepatria k vysielateľom s výraznými prvkami infotainmentu či bulvarizácie.



Graf č. 3 - Sila jednotlivých spravodajských hodnôt podľa respondentov.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

PI: Starší pracovníci vyberajú správy s vyšším počtom spravodajských hodnôt ako mladší pracovníci.

Na verifikáciu vyššie uvedeného predpokladu sme vytvorili otázku, v rámci ktorej mali respondenti vybrať z dvojice správ, a to na základe určenia „publikovateľnejšej“ z nich. Znamená to, že mali vybrať tú správu, ktorú by uprednostnili vo vysielaní v prípade, že by sa mali rozhodnúť len medzi uvedenými dvoma, pričom by k obom mali aj obrazový materiál. Otázku sme opýtaným položili hneď na začiatku dotazníka, t.j. skôr ako prišli na rad otázky ohľadom spravodajských hodnôt. Chceli sme tak bez ovplyvnenia respondentov zistiť ich schopnosť vybrať podľa teoretických východísk „hodnotnejšiu“, čiže spravodajskými hodnotami nasýtenejšiu správu. Jednotlivé dvojice informácií sme vytvorili na základe počtu spravodajských hodnôt (SH), ktoré v nich môžeme nájsť nasledovne:

- prvá dvojica:
 - *Taiwan sa stal prvou ázijskou krajinou, ktorá uzákonila manželstvá rovnakého pohlavia. Legalizáciu sobášov odsúhlasil taiwanský parlament. (3 SH)*
 - *Americká spoločnosť Boeing vo štvrtok oznámila, že dokončila aktualizáciu softvéru lietadiel typu 737 Max. (6 SH)*
- druhá dvojica:
 - *Policajti v pondelok obvinili 34-ročnú vodičku z Dubnice nad Váhom, ktorá v Novej Dubnici narazila pod vplyvom návykovej látky do iného vozidla. (6 SH)*
 - *Ministerstvo zdravotníctva SR sa s rezortom financií dohodlo na dofinancovaní vo výške 90 miliónov eur. (7 SH)*
- tretia dvojica:
 - *Premiér Peter Pellegrini kritizuje predsedu výboru Národnej rady SR pre európske záležitosti Ľuboša Blahu za jeho protieurópske vyjadrenia. (5 SH)*
 - *Prieskum AKO: Smer vedie pred Kotlebom a koalíciou progresívcov a SPOLU. (6 SH)*
- štvrtá dvojica:

- *Takmer po celom Slovensku zasahuje od skorého rána finančná polícia. Zadržala už 14 osôb. Dôvodom sú podvody za sedem miliónov eur. (7 SH)*
- *Francúzskeho lekára Frédérica Péchiera obvinili v 24 prípadoch otravy operovaných pacientov, z ktorých deväť zomrelo. (5 SH)*
- piata dvojica:
 - *Keď v Košiciach počas hokejových zápasov zahrajú melodickú pesničku "Baby, Give it up", fanúšikovia v refréne vymenia slová a zborovo zakričia Laci Nagy. (3 SH)*
 - *Futbalisti jedného z najtradičnejších klubov na Slovensku, FK Inter Bratislava, nezvládli účinkovanie v II. najvyššej futbalovej lige a zostupujú. (5 SH)*

Získané odpovede sme vyhodnocovali s prihliadnutím na vekovú skupinu respondentov. Pre potreby výskumu boli vzťahy medzi premennými merané prostredníctvom Pearsonovho korelačného koeficientu s využitím programu IBM SPSS verzia 23. Medzi stúpajúcim vekom respondentov a celkovým úspešnejším výberom správ s vyšším počtom spravodajských hodnôt neexistuje štatisticky signifikantná korelácia (pozri Tabuľku 1), rovnako ako sa tento vzťah nepotvrdil ani pri stúpajúcom veku a úspešnejším výberom správ v rámci jednotlivých dvojíc. Predpoklad sme vyvrátili.

Tabuľka 1 - Korelácie veku a výberu správ.

		Correlations					
		Celkový výber	1. dvojica	2. dvojica	3. dvojica	4. dvojica	5. dvojica
Vek	Pearson Correlation	.097	.094	.122	-.053	.195	-.030
	Sig. (2-tailed)	.484	.498	.378	.706	.157	.828
	N	54	54	54	54	54	54
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). *. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

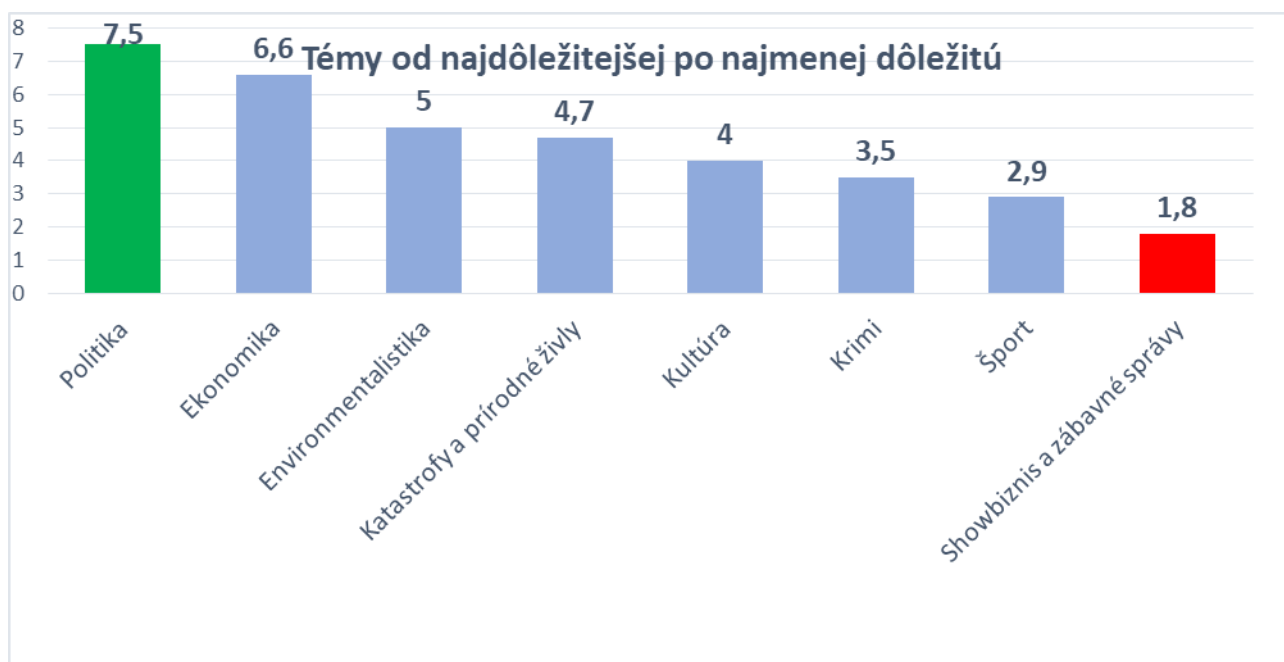
Zdroj: Vlastné spracovanie, IBM SPSS verzia 23.

Získané informácie ale nemôžeme zovšeobecňovať vzhľadom na nízku výskumnú vzorku, ktorá zároveň nepokrýva všetky televízne redakcie na Slovensku. Rovnako tak predpokladáme, že iné výsledky by sme získali aj rozšírením počtu nielen správ v rámci jednotlivých skupín, z ktorých by bolo možné vybrať len jednu na publikovanie – napr. zo súčasnej dvojice by išlo o skupinu 5-7 správ, ale aj rozšírením počtu skupín. Napriek tomu ale môžeme predpokladať, že na základe nášho prieskumu vek zrejme nezohráva výraznejšiu úlohu pri rozhodovaní sa čo publikovať a čo nie a dôležitejšie postavenie má zrejme mediálna prax redaktorov, ako aj rutina média, ktorá formuje aj selektívne rámce jednotlivých pracovníkov redakcie. Keďže výsledky poukázali na to, že väčšina respondentov vedela vybrať správu s vyšším počtom spravodajských hodnôt spontánne a bez rozdielu na vek, odporúčame preto zaoberať sa problematikou faktorov ovplyvňujúcich výber správ do spravodajstva aj v budúcnosti a verifikovať ich na väčšej výskumnej vzorke.

P2: *Muži preferujú viac správy zamerané na ekonomické a politické témy, zatiaľ čo ženy preferujú viac správy zamerané na kultúrne a environmentálne témy.*

V dotazníku sme sa zaoberali aj dôležitosťou tém jednotlivých správ vo vysielaní. Respondenti mali k dispozícii osem tematických okruhov, ktoré mali zoradiť od najdôležitejšieho po najmenej

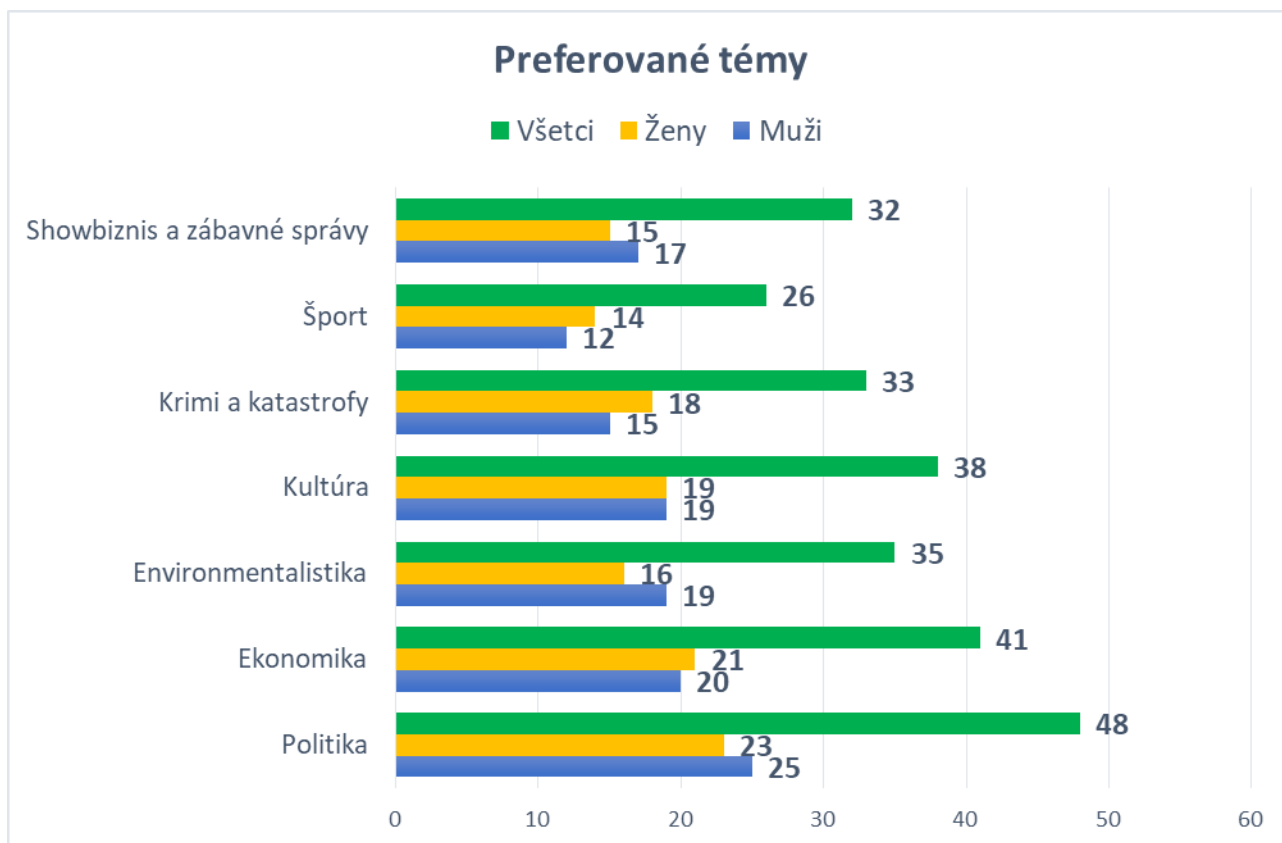
dôležitý na publikovanie. Prvenstvo získala oblasť politiky (7,5), na druhom mieste skončila ekonomika (6,6) a trojicu najdôležitejších tém uzatvorila environmentalistika (5). Veľmi tesne za ňou ale skončila oblasť katastrof a prírodných živlov (4,7). Naopak, v druhej polovici sa ocitli kultúra (4), krimi (3,5), šport (2,9) a za najmenej dôležitú označili respondenti tému showbiznisu (1,8). Musíme ale podotknúť, že sa na prieskume zúčastnili len traja športoví redaktori, a preto predpokladáme, že v prípade vyššieho počtu pracovníkov z tejto časti redakcie by sa pozícia témy šport mohla výraznejšie líšiť. Umiestnenie tém showbiznis a krimi považujeme v kontexte verejnoprávneho vysielateľa RTVS a súkromného spravodajského vysielateľa TA3 za očakávaný vzhľadom na nízku mieru infotainmentu a bulvarizácie v ich spravodajstve.



Graf č. 4 - Témy od najdôležitejšej po najmenej dôležitú.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Ak sa pozrieme na subjektívne preferencie tém z pohľadu mužov a žien, výraznejšie rozdiely nenájdeme. Dotazník vyplnilo 26 žien a 28 mužov, pričom každý respondent mohol určiť, ktoré témy osobne uprednostňuje pred ostatnými. Ženy za najpreferovanejšiu tému označili politické dianie (25 opýtaných). Na druhom mieste sa umiestnila ekonomika (21 opýtaných) a len o 2 ženy menej označilo kultúru (19 opýtaných). Naledovala téma krimi (18 opýtaných), environmentalistika (16 opýtaných), showbiznis a zábavné správy (15 opýtaných) a na poslednom mieste skončil šport (14 opýtaných). Všetky témy ale presiahli nadpolovičnú hranicu opýtaných žien. V prípade mužov sa na prvom mieste ako najpreferovanejšia téma umiestnilo rovnako ako u žien politické dianie (23 opýtaných). Na druhom mieste skončila ekonomika (20 opýtaných) a len o 1 muža menej označilo kultúru (19 opýtaných) a zároveň aj environmentalistiku (19 opýtaných). Naledovala téma showbiznis a zábavné správy (17 opýtaných), krimi a katastrofy (15 opýtaných) a na poslednom mieste a pod 50 % hranicou skončil pri mužoch šport (12 opýtaných).



Graf č. 5 - Preferované témy.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Na základe vyššie uvedených výsledkov môžeme predpokladať, že muži preferujú viac správ zamerané na ekonomické a politické témy, zatiaľ čo ženy preferujú viac správ zamerané na kultúrne a environmentálne témy, označiť za vyvrátený. Muži totiž rovnako ako ženy uprednostňujú politické a ekonomické témy, zatiaľ čo bulvárne a zábavné témy sú odsunuté do úzadia. Pri téme šport opäť upozorňujeme na výskumnú vzorku, v rámci ktorej mala športová redakcia zastúpenie len v podobe 3 redaktorov z celkovej vzorky 54 mediálnych pracovníkov, a preto predpokladáme, že v prípade vyššieho počtu pracovníkov z tejto časti redakcie by sa pozícia témy šport mohla výraznejšie líšiť. Keďže najpreferovanejšie témy pri porovnaní subjektívnych preferencií mediálnych pracovníkov s dôležitosťou tém jednotlivých správ vo vysielaní, ktoré uvádzame v grafe 4, sa zhodujú – t.j. politika a ekonomika, môžeme predpokladať, že rutina v konkrétnych redakciách, ako aj mediálna prax ovplyvňujú aj tematické uprednostňovanie správ jednotlivými redaktormi. Otvára sa tým ďalšia oblasť výskumu, ktorú by bolo vhodné v kontexte Slovenskej republiky hlbšie preskúmať a naše predpoklady verifikovať.

Záver

Nami realizovaný prieskum priniesol pozitívne výsledky pre teoretické koncepty týkajúce sa výberu správ do televízneho spravodajstva. Povedomie o spravodajských hodnotách v redakciách je nielen dostatočné, ale mediálni pracovníci ich zároveň považujú aj za dôležitý faktor pre svoju prácu. V dotazníku sme zisťovali, aké správy na základe spravodajských hodnôt pracovníci vyberajú. V rámci výberu z dvojice správ preferovali tie, ktoré majú viac spravodajských hodnôt. Prostredníctvom kvantitatívnej výskumnej metódy sme odpovedali na náš predpoklad, že starší pracovníci vyberajú správy z vyšším počtom spravodajských hodnôt ako mladší pracovníci. Predpoklad sa nepotvrdil, keďže aj mladší, aj starší pracovníci vyberali správy s rovnakým počtom

spravodajských hodnôt a medzi sledovanými premennými neexistuje žiadny štatisticky významný vzťah. Môžeme tak súhlasiť s myšlienkami P. Jonesa a D. Holmesa, ktorí tvrdia, že dominantné postavenie pri výbere správ má aj naďalej zodpovedný pracovník médiá a jeho buď šiesty zmysel, alebo zdravý sedliacky rozum. Spravodajské hodnoty sú tým pádom sčasti zatienené aj tak praxou a skúsenosťami novinára.²⁹ Podobný názor má aj S. Allern, ktorý konštatuje, že dôležité postavenie zastáva samotná redakcia: „Rozhodnutia o „spravodajskosti“ informácie budú vždy variovať medzi jednotlivými redakciami a zároveň sa budú meniť v čase.“³⁰ Keďže skúsenosti redaktorov a vedúcich pracovníkov redakcie súvisia s každodennou rutinou médiá, pre ktoré pracujú, ich vzorce selekcie zrejme podliehajú formovaniu či zmenám doterajších rámcov podľa zamerania ich zamestnávateľa, resp. konkrétnej redakcie. Tým pádom vek mediálnych pracovníkov pravdepodobne nezohráva zásadnú úlohu v procese gatekeepingu a dominantnejšie postavenie má práve systém práce konkrétneho médiá. Tento vplyv môžeme predpokladať aj na základe výsledkov tematických preferencií. Ak by sme považovali dôležitosť tém jednotlivých správ vo vysielaní za tematickú agendu médiá a porovnali by sme ich so subjektívnymi tematickými preferenciami redaktorov a editorov, našli by sme zhodu na prvých priečkach – tie patrili témam „politika“ a „ekonomika“. Je teda možné, že aj tematické preferencie sú ovplyvnené rutinou médiá a jednotliví pracovníci ich na základe systému práce upravujú a menia. Samozrejme, je potrebné sa tejto problematike venovať aj naďalej a odporúčame verifikovať vyššie uvedené predpoklady rozsiahlejšími kvalitatívno-kvantitatívnymi výskumami s väčšou výskumnou vzorkou.

Podakovanie: Príspevok je výstupom výskumného projektu podporovaného Vedeckou grantovou agentúrou Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR a Slovenskej akadémie vied (VEGA) č. 1/0283/20 Synergia odvetví mediálneho priemyslu v kontexte politickej ekonomie médií.

Literatúra a zdroje:

- ALLERN, S.: Journalistic and Commercial News Values. In *Nordicom Review*, 2002, Vol. 23, No. 1-2, p. 137-152. ISSN 1403-1108.
- BRESTOVANSKÝ, M.: *Úvod do mediálnej výchovy*. Trnava : Trnavská univerzita v Trnave, 2010.
- BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Praha : Barrister & Principal, 2003.
- GALTUNG, J., RUGE, M. H.: Structure of Foreign News. In *Journal of Peace Research*, 1965, Vol. 2, No. 1, p. 70-71. ISSN 0022-3433.
- GREGUŠ, Ľ.: Stráca spravodajstvo dôveru recipientov vplyvom onlinového prostredia? In JURIŠOVÁ, V., KLEMENTIS, M., RADOŠINSKÁ, J. (eds.): *Marketing Identity 2017: onlinové pravidlá*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2017, s. 44-57.
- GREGUŠ, Ľ., MINÁRIKOVÁ, J.: News Values in Slovak Television News. In *Communication Today*, 2016, Vol. 7, No. 2, p.78-89. ISSN 1338-130X.
- HOCHELOVÁ, V.: *Slovník novinárskej teórie a praxe*. Nitra : Filozofická fakulta UKF v Nitre, 2000.
- ŁOWIECKI, M. T., ZASĘPA, T.: *Moc a nemoc médií*. Bratislava : Typi Universitatis Tyrnaviensis, 2003.
- JONES, P., HOLMES, D.: *Key Concepts in Media and Communication*. Los Angeles, London, New Dehli : Sage, 2011.
- KAŇKA, P. a kol. (eds.): *Autor – vize – meze – televize*. Praha : Česká televize, Ústav pro studium totalitních režimů a VŠMU v Bratislave, 2015, s. 118-126.
- KUNCZIK, M.: *Základy masové komunikace*. Praha : Karolinum, 1999.

²⁹ JONES, P., HOLMES, D.: *Key Concepts in Media and Communication*. Los Angeles, London, New Dehli : Sage, 2011, s. 165-171.

³⁰ ALLERN, S.: Journalistic and Commercial News Values. In *Nordicom Review*, 2002, Vol. 23, No. 1-2, s. 140.

LIPPMANN, W.: *Public Opinion*. 2nd Edition. New Brunswick, London : Transaction Publishers, 1998.

McQUAIL, D.: *Úvod do teórie masovej komunikácie*. 4. vyd. Praha : Portál, 2009.

Médiám veria tri štvrtiny Slovákov, najznámejší novinári sú Kuciak a Leško. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://medialne.etrend.sk/tlac/mediam-veria-tri-stvrtiny-slovakov-najznamejsi-novinari-su-kuciak-lesko-a-hrib.html>>.

Minúta po minúte. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/minuta/1745238/?ref=mwat>>.

OSVALDOVÁ, B.: Úvod. In *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha : Karolinum, 2011, s. 9-31.

RADOŠINSKÁ, J.: Cultural Aspects of The Post-television Era: Television in Terms of Today's Media Culture. In *SGEM: International multidisciplinary scientific conference on social sciences and arts: Volume 1*. Sofia : STEF 92 Technology Ltd., 2017, p. 141-148.

RADOŠINSKÁ, J.: *Mediálna zábava v 21. storočí*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016.

RONČÁKOVÁ, T.: *Žurnalistické žánre: Učebnica pre poslucháčov vysokoškolského štúdia*. Ružomberok : VERBUM, 2011.

Spravodajské informácie RTVS označilo za najdôveryhodnejšie 22,7 percenta respondentov. [online]. [2020-03-30]. Dostupné na: <<https://www.teraz.sk/slovensko/tieto-televizie-mali-najobjektivnejši/445040-clanok.html>>.

TRAMPOTA, T.: *Zpravodajství*. Praha : Portál, 2006.

VALČEK, P.: *Slovník teórie médií A – Ž*. Bratislava : Literárne informačné centrum, 2011.

VIŠŇOVSKÝ, J.: *Aktuálne otázky teórie a praxe žurnalistiky v ére internetu*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2015.

VIŠŇOVSKÝ, J.: Spravodajské hodnoty. In PRAVDOVÁ, H., RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J. (eds.) a kol.: *Slovník vybraných pojmov z mediálnych štúdií*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2016, s. 184-187.

VIŠŇOVSKÝ, J.: Súčasnosť a budúcnosť verejnoprávneho vysielania vo Veľkej Británii. In VIŠŇOVSKÝ, J.: *Televízia vo Veľkej Británii: História, fakty, súvislosti*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2013.

VIŠŇOVSKÝ, J. et al.: Television News as an Information Source and Its Perception in Slovakia. In *Communication Today*, 2019, Vol. 10, No. 1, s. 40-60. ISSN 1338-130X.

VOJTEK, J.: *Žánre anglicky písaného novinarstva (s ukázkami)*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2012.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ľuboš Greguš
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
lubos.gre@gmail.com

Bc. Dominika Budová
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
domi.budova@gmail.com

NEW STORYTELLING SCHEMES IN A DIGITAL FILM

Laco Halama – Zora Hudíková

Abstract

Narration, narrative - that is, the story and its narration, are an essential substance of the development of the film medium. It is a continuation of previous forms of narration in literary, visual and dramatic art. Image and sound narration has evolved, and generations of filmmakers have adopted and transformed narrative practices into diverse forms. The article compares the so-called. classical approaches based on the narration of Aristotle's dictation or mimetic narrative theory, used in the pre-digital era and their new forms, triggered by the digital revolution in the film medium. It is generally assumed that the historical development of film cannot be separated from economic, technological, historical and social change. Let us try to introduce new factors causing changes in narrative film design. Although film digitization is almost a complete process from a technical point of view, it is still in dynamic development in terms of creative possibilities. New forms of narration have become so-called. puzzle film, mind game film and forking path film. It is precisely their procedures that we will address at the end of this study.

Key words:

Digital film. Forking-path film. Mind-game film. Plot. Puzzle film. Story. Storytelling. Narration. Narrative.

Introduction: Narratology - narration - digital film

Narratology is originally a literary-theoretical discipline dealing with narratives and narration. It is sometimes referred to as a narrative theory.¹ The way of narration was studied by Plato and Aristotle: they defined the content (logos) form and the way (lexis) of narration (diegesis), distinguished whether it was mimetic imaging (dia mimeséos) that uses exclusively the characters' speech or only the narrator (haple diegesis)) or a combination of both. Narratology is a set of "tools (concepts) that help to name and determine the basic qualities of narrative and their interrelationships. It is a method of analysis that makes it possible to understand the structural links between the individual components of narration in the process of engaging them for meaningful construction."²

Despite the differentiation of narratological research, narratives remain at the center of the attention: this includes the sum of narrative events (i.e., the main building blocks of the story capturing the change of state), as well as the means to convey these events. Today, narrative - originally a text that is viewed as a network of characters producing meaning - is defined extensively as "telling (result and process, object and act, structure and structuring) of one or more real or fictional events told by one or more (more or less clear) narrators to one, two or more (more

¹ *Naratológia*. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<http://hyperlexikon.sav.sk/sk/pojem/zobrazit/autor/11/naratologia>>.

² KUBÍČEK, T.: *Vypravěč. Kategorie narativní analýzy*. Brno : Host, 2007, p. 12.

or less clear) addresses.”³ This all-encompassing definition seems to herald that narration will become an important discourse also in film art. The film is generally a narrative medium or at least a medium with a high narrative ability. Almost every film - perhaps except for specific experimental or documentary works - contains at least basic narrative structures.

The story in the film has a specific mode of plurimedial presentation - that is, through a distinct blending and mixing of temporal and spatial elements, which differs it from the narrative, which is based primarily on a language. The narrative inventory used in the film must incorporate and combine a large number of creative techniques to construct the story world.⁴ Taking the presentation of the state of change as an essential prerequisite for narrative - and hence following a broad definition of narrative - the film has at least two basic narrative presentation options: a) to present movements (and hence changes) within one frame; b) confront two (or more) comparable states by combining shots into sequences (i.e., the editing or assembly process in terms of classical film theory). Both narrative presentation modes have both visual and audio dimensions.

The term 'digital film' is now partly synonymous with the word 'film', because without exaggeration it can be said that today all films are digital. Why, then, do we insist on an adjective? In this widespread connection, we highlight the absolute penetration of digital technology into all levels of film production. Only a few years ago it was purposefully investigated which film was digitally produced and which was not. Today, almost every film becomes digital at some stage of its creation. This is because, although there is still the possibility of twisting the primary material onto an analog carrier (celluloid), finishing (editing, sounding, color correction, and projection) is already done exclusively by digital means. Many of the activities using digital tools are hidden behind the scenes of production activities and the viewer without specific experience does not notice them. Thus, the visual aspect of the film as seen in the cinema is hardly distinguishable from the previous - non-digital form. Digital film aesthetics are affected by the process of transforming both light and sound in a digital camera and digital recorder, including the software used. The camera becomes a computer and therefore the creator has to deal differently with the scene, actors, space, choice of shots - his tools and his personal digital and computer literacy allow for increasing the complexity of the story, new forms of events, better presentation of the story. In this context, the narration is subjected to innumerable attempts to innovate.

1 Film narration and its development

The feature film is basically based on narrative structure, on story telling. Logically, we can say that there is no talking without a narrator. So the question arises, who is the narrator in the film? One of the most famous "cinema-eye" theories of V. I. Pudovkin says that the optics of the camera represent the eyes of the observer watching the action, and the director's choice of images forces the viewer to observe the most important details of the event. Changing the shot is a natural transfer of the imaginary observer's attention. Later he extended the theory to sound - considering the microphone that is placed in the observer's ears. The outcome of the theory was to convey narration to the "observer wandering in space and time".⁵

³ PRINCE, G.: *A Dictionary of Narratology*. Lincoln : University of Nebraska Press, 1987, p. 58.

⁴ KUHN, M., SCHMIDT, J. N.: Narration in Film (revised version; uploaded 22 April 2014). In HÜHN, P. et al. (eds.): *The living handbook of narratology*. Hamburg : Hamburg University. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/64.html>>.

⁵ PUDOVKIN, I.: *Film Technique and Film Acting* . Tranp. and edited by Ivor Montagu. New York : Grove, 1970, p. 70-71.

Neuroscientist A. Damasio says that "the natural pre-verbal storytelling occurrence" may be the reason why dramas and later written stories appeared, "and why much of humanity is now dependent on cinemas and television screens".⁶ His words reflect what H. Münsterberg said almost a hundred years ago: "Films are the closest external representation of how stories unfold in our minds."⁷

Films are (with some exceptions) the work of a large group of people. The film is the result of the synergy of many technical, artistic, interpretative and aesthetic strategies that combine and merge in a hybrid medium to create interconnected storytelling conventions. The narrative structure of the film also reflects the historical state of technology at the time it was created - whether it is a silent film or a film with perfect digital multi-track audio and high definition images, or the image is static or dynamic. Not only the production process but also the emergence of very diverse formats in film history have changed the narrative paradigms that previously seemed unchanged.⁸

Ambitious and non-canonical art films, especially after 1945, reject the hegemonic story of classic Hollywood films by imposing conditions of media and art and not using literary strategies. They disrupt the narrative continuum and turn the principle of succession into simultaneity. For example, by repeating the same event from different angles (*Rashomon* dir. A. Kurosawa, 1950) or relocating the traditional regimes of temporal and spatial presentation (*Last Year in Marienbad* dir. A. Resnais, 1961). In each of these films, there is a growing gap between story and discourse.⁹ Modern cinematography has brought a rapid shift in narration - anticipation of action, jumps in time and space (*Breathless* dir. J. L. Godard, 1960), non-linear collages, blurred borders between "objective" diegetic reality and subjective perception. Some films have worked with a change of character continuity convention, (*Adventure* dir. M. Antonioni, 1960), or have used ironic forms of blending verbal and audiovisual narration (*Jules and Jim* dir. F. Truffaut, 1962). Even in the context of Hollywood film, more complex forms of narration can be found, partly due to influences and directors from Europe in the classical period (*Citizen Kane* 1941; *Touch of Evil*, 1958, dir. O. Welles) or later in films from a later period (*Graduate* dir. M. Nichols, 1967 and *Taxi Driver* dir. M. Scorsese, 1976).

One of the decisive cinematographic processes of narrative film organization is image editing: it combines assembly (image editing, combining and reassembling visual segments) with a mix of sound elements and selection of strategic points in space (angle, perspective). The most prominent examples of displaying in a picture narrative of a film narrative are a) simple editing from one scene to another; (b) a cut which alternates between shots from two spaces when watching scenes; (c) parallel mounting to emphasize similarity or contrast; (d) the composition of counter-acts between two persons speaking together; (e) 'centerline' cut that illustrate significant detail or action.

⁶ DAMASIO, A.: *The Feeling of What Happenp. Body, Emotion and the Making of Consciousnesp.* London : Vintage, 2000, p. 188.

⁷ Ibid, p. 188.

⁸ KUHN, M., SCHMIDT, J. N.: *Narration in Film (revised version; uploaded 22 April 2014)*. In HÜHN, P. et al. (eds.): *The living handbook of narratology*. Hamburg : Hamburg University. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/64.html>>.

⁹ Ibid.

2 New forms of film narration

An essential criterion for distinguishing between classical and post-classical, resp. modern methods is a way of dealing with two essential elements of the story structure: the story and plot.¹⁰ Simple plots are mimetic (and hence classical) because they involve organizing events into a single continuous event unified by the beginning (exposure), through the middle (including the plot - the complication of the action) and to the end (denouement). The audience considers such a network to be easy to understand.

Neuroscientist A. Damasio says that "the natural pre-verbal storytelling occurrence" may be the reason why dramas and later written stories appeared, "and why much of humanity is now dependent on cinemas and television screens".¹¹ His words reflect what H. Münsterberg said almost a hundred years ago: "movies are the closest outward representation of how stories unfold in our minds."¹²

An important theorist D. Bordwell - who in his book examines in detail the development and state of narration in a feature film - says that an important period for the development of narration was the so-called Hollywood film production studio period - roughly from 1917 to 1960. Large film studios and their production system have created an ideal environment for organizing rules for a clear and understandable plot that consists of obvious causes and their consequences, where psychology plays a very important role. The protagonist of American film has clear and consistent character traits, is typically goal-oriented, trying to achieve success in personal life, at work, etc. His needs and goals meet with the desires of other characters, creating a plot and conflict that is resolved at the end. The plot also raises tensions by setting deadlines for "meeting" goals, grading conflict, and resolving conflicts at the last minute. These principles guaranteed the success of American films for a long time.¹³

The period after 1960 is referred to as the New Hollywood era, which became a typical kind of continuation of film practice, but with new (young) directors (M. Scorsese, F.F. Coppola, R. Altman, W. Allen, etc.), new technical possibilities (steadicam, time code synchronization, multi-track audio recording, etc.) as well as a new approach to genre conventions. P. Lloyd described the main features of the coming era, arguing that in the new Hollywood style, the narrative structure disintegrated, genre conventions dissolved, the linearity of the narrative was disrupted by ambiguity, and the individual protagonist could no longer be considered heroic.¹⁴ Movies like *Thieves like us* (dir. R. Altman), *Easy Rider* (dir. D. Hopper), and *American Graffiti* (dir. G. Lucas) P. Lloyd and T. Elseasser considered evidence that New Hollywood was inspired by international art film and brought unmotivated protagonists, intricate story structures, and "the

¹⁰ Story follows storyline as it happened over time, plot is a way of sequencing as individual events follow each other in the film.

¹¹ DAMASIO, A.: *The Feeling of What Happenp. Body, Emotion and the Making of Conscious-nessp.* London : Vintage. 2000, p. 188.

¹² Ibidem, p. 188.

¹³ BORDWELL, D., THOMPSON, K.: *Umění filmu.* Praha : Akademie múzických umění, 2011, p. 80.

¹⁴ LLOYD, P.: The American Cinema: An outlook. In *Monogram*, No. 1, 1971, p. 11. [online]. [2020-04-10]. Available at:

<<https://books.google.sk/books?id=BXiIAGAAQBAJ&pg=PA733&lpg=PA733&dq=LLOYD,+P.:+The+American+Cinema:+An+outlook.+Monogram,+No.+1,+1971,+p.+11.&source=bl&ots=gWRzJ-W-8f&sig=ACfU3U1rPLb45DnC>>.

e

pathos of failure."¹⁵ We can state that the next significant period bringing changes in the way of film narration came about two decades later, when digital technologies began to change film.

The theorist J. Mittell says in his book that the complexity of narration has become the norm in American television production since 1990. The gradual emergence of on-demand television channels aimed at providing quality television production for which the viewer pays has led to the birth (?) of an active, responsive and engaged viewer. In addition to quality television production, it also acknowledges the role and effects of video and computer games. Many films made for cinemas since the 1990s tell stories that are 'complex': *Pulp Fiction* (dir. Q. Tarantino, 1994), *The Usual Suspects* (dir. B. Singer, 1995), *Matrix* (dir. Wachowski, 1999), *The Sixth Sense* (dir. M. Night Shyamalan, 1999), *Memento* (dir. Ch. Nolan, 2000), *Mulholland Drive* (dir. D. Lynch, 2001), *Eternal Sunshine of a Spotless Mind* (dir. M. Gondry, 2004) and *Inception* (dir. Ch. Nolan, 2010). These films "adopted an aesthetic play and encourage the audience to play it with the creators to crack interpretative codes, to understand their complex narrative strategies."¹⁶

He explained that "narrative complex films" were "constructed without fear of temporarily disorienting viewers," yet they induced such a feeling in viewers, but at the same time provoked them and allowed them to build their skills and understanding through long-term viewing and active involvement." Eventually, these complex programs turned viewers into what Mittell described as "amateur narratologists".¹⁷ Also, generally speaking, people in most cultures understand their experiences and identities by acquiring foreign stories and creating their own. In today's culture dominated by new media, however, experience has become unclear, ambiguous and fragmented. That is also why the stories have become opaque and complex in an adequate way trying to present these experiences. These complex stories reverse common psychological ways of understanding and instead represent radically new experiences and identities that are usually perceived as disturbing and traumatic.

In November 2012, A. O. Scott and M. Dargis, two major film critics from the New York Times, published a joint analysis of several currently successful films - *Cloud Atlas* dir. T. Tykwer, L. and L. Wachowski, 2012; *The Master* dir. P.T. Anderson, 2012. The authors wonder how it is possible that films are so successful when, unlike most commercial productions, they lack a recognizable story and an understandable causal narrative structure.¹⁸ Recently, this phenomenon has been recognized by film theorists who began to refer to this type of narration as "puzzle film" or "mind game film". Their analyses focus on the narrative innovations that such films bring, often lacking in explaining the apparent ease with which the audience accepts them.

Based on the summary of the authors' opinions, we can state that the cognitive mechanisms used in recognizing the narrative line of film based on understanding causal or logical narration (complex narration) in a new generation of viewers who have not experienced this type of narration seem to disappear at the expense mostly on digital and interactive communication features. These are

¹⁵ ELSAESSER, T.: The pathos of failure. *American Films in the 70s. Monogram*, No. 6, 1975, p. 13. [online]. [2020-04-10]. Available at:

<<https://books.google.sk/books?id=19mmZIqaqhgC&pg=PA107&lpg=PA107&dq=ELSAESSER,+T.:+The+pathos+of+failure.+American+Films+in+the+70s.+Monogram,+No.+6,+1975,+p.+13.&source=bl&ots=Autd23bxDW&sig=ACfU3U3EmhdcKJslP52jRNP3xvDC50rV9A&hl>>.

¹⁶ MITTELL, J.: *Narrative Complexity in Contemporary American Television*. p. 29-40. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://justtv.files.wordpress.com/2010/12/mittell-narrative-complexity.pdf>>.

¹⁷ *Ibid*, p. 29-40.

¹⁸ SCOTT, A. O., DARGIS, M.: *When Do We 'Get It'?* published 21. 11. 2012. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<http://www.nytimes.com/2012/11/25/movies/films-dispense-with-storytelling-conventions.html?pagewanted=all>>.

known to the viewers from the environment of computer games and video content on the Internet and social networks. Stories - are an inevitable and key theme of modern media discourse, not only in traditional “narrative” entertainment media such as television, cinema, and theatre, but also in social media (social networking, blogging) and “new media” (online games, virtual reality).

In researching digital film narratology over the past two decades, a remarkable number of new theories have emerged describing the complex narrative techniques of a digital film: W. Buckland developed the theory of "puzzle film"¹⁹, D. Bordwell's theory of "forking-path film",²⁰ T. Elsaesser "mind-game" film."²¹ However, we also find other names of similar phenomena in film narration: they are "multiple-draft film", "modular-narrative film" or "twisted-narrative film"²² - which can only be considered as differentiated names of similar phenomena, with differences only when selecting specific films used to analyze and prove individual investigations. What unites them is a deviation from the rules of a classic film story - especially in the direction of non-linear or multilayer narrative. Let us briefly stop for at least the first three theoretical concepts.

The term “puzzle film” appeared around the year 1990. This kind of narration rejects classical narrative techniques and replaces them with a more so-called “complex style of talking”. Puzzle films are a follow-up to the post-classical narrative that appeared in the early 1960p. The post-classical films from 1960 up to puzzle films are based on the narrative principles established in the studio era, besides classic Hollywood, they are influenced by the European art films of the 1950s and 1960p. Their symptoms are, in particular, a more relaxed chain of causes and consequences, a hero without a clear target and open end. Post-classical reading of films, however, is not based on their deflection from the canonical format of the three-stroke or four-stroke structure.²³ This may or may not be followed. In the 1960s, one of the most striking innovations was the definition of the main character with character cracks, flaws, the dark side and the past with which he has to deal with throughout the film.²⁴ These films do not heroize the hero but focus on his mistakes. These principles and goals are equally characteristic of puzzle film. Since its inception, the post-classical narration has increased the prestige of “B-class” sci-fi and horror films – common genres among many puzzle films today, which make the creators come alive with fresh genre ingredients.²⁵ Since the 1990s, the advancement of computer technology has gone hand in hand with these innovations, which has helped greatly facilitate the depiction of all the features of puzzle film. Editing a film non-chronologically seems suddenly so simple, visually transferring to the protagonist's mind does not require any decoration cost, just sit behind a computer. How else would we enter into the dreams of dreams so smoothly (*Inception*, dir. Ch. Nolan, 2010), how easier would we understand the feelings of schizophrenic (*Donnie Darko*, dir. R. Kelly, 2001).

¹⁹ BUCKLAND, W.: *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. Chichester : Blackwell Publishing Ltd, 2009, p. 3.

²⁰ BORDWELL, D.: *Film Futures*. In *SubStance*, Vol. 31, no. 1, 2002, p. 88-104. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://muse.jhu.edu/article/32313/pdf>>.

²¹ ELSAESSER, T.: The Mind-Game Film. In BUCKLAND, W. (ed.): *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*, New York : Wiley-Blackwell, 2009, p. 13-14.

²² STERRITT, D.: *Puzzle Pictures*, *Quarterly Review of Film and Video*. 33:5, p. 478-481. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://doi.org/10.1080/10509208.2016.1176473>>.

²³ BUCKLAND, W., ELSAESSER, T. : *Studying contemporary American film: A guide to movie analysis*. [online]. [2020-04-09]. Available at:

<https://archive.org/stream/Studying_Contemporary_American_Film_A_Guide_To_Movie_Analysis_Thomas_ElsaesserW/Studying_Contemporary_American_Film_A_Guide_To_Movie_Analysis_Thomas_Elsaesser__Warren_Buckl_djvu.txt>.

²⁴ BORDWELL, D.: *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies*. Berkley and Los Angeles, California : University of California Press, 2006, p. 30.

²⁵ Ibid.

An important inspirational element in making puzzle films is undoubtedly computer games. Their different levels of reality resemble different fictional worlds within a single story. In several films, we experience the same event several times just to find out, together with the hero, where we made a mistake, how to make it up and achieve the goal. For characters, their fictional world is a kind of computer game that we only witness as we can't influence it. The interactivity between the viewer and the film is only apparent. Plot twists concerning travel in time and more realities are ideal, but as interactive we can describe the relationship of film and a game production based on common themes (Star Wars, Indiana Jones, Terminator or Lord of the Rings) and vice versa, films shot based on a computer game (Mortal Combat, Resident Evil, Silent Hill, Final Fantasy: The Essence of Life, etc.)

New digital forms of distribution have allowed viewers to watch a film without a smooth sequence like there is in cinema screening. Digital media allowed us to playback a film, view it sequentially or frame-by-frame and stop it (as in DVD and Blu-ray) to use the digitalized navigation space. They even allow us to watch film versions with edited scene sequencing or "build" a new film with deleted scenes or alternate ending.

The second modern storytelling concept is the so-called mind-game films formally described by theoretician T. Elsaesser. He did not describe them as a sub-genre, but rather as a tendency or a phenomenon in contemporary cinematography.²⁶ This type of film "plays" with the viewer. In his text, Elsaesser presents a few typical motives that appear in mind-game films: there is no concrete boundary between the real, fictional or subjective world. The main character is often solving the question of his/her being, looking for who he/she is, or finding himself in a parallel reality (e.g. *Stranger Than Fiction*, dir. M. Forster, 2006). Other features of mind-game films are multiple universes, multiple times, causality between coincidence and conjunction, feedback - repeated and retroactive causalities, insertion of a story into another story, placement of an observer as the object of observation. This all creates kind of a metafiction which is the strongest representative in the tendencies of mind-game film.²⁷

Mind-game films can be attractive not only for watching the story but also for several kinds of challenges: becoming active, getting involved and solving obvious discrepancies, while trusting the film and its creator. The audience is prepared for the new "rules of the game" and accepts them for the "higher goal" - on behalf of the game itself. Mind game films can encourage audiences to entertain hypotheses that prove false or remain unproven at the end.²⁸ Films that may be associated with this modern digital film genre are *The Usual Suspects* (dir. B. Singer, 1995), *The Sixth Sense* (dir. M. Night Shyamalan), *The Village* (dir. M. Night Shyamalan, 2004), *Vanilla Sky*, (dir. C. Crowe, 2001), *Donnie Darko* (dir. R. Kelly, 2001), *Memento* (dir. Ch. Nolan, 2000), *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* (dir. M. Gondry, 2004), *2046*, (dir. Kar-wai Wong), *Oldboy* (dir. Chan-wook Park), *Inception* (dir. Ch. Nolan, 2010), *Source Code* (dir. D. Jones) and some of the twenty titles agreed by critics and theorists.²⁹

²⁶ ELSAESSER, T.: The Mind-Game Film. In: BUCKLAND, W. (ed.): *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. New York : Wiley-Blackwell, p. 13-14.

²⁷ Ibid.

²⁸ ELSAESSER, T.: *Contingency, causality, complexity: distributed agency in the mind-game film*, New Review of Film and Television Studies, Published: 20 Dec 2017. [online]. [2020-04-05]. Available at: <<https://doi.org/10.1080/17400309.2017.1411870>>.

²⁹ Ibid.

The third form of new storytelling practices in the digital film is the so-called 'forking path film'. The author of this title is an excellent film theorist D. Bordwell, who derived it from the title of a short story by Argentinian writer J. L. Borges "The Garden of Forking Paths" written by the author in 1941. Bordwell did so in 2002 when he published his study "Film Futures". It describes the narrative style of some films in which the linear distribution of stories is subject to a branched (bifurcating) story structure. The model embodying his concept is, according to Bordwell, a film by director T. Tykwer *Run Lola Run* (1998). Based on the classic narratological distinction between story and theme, it supports the widespread claim that an innovative form is often compensated by simplicity at the story level. He further argues that *Run Lola Run*, "which is very experimental in some respects, is also very traditional in many respects."³⁰ It works with a three-story fairytale motive, the last one being the right [...] I mean, it is very much in line with the spirit of the classic film."³¹ According to Bordwell's cognitive formalism, *Run Lola Run* serves as a prime example of how the stories in the film were branched and 'adapted to cognitively manageable dimensions [...] meant for quick understanding'.³² In addition to this, Bordwell also presents other films that, according to him, fulfill the attributes of a branched narrative: *Blind Chance* (dir. K. Kieślowski, 1987), *Groundhog Day* (dir. H. Ramis, 1993) *Sliding Doors* (dir. P. Howitt, 1998). Director K. Kieślowski notes - describing the essence of the forking path of the film: "Every day we encounter a choice that could end our entire life. We don't really know what our destiny is."³³ Recognizing that each film develops its own story by specific means and style, Bordwell postulated seven conventions of forking path stories: 1. the storylines are linear; 2. the storylines are marked; 3. the storylines cross sooner or later; 4. the stories are united by traditional means of film language (for the sake of clarity for the viewer); 5. stories often run in parallel; 6. the stories are not equal (the last finished or narrated implies another); 7. the stories are not equal, the last seen or finished is least hypothetical (hence the most likely).³⁴

Had the reader watched films that Bordwell had assigned to this storytelling category (but also others that we did not name), he would find that they were of diverse origin (USA, Europe, Asia) and also of different genres. They all have a common philosophical view of our being, an interpretation of the existence of man in a parallel world, an alternative passage of time, and different approaches to the processing of the story. And surprisingly, a large part of them does not use special digital effects.

Stories are, of course, a crucial part of the film. Philosophers and theorists, such as S. Chatman,³⁵ D. Bordwell,³⁶ and N. Carroll,³⁷ see one of the strongest and most relevant features of the film in the presence of narrative context. "When a viewer watches a movie, they try to recognize the clues which are offered, remember the information, and anticipate future events. (...) The film shapes concrete expectations by arousing curiosity, tension, and surprise. The end of the film is intended to

³⁰ BORDWELL, D.: *Film Futures*. In *SubStance*, Vol. 31, no. 1, 2002, p. 88-104. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://muse.jhu.edu/article/32313/pdf>>.

³¹ BORDWELL, D.: *Narrative Constructions in Tom Tykwer's Run, Lola, Run*. München : GRIN Verlag, 2005, p. 1.

³² BORDWELL, D.: *Film Futures*. In *SubStance*, Vol. 31, no. 1, 2002, p. 91. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://muse.jhu.edu/article/32313/pdf>>.

³³ Ibid.

³⁴ BORDWELL, D.: *Film Futures*. In *SubStance*, Vol. 31, no. 1, 2002, p. 88-104. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://muse.jhu.edu/article/32313/pdf>>.

³⁵ CHATMAN, S.: *Story and Discourse: Narrative structure in Fiction and Film*. Ithaca : Cornell UP, 1978, p. 56.

³⁶ BORDWELL, D. : *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies*. Berkeley : University of California Press, 2006, p. 94.

³⁷ CARROLL, N., GIBSON, J. (eds.): *Narrative, Emotion, and Insight*. Pennsylvania : Pennsylvania State University Press, 2011, p. 23.

satisfy or refute the expectations that the film as a whole has built in up. Similarly, the conclusion may appeal to the viewer's memory and encourage it to revise or contemplate previous events in new contexts.”³⁸ In this way, one can assume that the viewer is involved in creating a film form. Based on this expectation, the creators are looking for new forms of storytelling, making use of the newly acquired skills of an audience based on computer skills, active gaming experience in digital and internet communication and online (VOD) film distribution.

Conclusion

Since the mid-1990s, more and more popular mainstream films have used several unusual tools of audiovisual narration to achieve dense and complex narrative. They tried to create tension through style and stylistics of narration rather than through the stories themselves. Previous conventions of classical film narration have become the subject of media reflective play through the use of several narrative levels - (e.g. *Open the Eye / Abre Los Ojos*, dir. A. Amenábar, 1997; *Adaptation*, dir. P. Jonze, 2002), - various forms of narrative unreliability (*The Usual Suspects*, dir. B. Singer, 1995), - sudden last twists (*The Sixth Sense*, dir. M. Night Shyamalan, 1999), - creatively used genre conventions (*Pulp Fiction*, dir. Q. Tarantino, 1994); - or interrelated film-in-film and narration-in-narration structures (*Bad Education / La mala educación*, dir. P. Almodóvar, 2004), etc.³⁹ When discussing these forms of narration in the feature in feature films of the 1990s and the 10s of the 21st century, we should not forget that films with self-reflective, paradoxical and ambivalent narrative structures are not entirely new - that their different forms, corresponding to the media and the viewer's experience of the time, accompany the film for about eighty years.

We know how crucial and important it is to have a story - in advertising, business, and society. Storytelling was clearly crucial for the development of cinema and television as well as of new forms of print and graphic media in the early twentieth century.⁴⁰ Digital means of creation are relatively affordable and have the potential to approach independent filmmakers and amateurs, to facilitate the film making process and to provide them with almost unlimited mobility.⁴¹ Incentives coming from the environment of independent film or new media, online space, networked media culture have become a source for the professional sphere in recent years. If the narration is a major problem in the film's meaning, its logic must be re-examined with new ways of talking in the film that plays games with the viewer or leads the viewer to a maze of ontological uncertainty. Narrativity, audience engagement, and resourceful presentation techniques come together to create a 'film discourse' that – up to a certain point – can only be understood by synchronous formal analysis of narrative strategies. The current approach should discuss current forms of film storytelling against the background of the historical development of film storytelling, inextricably linked to the successes and capacities of the media.

References:

BORDWELL, D., THOMPSON, K.: *Umění filmu*. Praha : Akademie múzických umění, 2011.

³⁸ THOMPSON K., BORDWELL, D.: *Umění filmu*. Praha : Akademie múzických umění, 2012, p. 111.

³⁹ KUHN, M., SCHMIDT, J. N.: Narration in Film (revised version; uploaded 22 April 2014). In HÜHN, P. et al. (eds.): *The living handbook of narratology*. Hamburg : Hamburg University. [online]. [2020-04-09] Available at: <<https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/64.html>>.

⁴⁰ CHRISTIE, I., VAN DEN OEVER, A.: *Screen Narrative in the Digital Era*. Amsterdam : Amsterdam University Press. 2018, [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.jstor.org/stable/j.ctv5rf6vf.5>>.

⁴¹ DALY, K. M.: How Cinema is Digital. In *Transitioned Media*. Berlin : Springer Science+Business Media, LLC, 2010, p.11.

- BORDWELL, D.: Film Futures. In *SubStance*, Vol. 31, no. 1, 2002, p. 88-104. ISSN 1527-2095 [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://muse.jhu.edu/article/32313/pdf>>.
- BORDWELL, D.: *Narrative Constructions in Tom Tykwer's Run, Lola, Run*. München : GRIN Verlag, 2005.
- BORDWELL, D.: *The Way Hollywood Tells it: Story and Style in Modern Movies*. Berkley and Los Angeles. California : University of California Press, 2006.
- BUCKLAND, W., ELSAESSER, T.: *Studying contemporary American film: A guide to movie analysis*. [online]. [2020-04-09]. Available at: <https://archive.org/stream/Studying_Contemporary_American_Film_A_Guide_To_Movie_Analysis_Thomas_ElsaesserW/Studying_Contemporary_American_Film_A_Guide_To_Movie_Analysis_Thomas_Elsaesser__Warren_Buckl_djvu.txt>.
- BUCKLAND, W.: *Puzzle Films. Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. Chichester : Blackwell Publishing Ltd, 2009.
- CARROLL, N., GIBSON, J.: *Narrative, Emotion, and Insight*. Pennsylvania : Pennsylvania State University Press, 2011.
- DALY, K. M.: *How Cinema Is Digital*. In *Transitioned Media*. Berlin : Springer Science+Business Media, LLC, 2010.
- DAMASIO, A.: *The Feeling of What Happenp. Body, Emotion and the Making of Consciousnessp*. London : Vintage, 2000.
- ELSAESSER, T.: The Mind-Game Film. In: BUCKLAND, W. (ed.): *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary Cinema*. New York : Wiley-Blackwell, p. 13-14.
- ELSAESSER, T.: The pathos of failure. American Films in the 70s. *Monogram*, No. 6, 1975, p. 13. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://books.google.sk/books?id=19mmZIqaqhgC&pg=PA107&lpg=PA107&dq=ELSAESSER,+T.:+The+pathos+of+failure.+American+Films+in+the+70s.+Monogram,+No.+6,+1975,+p.+13.&source=bl&ots=Autd23bxDW&sig=ACfU3U3EmhdcKJslP52jRNP3xvDC50rV9A&hl>>.
- ELSAESSER, T.: *Contingency, causality, complexity: distributed agency in the mind-game film*, New Review of Film and Television Studies, Published : 20 Dec 2017. [online]. [2020-04-05]. Available at: <<https://doi.org/10.1080/17400309.2017.1411870>> .
- CHATMAN, S.: *Story and Discourse: Narrative structure in Fiction and Film*. Ithaca : Cornel UP, 1978.
- CHRISTIE, I., VAN DEN OEVER, A.: *Screen Narrative in the Digital Era*. Amsterdam : Amsterdam University Press, 2018. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.jstor.org/stable/j.ctv5rf6vf.5>> .
- KUBÍČEK, T.: *Vypravěč. Kategorie narativní analýzy*. Brno : Host, 2007.
- KUHN, M., SCHMIDT, J. N.: Narration in Film (revised version; uploaded 22 April 2014). In HÜHN, P. et al. (eds.): *The living handbook of narratology*. Hamburg : Hamburg University. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/64.html>>.
- LLOYD, P.: The American Cinema: An outlook. In *Monogram*, No. 1, 1971, p. 11. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://books.google.sk/books?id=BXiIAgAAQBAJ&pg=PA733&lpg=PA733&dq=LLOYD,+P.:+The+American+Cinema:+An+outlook.+Monogram,+No.+1,+1971,+p.+11.&source=bl&ots=gWRzJ-W-8f&sig=ACfU3U1rPLb45DnC>>.
- MITTELL, J.: *Narrative Complexicity in Contemporary American Television*. p. 29-40. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://justtv.files.wordpress.com/2010/12/mittell-narrative-complexity.pdf>>.
- PRINCE, G.: *A Dictionary of Narratology*. Lincoln : University of Nebraska Press, 1987.
- PUDOVKIN, V. I.: *Film Technique and Film Acting* . Tranp. and edit Ivor Montagu. New York : Grove, 1970.

SCOTT, A. O. / DARGIS, M.: *When Do We 'Get It'?* Published: 21. 11.2012, [online]. [2020-04-10]. Available at: <<http://www.nytimes.com/2012/11/25/movies/films-dispense-with-storytelling-conventions.html?pagewanted=all>>.

STERRITT, D.: *Puzzle Pictures*, *Quarterly Review of Film and Video*. 33:5, s. 478-481, [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://doi.org/10.1080/10509208.2016.1176473>>.

THOMPSON K., BORDWELL, D. *Umění filmu*. Praha : Akademie múzických umění, 2012.

Contact data:

Mgr. Laco Halama
University of S. Cyril and methodius in Trnava
Faculty of Mass Media Communication
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVAK REPUBLIC
dir@lacoalama.sk

Assoc. Prof. PhDr. Zora Hudíková, PhD.
University of S. Cyril and methodius in Trnava
Faculty of Mass Media Communication
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVAK REPUBLIC
zorahudikova@gmail.com

KRITICKÝM MYSLENÍM PROTI HOAXOM

With critical thinking against hoaxes

Marija Hekelj

Abstrakt

Prostredníctvom médií a komunikačných kanálov sú nám každodenne ponúkané rôzne posolstvá a informácie. Je len na nás, ako ich pochopíme a čo si z nich zoberieme. Vývoj digitálnych médií nás doviedol do bodu, kedy môžeme prostredníctvom internetu zdieľať a šíriť takmer akúkoľvek informáciu. Občas však kvantita presahuje kvalitu a prichádza na rad možnosť, že natrafíme na nepravdivú správu. Je veľmi žiadúce, aby sme sa v dnešnom modernom svete snažili takýmto situáciám predísť, aby sme mysleli kriticky, selektovali mediálne obsahy a možno tým poučili aj ostatných. V súčasnosti sa však medzi základné domény gramotnosti zahŕňa i mediálna gramotnosť, ktorá sa stala v modernej dobe kľúčovou kompetenciou. O tom, že má tento status, nie je rozhodne pochyb. Pretože médiá sú všadeprítomné v našom každodennom živote. Prostredníctvom médií sme stále informovaní o pokroku a dianí vo svete, médiá uľahčujú či zjednodušujú našu prácu v mnohých smeroch. V teoretickej štúdii budeme skúmať pomocou literatúry hoaxy – poplašné správy, kde vysvetlíme, ako mediálna gramotnosť pomáha k tomu, aby sme médiám rozumeli, taktiež vysvetlíme, čo to je hoax, aké má formy a prečo vôbec vznikajú.

Kľúčové slová:

Informačná spoločnosť. Hoax. Kritické myslenie. Média. Mediálna gramotnosť.

Abstract

Various messages and information are conveyed to us every day through the media and communication channels. It is up to us how we understand them and what we take from them. The development of digital media has led us to the point where we can share and distribute almost any information via the Internet. Sometimes, however, quantity exceeds quality, and the possibility of finding fake news comes up. It is highly desirable in today's modern world to try to avoid such situations, to think critically, select media content, and perhaps teach others. At present, however, media literacy, which has become a key competence in modern times, is included among the basic domains of literacy. There is no doubt that media has this status. Because the media are ubiquitous in our daily lives. Through the media we are constantly informed about progress and events in the world, the media make it easier or simpler to work in many ways. In the theoretical study we will look at the hoax literature - alarm messages, where we describe how media literacy helps us to understand the media, what hoax is and what its forms are, and why hoaxes are created.

Key words:

Critical thinking. Hoax. Information society. Media. Media literacy.

Úvod: Pojem informačná spoločnosť a mediálna gramotnosť

Deň čo deň využívame informačné technológie a spracúvame rôzne druhy informácií rôznymi spôsobmi. Dalo by sa povedať, že informácie sa dnes stávajú tovarom. Ak obrazne porovnáme

vlastnosti informácií s vlastnosťami tovaru ako takého, môžeme skonštatovať, že tak, ako dávame prednosť kvalitnému tovaru pred nekvalitným, mali by sme zvažovať aj kvalitu či nekvalitu informácií. Tak, ako môže problémy spôsobiť nekvalitný tovar, spôsobujú ho aj nekvalitné informácie. S informáciou sa stretávame každý jeden deň. Jej postavenie sa však rapídne mení v súvislosti s technologickým pokrokom a vývojom masmédií. Stretávame sa aj s pojmom informačná spoločnosť. Podľa McLuhana je médium posolstvo. Tvrdí, že médiá samé o sebe, bez ohľadu na posolstvo, ktoré prenášajú, majú na človeka zásadný vplyv.¹ V modernej dobe, najmä v priebehu 20. storočia, sa zintenzívnil rozvoj technológií a následne aj rozvoj masovokomunikačných prostriedkov, čím sa prudko rozšírili kanály sociálnej komunikácie do obrovských rozmerov expandujúcich masovým rozšírením internetu koncom 20. storočia.

Komunikácia šírená prostredníctvom masmédií označovaná ako masová, dosiahla v priebehu minulého storočia tzv. tri prahy zmapovania: rozšírenie rozhlasového vysielania, následne televízneho vysielania, a nakoniec rozšírenie elektronických spôsobov komunikácie.² Za extrémne významné faktory, ktoré podmieňujú potrebu mediálnej gramotnosti, patria signifikantné znaky súčasných médií: sú súčasťou bežného každodenného života; sú všadeprítomné; zasahujú do celosvetového diania; mediálna realita je považovaná za skutočnejšiu, ako je realita sama; podieľajú sa na socializácii.³ J. Musil označuje tento pojem za názov novej postindustriálnej éry. Ďalej prirovnáva hodnotu informácií a prístupu k nim v postindustriálnej informačnej spoločnosti k hodnote hmotných statkov a výrobných prostriedkov v dobe spoločnosti industriálnej. Informačnú spoločnosť popisuje ako výsledok vývoja techniky a sociálne politických dôsledkov.⁴ Mediálnu gramotnosť popisuje ako pojem, ktorý je v súčasnej spoločnosti pomerne ustálený a známy. Nachádza svoje miesto v procese mediálnej komunikácie pričom vyjadruje požiadavky na členov spoločnosti, aby rozumeli médiám, poznali ich históriu a vedeli si vybrať z množstva obsahov a následne im dokázali porozumieť.⁵ D. Buckingham charakterizuje mediálnu edukáciu nie ako určité kvantum znalostí, ale skôr ako súbor konceptov. Buckingham hovorí o štyroch základných konceptoch:

1. produkcia,
2. jazyk,
3. reprezentácia,
4. publikum.

D. Buckingham zdôrazňuje vyčerpávajúce chápanie médií, ktorého dosah je možný vďaka aktívnej produkcii. Tvrdí: „*Kritickú analýzu musí doplniť kreatívna produkcia a kreatívna produkcia môže byť najlepším spôsobom, ako získať nové a hlbšie kritické chápanie*“.⁶

¹ MCLUHAN, M.: *Člověk, média a elektronická kultura*. Výbor z díla. 1. vyd. Brno : Jota, 2000, s. 73.

² RANKOV, P.: *Informačná spoločnosť. Perspektívy, problémy, paradox*. Levice : LCA Publishers Group, 2006, s. 36.

³ BUCKINGHAM, D.: *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge : Polity Press, 2003, s. 8.

⁴ MUSIL, J.: *Komunikace v informační společnosti*. Vyd. 1. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007, s. 17.

⁵ HOSSOVÁ, M., HEKELJ, M.: *Mediálna výchova a mediálna gramotnosť v kontexte televíznej tvorby pre deti a mládež*. Trnava : FMK, 2019, s. 9.

⁶ BUCKINGHAM, D.: *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge : Polity Press, 2003, s. 122.

2 Hoax a jeho formy

Hoax sa snaží presvedčiť svojou dôležitosťou. Jeho zámerom je zároveň šokovať verejnosť. Vo väčšine prípadov sa autor falošnej správy snaží presvedčiť, že varovanie prišlo od dôveryhodných zdrojov, aby si zabezpečil čo najvyššiu dôveryhodnosť u príjemcov, alebo naopak sa snaží pôsobiť ako uniknutá tajná informácia, o ktorej sa oficiálne mlčí a nesmie sa hovoriť. Pojem hoax pochádza z rovnakého anglického termínu, teda hoax. V preklade má slovo hneď niekoľko významov, ako mystifikácia, podvod, výmysel. Najlepšie ho vystihuje termín poplašná správa. Hoax sa radí medzi poplašné správy odosielané medzi ľuďmi rôznymi spôsobmi. Predtým boli často využívané e-maily, ale v súčasnej dobe, kedy sú veľmi populárne sociálne siete, sú to práve sociálne siete, ktoré pomáhajú v ich šírení. Často ide o rôzne varovanie, pokusy rozšíriť nejakú klamlivú informáciu, ale aj o rôzne druhy reťazových správ, ktoré prinášajú šťastie, pričom vyzývajú k preposlaniu čo možno najviac ďalším adresátom.⁷ Ďalšou formou poplašenej správy je podľa portálu varovná správa. Tento typ je najrozšírenejšou formou hlavne v e-mailovej komunikácii a obsahuje prevažne varovanie pred neexistujúcimi vírusmi v počítači. Šíria sa tiež varovania pred vymysleným nebezpečenstvom z bežného života, často obsahujúce zmes klamstiev a poloprávd, ktorých relevantnosť nezasvätený užívateľ nedokáže s istotou posúdiť.⁸

Urban Legends

Zaujímavým typom hoaxu sú urban legends alebo mestské legendy. Autor textu spomína v tejto súvislosti vymyslené príbehy o únosoch detí a žien v obchodných centrách, ktoré môžu byť v rukách mafiánov.⁹ Takéto príbehy apelujú výhradne na faktoch ľudského strachu a vzbudzujú dojem, že na nás číha nebezpečenstvo.

Sociálne siete

Veľmi nebezpečným typom je hoax na sociálnych sieťach. Ako veľmi častú poplašnú správu uvádza portál výzvy hromadného posielania, ktoré chodia aj pod zásterkou kontroly aktívneho účtu, obvykle aj s varovaním, že ak reťazovú správu nepošlete ďalej, váš účet bude deaktivovaný.¹⁰ Medzi ďalšie príklady môžeme zaradiť neexistujúce ponuky, sľubovanie nadštandardných služieb prípadne falošné pracovné ponuky. Každý užívateľ sociálnych sietí a internetu by mal byť v tomto smere opatrný a overovať si informácie z viacerých zdrojov.

Fáma

Jedným z typických druhov hoaxu sú fámy, ktoré sa snažia poškodiť dobré meno firmy či značky, prípadne majú cieľ pobaviť. Podľa stránky hoax.sk sú príkladmi fámy o nápoji Coca-cola, ako dokáže vyčistiť toaletu alebo, ako zomrel mladý chlapec, ktorý požil kombináciu cukríkov Mentos a spomínanej Coca-coly. Medzi fámami sa nachádza aj informácia, že náš slovenský jazyk je najťažším na svete alebo, ako zástupcovia rómskej národnosti nemusia platiť za lieky – vraj poberajú vysoké dávky.¹¹ Túto fámou môžu niektorí ľudia brať, ako prejav intolerancie voči tejto menšine. Poplašná správa môže mať aj zábavnú formu.

Po preštudovaní informácií na portáli hoax.sk sme sa dozvedeli, že tento typ je viac menej neškodný, avšak po nahromadení v e-mailovej schránke, môže tento typ rozšíriť nebezpečný vírus trójskeho koňa. Ide napríklad o reťazové správy, priania, modlitby, básničky, krásne obrázky so

⁷ DŽUBÁK, J.: *Čím hoax škodí*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>>.

⁸ DŽUBÁK, J.: *Čím hoax škodí*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>>.

⁹ Tamtiež.

¹⁰ Tamtiež.

¹¹ Tamtiež.

zvieratami, ktoré sľubujú príjemcovi zlepšenie dňa a odkazujú na ďalšie rozposlanie.¹² Táto zábavná forma nie je úmyselným typom hoaxu, často odosielateľ ani netuší, že obrázok či video obsahujú vírus čím však môže prispieť k nevedomému rozoslaniu viacerým adresátom. K hoaxom radíme aj rôzne typy finančných podvodov, ako je napríklad lotéria a petície či výzvy, kedy človek riskuje možné zneužitie osobných údajov.

Jeden z najznámejších a najslávnejších hoaxov v našej histórii býva často považované šírenie poplášnej správy o invázii mimozemšťanov do amerického mesta New Jersey v roku 1938. Panika vznikla po odvysielaní dramatického diela Orsona Wellsa *The War of the World – Vojna svetov*. Po odvysielaní tejto rozhlasovej hry vznikla panika, ktorá mala zasiahnuť celý New York, pričom v hre bolo viackrát uvedené, že ide o fikciu. V rámci paniky malo dôjsť aj k evakuačným výzvam a správam o mase utečencov na ceste von z mesta. Napriek tomu, že hra ľudí skutočne vydesila, príbeh o vypuknutí masovej paniky pre rozhlasovú drámu sa stal súčasťou moderného mýtu, v ktorého pozadí stoja novinári túžiaci po senzácii.¹³ Snaží sa zaujať čitateľa tým, že ide o únik tajnej doteraz nepublikovanej informácie, alebo o informáciu, ktorú sa masmédiá snažia utajiť. Výzva na rozoslanie – táto časť je typická pre hoaxy už len pre to, že hoaxy sa šíria práve preposielaním. Autor tak priamo nabáda k ďalšiemu preposlaniu čo najväčšiemu počtu adresátov.¹⁴ V. Kačínová k týmto znakom dopĺňa nasledujúce: vyhrotená, emocionálna téma – titulok, ktorý aktivuje pozornosť recipienta, rôzne odkazové návody (anglicky ako *click-baits*). Prirodzene v nás vzbudzujú zvedavosť, s cieľom zvýšenia čitateľnosti prípadne návštevnosti portálu, *click-bait* je často viditeľný aj pri videách na YouTube – využívanie princípu autority, dôveryhodnosť správy je zvýšená napríklad známymi osobnosťami.¹⁵

Jedným z prostriedkov preventívnych opatrení proti šíreniu dezinformácií je mediálna výučba, ktorej cieľom je zvýšenie mediálnej gramotnosti. Toto v praxi fungujúce opatrenie, napomáha lepšie pochopiť médiá a naučiť sa s nimi pracovať. Ako uvádza vo svojej publikácii M. McLuhan, dôležité je, že spoločnosť už vzala na vedomie existenciu elektronickej kultúry.¹⁶ Spomínaná kultúrna priepasť medzi generáciami sa určite zužuje, ale stále nie je dostatočne zmenšená na to, aby boli všetky ciele mediálnej výučby vždy a všade naplnené. Zbaviť sa hoaxu, ako médiá, nie je úplne je možné. Obmedziť jeho fungovanie je však možné. So súčasnými aj budúcimi opatreniami proti tomuto fenoménu je možnosť, že šírenie dezinformácií vo forme hoaxu bude výrazne obmedzené. Je to však dlhý proces a podľa nášho uvažovania, v mnohých smeroch závislý na každom človeku a jeho správaní osobitne.

3 Príčiny a mechanizmy tvorby Hoaxov

Elektornické médiá a sociálne siete sa v súčasnosti stávajú priestorom, ktorý slúži primárne na získavanie nových informácií o dianí vo svete. Rozdiel medzi tradičnými médiami, kde sú zamestnaní ľudia určení na korekcie obsahu, akými sú editor alebo vedúci vydania, v nových médiách určujú relevantnosť obsahu algoritmy a používatelia týchto médií. Pre rozšírenie obsahu medzi ostatných používateľov stačí použiť tlačidlá ako *like*, *share* alebo *comment* a vďaka

¹² DŽUBÁK, J.: *Čím hoax škodí*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>>.

¹³ KAČINOVÁ, V.: *Fenomén „fake news“, hoaxov a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy*. Trnava : FMK UCM, 2019, s. 16.

¹⁴ DŽUBÁK, J.: *Čím hoax škodí* [online]. [cit. 2020-03-05]. Dostupné na: <<https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>>.

¹⁵ KAČINOVÁ, V.: *Fenomén „fake news“, hoaxov a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy*. Trnava : FMK UCM, 2019, s. 16.

¹⁶ MCLUHAN, M.: *Človek, médiá a elektronická kultúra*. Výbor z diela. 1. vyd. Brno : Jota, 2000, s. 213.

nadviazanému priateľstvu a algoritmu, ktorý médiá používajú, sa obsah zobrazuje ďalej. Podľa V. Šnídla existuje viacero dôvodov, ktoré používateľov motivujú zdieľať neoverený obsah na internete, a to najmä: z úprimného presvedčenia, v prospech ich obľúbeného politika, pre posilnenie biznisu, v prospech moci alebo zo žartu, z provokácie, prípadne pre svojrázny výskum.¹⁷

Podľa P. Nutila stoja stoja v pozadí tvorenia hoaxov:

- ľudoví tvorcovia – rôznorodé skupiny ľudí s rôznymi motívmi ako recesisti, ľudia s falošnými profilmi na sociálnych sieťach, ďalší, ktorí si prostredníctvom vymyslených historiek či nenávisťných komentárov verbalizujú svoje strachy a obavy,
- dezinformátori – tvoria skupinu takzvaných ideológov (s rozmanitými motívmi propagujúci vyhranené politické názory) a obchodníkov (zameraných na profit z online reklamy, príklad: pomocou *click-baits*),
- politické zoskupenia – jednotlivci alebo hnutia s politickými ambíciami či politicky aktívny jednotlivci na internete, rasistické skupiny, extrémisti,
- akcie vplyvu cudzích mocností s cieľom ovplyvňovať obyvateľov určitej krajiny,
- *troll arms* (príslušníci armády trollov) – tímy komentátorov, ktorí za pomoci obyčajne falošných účinkov šíria v diskusiách politickú propagandu, kritizujú tých, ktorí s takým videním sveta nesúhlasia, prípadne pracujú na zmätení publika, napríklad „predstavujú rozčulenu skupinu občanov“, ľudí sklamaných súčasnou reprezentáciou a podobne.¹⁸

Záver

V predkladanej teoretickej štúdií sme sa sústredili na tému, ako bojovať proti hoaxom – poplašným správam, a prišli sme pomocou nej na závery, že najdôležitejším z prostriedkov a preventívnych opatrení proti šíreniu hoaxov je mediálna gramotnosť, ktorá ma za cieľ zvýšiť kritické myslenie v médiách a tým dosiahnuť, aby sme si z médií nebrali všetko tak, ako sa nám podáva, ale vedeli rozoznať čo je pravda a čo lož. V praxi to funguje tak, že opatrenie napomáha lepšie pochopiť médiá, a učí ako s nimi pracovať. Vzhľadom k povahe hoaxu je ťažké stanoviť represívne opatrenia proti nemu. Ako do istej miery účinné opatrenia, navrhujeme, jednoznačne sa na týchto aktivitách nepodieľať a v rámci možností sa aktívne zapojiť a informovať recipientov vo svojom okolí, zasiahnutých týmto médium o jeho skutočnej forme a funkcii. Oboznámenie sa s princípom fungovania média a sprístupnenie informácií o možných dôsledkoch, môže byť pozitívnym faktorom v získaní nadhľadu nad médiami všeobecne. Naučiť sa kriticky zmyšľáť nad pomerne jednoduchým prípadom dezinformácií ako je hoax, môže viesť k žiadúcemu výsledku naučiť sa kriticky rozmyšľáť o médiách všeobecne. Dokázať s nadhľadom a kriticky hodnotiť informácie, ktoré sú priamo pred nami. V teoretickej štúdií sme pomocou literatúry popísali, čo sú to hoaxy – poplašné správy, ako mediálna gramotnosť pomáha k tomu, aby sme médiám rozumeli a aké formy majú hoaxy a prečo vznikajú.

Literatúra a zdroje:

BUCKINGHAM, D.: *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge : Polity Press, 2003.

DŽUBÁK, J. *Čím hoax škodí*. [online]. [2020- 03-05]. Dostupné na: <<https://hoax.sk/co-je-to-hoax/>>.

HOSSOVÁ, M., HEKELJ, M.: *Mediálna výchova a mediálna gramotnosť v kontexte televíznej tvorby pre deti a mládež*. Trnava : FMK UCM, 2018.

¹⁷ ŠNÍDL, V.: *Pravda a lož na Facebooku*. Bratislava : N Press, 2017, s. 100.

¹⁸ NUTIL, P.: *Média, lži a príliš rýchly mozek*. Praha : Garda, 2018, s. 142-143.

KAČINOVÁ, V.: *Fenomén „fake news“, hoaxov a konšpiračných teórií v kontexte mediálnej výchovy*. Trnava : FMK UCM, 2019.

MCLUHAN, M.: *Člověk, média a elektronická kultura*. Výbor z díla. 1. vyd. Brno : Jota, 2000.

MUSIL, J.: *Komunikace v informační společnosti*. Vyd. 1. Praha : Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007.

NUTIL, P.: *Média, lži a příliš rychlý mozek*. Praha : Garda, 2018.

RANKOV, P.: *Informačná spoločnosť. Perspektívy, problémy, paradox*. Levice : LCA Publishers Group, 2006.

ŠNÍDL, V.: *Pravda a lož na Facebooku*. Bratislava : N Press, 2017.

Kontaktné údaje:

Mgr. Marija Hekelj, PhD.
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Nám. J. Herdu 2, 917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
maja.hekelj@gmail.com

ZÁVISLOSŤ OD INTERNETU A JEJ VNÍMANIE MEDZI RODIČMI DETÍ A TEENAGEROV

Internet addiction and its perception between parents of children and teenagers

Vladimíra Hladíková

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá problematikou internetu, digitálnych médií a technológií so špecifickým dôrazom na aspekt závislosti a má charakter teoreticko-empirickej štúdie. V úvode sú uvedené základné definičné rámce skúmanej problematiky podľa rôznych autorských prístupov. Hlavný dôraz sa kladie na tretiu kapitolu, ktorá reflektuje výsledky empirického prieskumu. Prieskum bol zameraný na rodičov detí vo veku 9-15 rokov, ich postoje, vnímanie adiktívneho správania a prejavov internetovej závislosti u ich detí. V závere autorka zdôrazňuje dôležitosť digitálnej a mediálnej gramotnosti, ako i autoedukácie rodičov v oblasti kritického a správneho používania digitálnych médií, rovnako ako aj úlohu mediálnej výchovy v rámci školskej a celospoločenskej roviny prevencie a eliminácie rizikových aspektov internetu, kyberpriestoru a elektronického prostredia.

Kľúčové slová:

Deti a teenager. Internet. Kyberpriestor. Online. Rodičia. Závislosť.

Abstract

The paper deals with the issue of the Internet, digital media and technologies with a specific emphasis on the aspect of addiction and has the character of a theoretical-empirical study. The introduction defines the basic definition frameworks of the researched issue according to various author's approaches. The main focus is on the third chapter, which reflects the results of the empirical survey. The survey was focused on parents of children aged 9-15 years, their attitudes, perception of addictive behavior and manifestations of internet addiction among their children. In conclusion, the author emphasizes the importance of digital and media literacy, as well as the self-education of parents in the field of critical and correct use of digital media, as well as the role of media education within the school and society-wide levels of prevention and elimination of risk aspects of the Internet, cyberspace and electronic environment.

Keywords:

Addiction. Cyberspace. Children and teenagers. Internet. Online. Parents,

Úvod

Éra 21. storočia je charakterizovaná neustálym technologickým pokrokom a takmer všadeprítomnou možnosťou byť online. Moderná spoločnosť viac-menej ani neevduje alternatívy života bez internetu, digitálnych médií a informačno-komunikačných technológií. Úvodné mesiace roka 2020 sa spájajú s absolútne novou formou života i sveta, čo determinoval najmä exponenciálny nárast ochorenia COVID-19 vo všetkých krajinách. Práve v tomto období si jednotlivci, korporácie i spoločnosť celkovo uvedomujú masívnu dôležitosť a potrebu ovládať prácu s digitálnymi

médiami. Vzdelávanie, práca i súkromná socializácia sa presunula do online prostredia a kyberpriestoru. Táto neštandardná doba však kreuje aj priestor k nadmernému až závislostnému používaniu digitálnych technológií a internetu. Nie je to len dôsledkom pandémie, tento problém bolo možné evidovať už skôr. Je zrejmé, že za najohrozenejšiu skupinu jednoznačne považujeme práve deti a mladistvých, vzhľadom k tomu, že patri do generácie tzv. digitálnych domorodcov. Žiť a používať technológie a internet je pre ne automatické a vnímajú to ako samozrejmu súčasť života. Menšia pozornosť sa však kladie na rodičov tejto generácie detí, pretože ich pohľad, opatrenia či intervencie do tejto oblasti sú nepochybne zaujímavým a dôležitým aspektom v celkovom vnímaní digitálnej závislosti. Cieľom tohto príspevku je preto na základe teoretických východísk a empirického prieskumu zistiť, ako sa na problematiku závislosti od internetu pozerajú rodičia detí a teenagerov.

1 Závislosť od internetu

Na označenie tohto sociálno-patologického javu sa dodnes nepoužíva ustálená jednotná terminológia. V odbornej literatúre sa stretáme s viacerými odlišnými názvami ako napríklad závislosť od internetu (angl. internet addiction) alebo aj problémové používanie internetu (angl. internet pathological use). Prvý opis znakov a charakteristík závislostného správania od internete priniesla podľa P. Vonráčkovej a J. Vacka¹ americká psychologička K. Youngová v roku 1996. Od tohto obdobia postupne priťahuje tento fenomén virtuálneho prostredia a závislostného správania pozornosť odbornej verejnosti takmer na celom svete. Niektoré krajiny (napr. Čína, Južná Kórea) dokonca považujú problémové používanie internetu za jednu z najväznejších hrozieb verejného zdravia. Stotožňujeme sa aj s názorom I. Hupkovej, ktorá definuje závislosť od internetu ako také používanie internetu, ktoré so sebou prináša do života jednotlivca psychologické, sociálne, pracovné a/alebo školské komplikácie. Ako v tejto súvislosti uvádzajú S. Fischer a K. Škoda,² pre internetové závislosti sa vo všeobecnosti v anglickojazyčnej literatúre používa skratka IAD (angl. internet addiction disorder).

Fenomén závislostného správania od internetu sa prvýkrát objavil v literatúre v roku 1995 v texte amerického psychiatra Dr. Ivana Goldberga, ktorý ho však revidoval a navrhol zmeniť na patologické používanie počítača (angl. pathological computer use -PCU). Tento termín sa týka hlavne akéhokoľvek problému súvisiaceho s nekontrolovaným používaním počítača. J. Benkovič³ zaraďuje k najčastejším príznakom PCU najmä neschopnosť zastaviť používanie počítača, silná potreba tráviť čoraz viac času pri počítači, zanedbávanie svojich povinností (pracovných, osobných), zanedbávanie rodiny, priateľov, klamstvá rodine o dĺžke času tráveného pri počítači a iné. Je dôležité pripomenúť, že samotné počítače nevyvolávajú závislosť v pravom zmysle slova. Spôsobujú však silnú túžbu alebo pocit nutkania pracovať s počítačom a následné problémy so sebaovládaním. Odvykací stav je podobný klasickým abstinenčným príznakom a postupne dochádza k celkovému zanedbávaniu pracovných a iných povinností a záujmov. Viacerí výskumníci (Kuss – Griffiths, Šmahel; Youngová) tvrdia, že človek sa nestane závislým konkrétne od internetu, ale skôr od istých aktivít na internete, respektíve od špecifických internetových

¹ VONDRÁČKOVÁ, P., VACEK, J.: Závislostné správanie na internete. In *Sociálna prevencia - Prevencia nelátkových návykových chorôb*, 2009, č. 2, s. 4 – 7.

² FISCHER, S., ŠKODA, J.: *Sociální patologie. Závažné sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení*. Praha : Grada, 2014, s. 127.

³ BENKOVIČ, J.: Niektoré klady a zápory virtuálneho sveta počítačových hier a internetu, In *Sociálna prevencia*, 2014, roč. 9, č. 1, str. 12-13. [online]. [2020-03-23]. Dostupné na:

<<http://www.nocka.sk/uploads/62/68/6268faf28878e2190778ef031de0f09f/sp-1-2014-web.pdf>>.

aplikácii, ktoré rozdeľujeme do troch základných kategórií: on-line hry, kybersex a pornografia a komunikačné aplikácie ako chaty alebo sociálne siete.

Ak hovoríme o závislosti od internetu, resp. jeho problémovom používaní existuje niekoľko špecifík a diagnostických kritérií, prostredníctvom ktorých je možné presnejšie určiť mieru závislosti. Na potvrdenie patologickej závislosti od internetu je podľa K. Youngovej potrebné, aby bol prítomný každý z nasledujúcich príznakov:

- zaujatie internetom (premýšľanie o predchádzajúcich aktivitách na internete alebo o tých budúcich),
- potreba používať internet v čoraz dlhších časových úsekoch, aby človek dosiahol uspokojenie,
- opakovaná neúspešná snaha kontrolovať, prerušiť alebo zastaviť používanie internetu,
- nepokoj alebo podráždenosť pri pokuse prerušiť alebo vzdať sa používania internetu,
- prekračovanie pôvodne plánovaného času pripojenia do internetu.

Psychologička K. Youngová, zakladateľka tzv. Netaddiction, Centra pre online závislosť (1995), rozdeľuje závislostné správanie od internetu na päť základných kategórií:

- závislosť od virtuálnej sexuality, ktorá sa prejavuje kompulzívnym používaním webstránok s pornografickým obsahom,
- závislosť od virtuálnych vzťahov
- internetové kompulzie, medzi ktoré napríklad patrí hranie online počítačových hier či internetové nakupovanie,
- preťaženie informáciami, kam možno zaradiť nadmerné surfovanie na internete alebo hľadanie v online databázach
- závislosť od počítača, ktorou sa najčastejšie označuje nadmerné hranie počítačových hier.⁴

Čím je vlastne médium internetu pre závislých používateľov tak prítiažlivé? Pri uvažovaní o závislosti od internetu je potrebné spomenúť niektoré špecifické vlastnosti, ktoré sú charakteristické pre virtuálne prostredie. Práve tieto špecifiká sú pre používateľom atraktívne a čiastočne i návykové. Je zrejmé, že k nim patrí najmä možnosť zostať v anonymite a s tým súvisiace príležitosti ako napríklad prezentovať o svojej osobe len vybrané informácie, byť niekým iným, kreovať iné identity alebo ich multiplikovať, môcť vyjadrovať akékoľvek názory bez strachu z možných negatívnych dôsledkov prípadne sa viac emocionálne otvoriť bez rizika odmietnutia. K uvedeným faktorom možno tiež pridať aj interaktivitu a dostupnosť rôznych informácií, ktoré sú väčšinou zadarmo a často aktualizované. D. Greenfield⁵ uvádza, že návykovou je predovšetkým kombinácia dostupného stimulujúceho obsahu, jednoduchosť prístupu, pohodlnosť, nízke náklady, vizuálna stimulácia, autonómia a anonymita – to všetko prispieva k vysoko psychoaktívnemu zážitku. Psychoaktívnym pritom myslí fakt, že internet má schopnosť meniť náladu a má potenciálny vplyv na naše správanie. Niektorí používatelia podľa Greenfielda vnímajú a používajú internet rovnako ako drogy, práve za účelom zmeny nálady.

Ďalším faktorom, ktorý pôsobí návykovo najmä v kontexte digitálnych hier je pocit kontroly nad virtuálnym svetom. Predovšetkým adiktívnych používateľov uspokojuje iluzórny pocit, že môžu kontrolovať dianie v počítači pri hraní digitálnych hier.⁶ Je však dôležité pripomenúť, že v dobe smartfónov a tabletov nemusí byť pre používateľov atraktívne samotné médium internetu či

⁴ YOUNG, K.: Závislostné správanie na internete. In VONDRÁČKOVÁ, P., VACEK, J.: *Sociálna prevencia - Prevencia nelátkových návykových chorôb*, 2009, č. 3, s. 5.

⁵ GREENFIELD, D.: *Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems*. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <https://virtual-addiction.com/wp-content/pdf/nature_internet_addiction.pdf>.

⁶ CHAK, K., LEUNG, L.: Shyness and Locus of Control as Predictors of Internet Addiction and Internet Use. In *CyberPsychology & Behavior*, 2004, roč. 7, č. 5. [online]. [2020-04-03]. Dostupné z databázy EBSCO.

počítača, ale najmä rôzne dostupné aplikácie. Existuje niekoľko všeobecných modelov, ktoré zohľadňujú základné faktory atraktivity internetu a elektronického prostredia. Napriek tomu, že vznikli pomerne dávno (2000), sú stále všeobecne platné a komplexné a možno ich aplikovať do súčasného dejinného kontextu. Prvým z nich je tzv. „Triple A“ model A. Coopera,⁷ ktorý je zameraný najmä na konzumáciu erotických obsahov na internete, ale je možné ho využiť aj v širšom elektronickom prostredí. Troma hlavnými faktormi podporujúcimi používanie internetu sú podľa autora Access, Affordability a Anonymity. Access - prístupnosť poukazuje na to, aké jednoduché je pripojiť sa k internetu a nájsť počas krátkeho okamžiku množstvo hľadaného (erotického) materiálu, ktorý je denne aktualizovaný a dopĺňovaný, nehovoriac o súčasnosti, kedy sme na internet pripojení takmer neustále prostredníctvom smartfónov či tabletov. Významnú rolu hrá i to, že tento materiál je cenovo dostupný (Affordability) – poplatky sú malé alebo žiadne. Predovšetkým však môže používateľ tieto služby využívať anonymne (Anonymity), čo podporuje disinhibované správanie bez strachu z negatívnych dôsledkov. Druhým modelom je tzv. „ACE“ model, ktorého autorkou je K. Youngová.⁸ Tento model obsahuje dve rôzne vysvetlenia – inak vníma závislosť od kybersexu a inak závislosť od digitálnych hier, nakupovania či online aukcií.

ACE model vysvetľujúci závislosť na kybersexe zdôrazňuje anonymitu (Anonymity), druhým faktorom je pohodlnosť či jednoduchosť (Convenience) vyhľadávania sexuálnych obsahov na internete a súčasne v bezpečí vlastného domova, tretí faktor – Escape - upozorňuje na to, že surfovanie na internete môže predstavovať určitý únik od každodenných starostí alebo zlepšenie zlej nálady.

2 Metodológia prieskumu

Problematiku pertraktovanú v predchádzajúcom texte považujeme za mimoriadne aktuálnu a zaujímavú. Pri jej skúmaní sme sa rozhodli využiť v teoretickej časti hermeneutickú metódu a v empirickej časti kvantitatívnu výskumnú stratégiu, pretože jej výsledkom sú rôznorodé dáta. Základným nástrojom kvantitatívneho výskumu bol dotazník vlastnej konštrukcie, ktorý obsahoval 24 otázok rôzneho charakteru. Pri vyhodnotení a interpretácii výsledkov prieskumu boli použité metódy analýzy, syntézy, komparácie, generalizácia dát, ako i ďalšie myšlienkové operácie či grafické znázornenie výsledkov.

Výskum bol zameraný primárne na rodičov detí a teenagerov vo veku 9-15 rokov, ktorí zároveň tvorili aj objekt nášho skúmania. V prípade, že respondenti mali viac detí vo veku vyhovujúcom nášmu prieskumu, boli láskavo požiadaní o vyplnenie dotazníkov jednotlivo za každé dieťa. Keďže realizovaný výskum mal exploračný charakter (získovali sme vnímanie a postoj rodičov detí a teenagerov k problematike závislosti od internetu), neformulovali sme v tomto prípade hypotézy, ale na základe komparácie odbornej literatúry a doterajších výskumov pertraktovanej problematiky sme vychádzali z niekoľkých predpokladov. Pre účely tohto príspevku sú aktuálne nasledujúce štyri vybrané predpoklady:

- Predpokladáme, že deti všetkých respondentov sú aktívnymi používateľmi internetu.
- Predpokladáme, že väčšina respondentov nepovažuje svoje deti za závislé od internetu.
- Predpokladáme, že väčšina respondentov komunikuje so svojimi deťmi o rizikách kyberpriestoru a používania internetu.

⁷ COOPER, A. et al.: Sexuality in Cyberspace: Update for the 21st Century. In *CyberPsychology & Behavior*, 2000, roč. 3, č. 4. [online]. [2020-03-23]. Dostupné z databázy EBSCO.

⁸ YOUNG, K.: *Types of internet addiction*. [online]. [2020-03-23]. Dostupné na: <<http://netaddiction.com/net-compulsions>>.

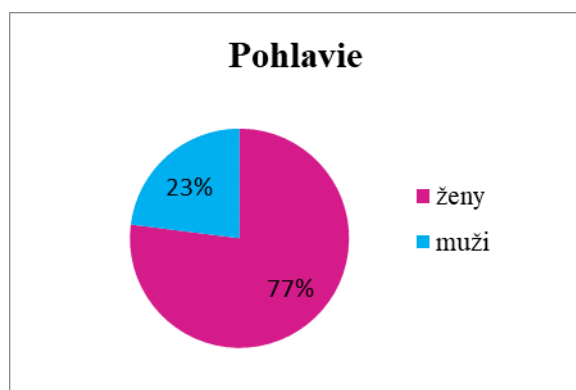
- Predpokladáme, že respondenti vnímajú za najväčšie riziko kyberpriestoru a používania internetu závislosť.

Všetky printové verzie dotazníkov a odpovede respondentov sme následne zdigitalizovali do elektronickej podoby. Elektronický dotazník bol vytvorený prostredníctvom služby Google, na základe ktorej sme mohli presnejšie a dôkladnejšie výsledky spracovať. Získané dáta sme testovali, analyzovali, vyhodnocovali a vyvodili z nich isté závery a stanoviská, ktoré predkladáme v nasledujúcej kapitole príspevku.

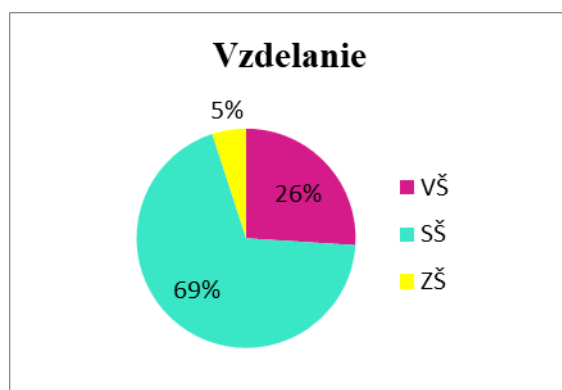
3 Interpretácia výsledkov prieskumu

Prvá časť dotazníka bola venovaná demografickým údajom respondentov. Prieskumu sa zúčastnilo 253 respondentov, príslušníkov oboch pohlaví. Niektoré dotazníky však neboli vrátené, kompletne vyplnené, resp. sa nedali z iných dôvodov použiť a zahrnúť do skúmanej vzorky. Vzhľadom k obmedzenému rozsahu interpretujeme len dáta z vybraných otázok a najzaujímavejšie výsledky prieskumu.

V nasledujúcich grafických prehľadoch uvádzame identifikačné údaje respondentov, ktorí sa zúčastnili prieskumu.



Graf č. 1 - Pohlavie respondentov.
Zdroj: Vlastné spracovanie.



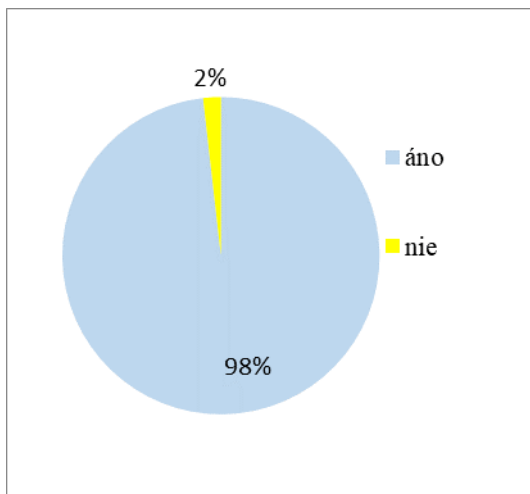
Graf č. 2 - Vzdelanie respondentov.
Zdroj: Vlastné spracovanie.



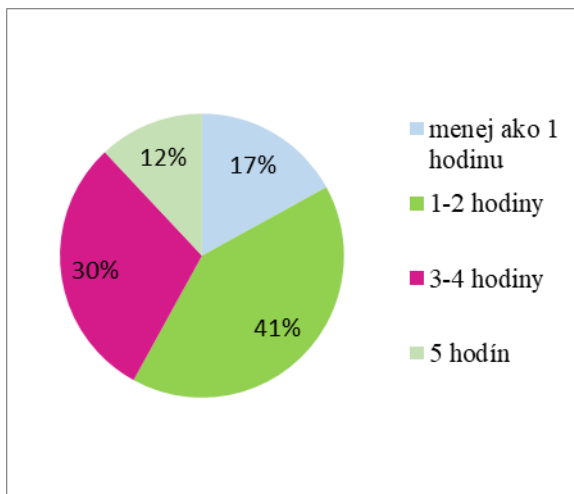
Graf č. 3 - Vek detí respondentov.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Okrem identifikačných údajov sme v úvode dotazníka zisťovali aj isté preferencie detí respondentov v kontexte dĺžky a spôsobu trávenia času v kyberpriestore. Môžeme skonštatovať, že viac ako 98 % detí respondentov využíva internet určitým spôsobom každý deň. Prekvapujúcim bolo zistenie, že 2% respondentov uviedli, že ich deti nie sú používateľmi internetu v žiadnej miere. Môže to súvisieť napr. so sociálno-ekonomickým, ale i technickým zabezpečením jednotlivých domácností, keďže 5% respondentov v prieskume dosiahlo len základné vzdelanie. Zároveň na základe tohto výsledku možno uviesť, že **predpoklad č. 1, že deti všetkých respondentov sú aktívnymi používateľmi internetu, sa nepotvrdil.**

Ďalej sme tiež zisťovali, koľko času trávia deti respondentov online denne. Najviac respondentov (41 %) uviedlo, že ich deti trávia jednu až dve hodiny denne v kyberpriestore. Takmer tretina opýtaných (30 %) odpovedala, že ich deti sú online denne približne tri až štyri hodiny. Menej ako jednu hodinu denne online trávi 17 % detí respondentov. Päť a viac hodín denne online prežíva 12 % detí všetkých opýtaných, čo považujeme za naozaj dlhý a nevhodne strávený čas. Tieto výsledky považujeme za vysoko alarmujúce, nakoľko viacerí odborníci poukazujú na to, že byť online viac než tri hodiny denne môže mať na deti a mladistvých výrazne negatívny, až patologický vplyv.

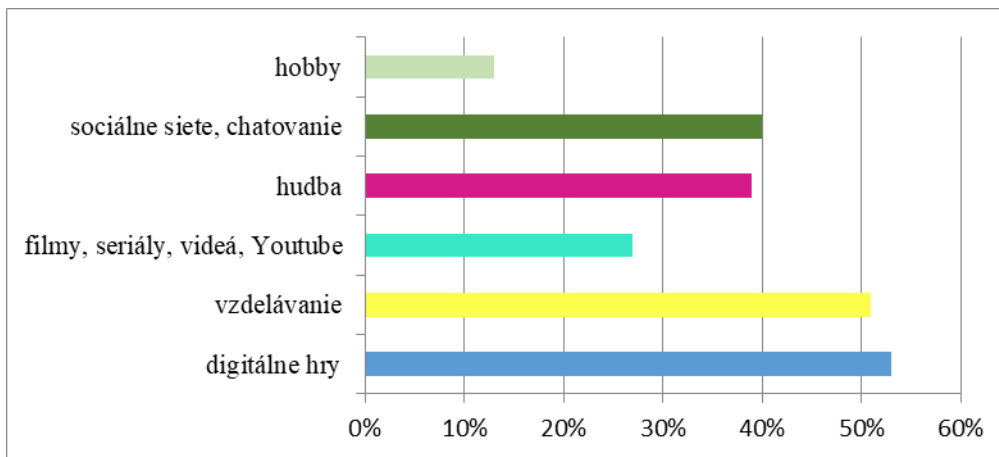


Graf č. 4 - Používanie internetu deťmi.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

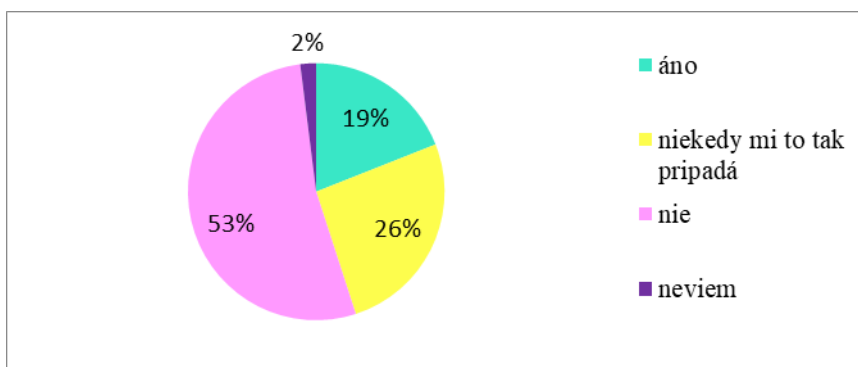


Graf č. 5 - Čas detí trávený online denne.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

V ďalšej otázke nás zaujímalo, akým konkrétnym spôsobom deti respondentov trávia čas na internete. V tejto otázke mali respondenti možnosť označiť viacero odpovedí, s ktorými sa stotožňujú. Odpovede priniesli pestrý diapazón aktivít, pričom najviac sa respondenti priklonili k možnosti hrania digitálnych hier, túto možnosť uviedlo 53 % opýtaných. Takmer polovica skúmanej vzorky tiež uviedla, že ich deti internet využívajú aj na plnenie domácich úloh, zadaní do školy a iné vzdelávacie účely. Populárnym je u detí respondentov i chatovanie, komunikácia a sledovanie sociálnych sietí, ktorú uviedlo 40 % opýtaných. Nemenej využívaním je aj pozeranie filmov, seriálov, či sledovanie Youtube-rov a ich videoobsahu. Približne 13 % rodičov tiež uviedlo, že ich deti internet využívajú aj na rozvíjanie vlastného hobby (napr. kreslenie, záujem o zvieratá a podobne). Výsledky prieskumu korešpondujú zo všeobecne populárnym trávením času online u detí a mladistvých a neboli prekvapením.



Graf č. 6 - Spôsob trávenia času online.
Zdroj: Vlastné spracovanie.



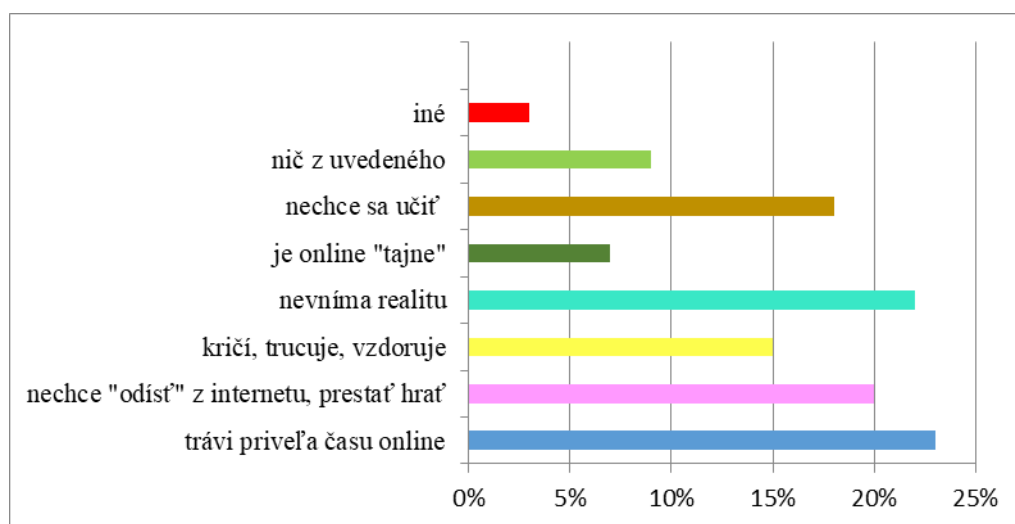
Graf č. 7 - Závislosť detí od internetu.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Otázka č. 7 je priamo spojená s druhým predpokladom nášho prieskumu. Pýtali sme sa, či si respondenti myslia, že sú ich deti od internetu závislé a ako túto problematiku vnímajú. Odpovede boli veľmi zaujímavé. Väčšina respondentov (53 %) uviedla, že ich deti závislé nie sú. Avšak až 46 % opýtaných odpovedalo, že čiastočne alebo úplne považujú svoje deti za závislé od internetu. Tento výsledok považujeme za dôležitý, pretože poukazuje na význam informovania verejnosti o rizikách kyberpriestoru a internetu, pričom závislosť je nepochybne jedným z nich. Na základe týchto dát možno skonštatovať, že **druhý predpoklad, že väčšina respondentov nevníma svoje deti ako závislé od internetu, sa potvrdil.** Nemožno však hovoriť o masívnej väčšine, resp. prevahe respondentov, ale skôr o tesnom rozdielnom pohľade opýtaných na otázku internetovej závislosti ich detí.

V tomto kontexte považujeme za zaujímavé uviesť aj výsledky otázky č. 9, v ktorej sme sa respondentov pýtali, či pozorujú na svojich deťoch niektoré z uvedených foriem správania, ktoré možno vo všeobecnosti označiť za príznaky závislosti. Pri tejto otázke mali respondenti možnosť označiť viacero odpovedí. Najviac sa respondenti priklonili k odpovedi, že ich deti trávia online a na internete až priveľa času (23 %). Veľmi časté boli tiež odpovede súvisiace so situáciou, kedy dieťa nevníma realitu, neodpovedá na otázky, pokiaľ je online (22 %) a tiež aj správanie, kedy dieťa nechce „opustiť“ kyberpriestor, nechce prestať hrať digitálne hry či ukončiť iné online aktivity (20 %). Približne 18 % opýtaných uviedlo, že deťom sa nechce učiť a radšej preferujú tráviť čas vyhradený na vzdelávanie zábavou a chatovaním na internete. Zaujímavý je aj výsledok, ktorý hovorí, že približne 15 % detí respondentov sa správa vzdorovito, tručuje, kričí, dokonca prejavuje mierne známky agresie v prípade, že mu rodič chce obmedziť prístup k internetu alebo ukončiť jeho „pobyt“ v kyberpriestore. Tento znak považujeme za typický prejav adiktívneho správania. Možno

ho paralelne reflektovať ako istú formu tzv. *cravingu*, kedy závislý jedinec „baží“ a má neovládateľnú túžbu po svojej droge – v látkovej či nelátkovej podobe. Najdôležitejším kritériom závislosti je najmä neschopnosť kontroly vlastného správania. Práve craving je tým aspektom, na základe ktorého je možné prvotne spozorovať akúkoľvek formu závislosti.

Niektorí respondenti (7 %) tiež uviedli, že ich deti sú online aj „tajne“ v prípade, ak majú zakázané používať internet a digitálne médiá, mysliac si, že o tom rodičia nevedia. Za zaujímavé považujeme aj odpovede uvedené pri možnosti Iné, v ktorej respondenti napr. uviedli, že dieťa nič z reálneho sveta nebaví, nemá záujem o fungovanie v realite; nechce chodiť von, do prírody ani na prechádzky; prípadne nemá záujem o tréningovanie v športe. Približne 9 % opýtaných uviedlo, že u svojich detí neevidujú žiadne z uvedených foriem správania. Tento výsledok je pre náš prieskum veľmi podnetný, nakoľko v predchádzajúcej otázke 53 % rodičov uviedlo, že nepovažuje svoje deti za závislé od internetu. Odpovede otázku č. 9, ktorí rieši správanie detí však ukazujú, že len 9 % respondentov v praxi neeviduje žiaden z uvedených príznakov závislosti. Je možné vysvetliť to najmä tým, že mnoho rodičov si nechce priznať, že ich dieťa by mohlo byť závislé, resp. aj oni sami často podliehajú nadmernému využívaniu internetu a digitálnych technológií.



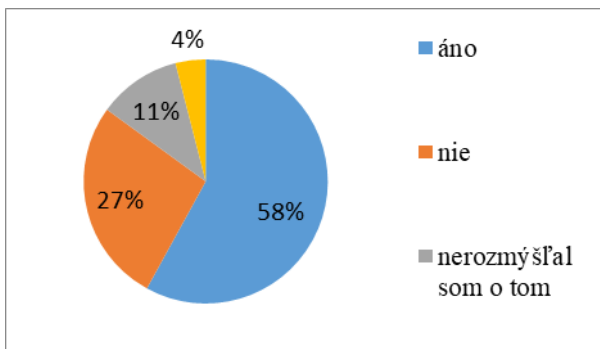
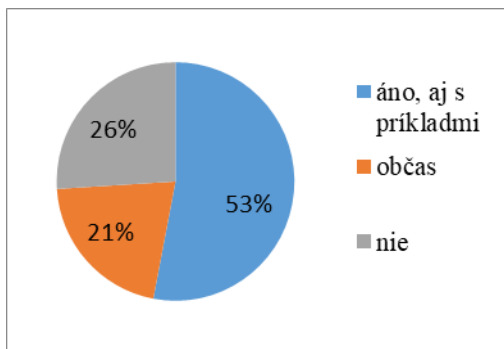
Graf č. 8 - Prejavy závislostného správania u detí respondentov.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Grafy č. 9 a 10 interpretujú výsledky z otázky č. 14 a 16, v ktorej sme sa respondentov pýtali, ako vnímajú online prostredie a či so svojimi deťmi komunikujú o potenciálnych rizikách, ktoré so sebou kyberpriestor, internet a digitálne technológie nesú. Výsledky prieskumu boli veľmi podnetné. Väčšina opýtaných (53 %) uviedla, že s deťmi pravidelne o rizikách internetu a kyberpriestoru hovorí, pričom sa snaží využívať aj relevantné príklady problémov a ich možné riešenia, 21 % respondentov takýto rozhovor absolvuje „občas“. Približne štvrtina skúmanej vzorky však odpovedala v tejto súvislosti negatívne – so svojimi deťmi o rizikových aspektoch nekomunikujú. Na základe vyššie uvedeného možno zhrnúť, že **predpoklad č. 3, že väčšina respondentov komunikuje so svojimi deťmi o rizikách kyberpriestoru a používania internetu, sa potvrdil.**

Vzhľadom k dátam získaným v otázke č. 14 možno skonštatovať, že sme dosiahli v prieskume veľmi podobné a zhodné výsledky aj v rámci otázky č. 16, v ktorej nás zaujímalo, či respondenti považujú internet a online priestor za nebezpečné prostredie. Väčšina opýtaných (58 %) vníma internet za nebezpečné miesto, takmer tretina (30 %) si myslí, že internetové prostredie je bezpečné. Približne 15 % opýtaných sa o tieto témy nezaujíma a nevie zaujať relevantné stanovisko. Tieto výsledky priamo a presne reflektujú postoj respondentov k internetovému prostrediu

a kyberpriestoru, pričom zodpovedajú aj správanie respondentov v kontexte poučenia detí o kyberbezpečnosti a možných rizikách, ktoré sa s týmto prostredím a médiom internetu spájajú.



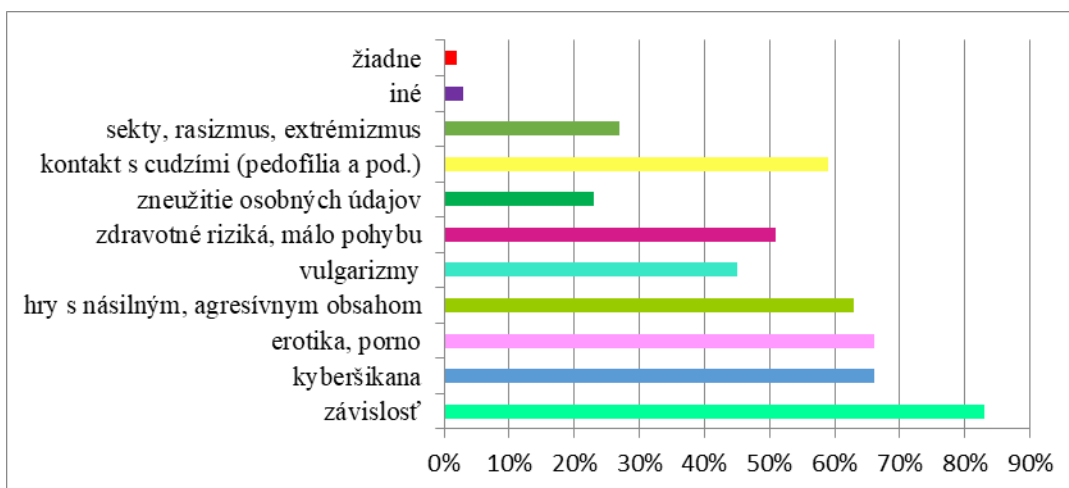
Graf č. 9 - Komunikácia o rizikách internetu.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Graf č. 10 - Kyberpriestor ako nebezpečné prostredie.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

V prieskume sme tiež zamerali pozornosť na názor respondentov v súvislosti s konkrétnymi rizikovými faktormi, ktorým môžu byť ich deti vystavené v súvislosti s používaním internetu a digitálnych technológií. V tejto otázke mali respondenti možnosť označiť viacero odpovedí. Výsledky sú významné, pretože najviac opýtaných – 83 % uviedlo, že za najväčšie riziko vnímajú samotnú závislosť od internetu. Za ďalšie veľké riziká respondenti vnímajú kyberšikanu (66 %), erotický obsah a pornografiu (66 %), ako i hry s násilným a agresívnym obsahom (63%) a kontakt s cudzími ľuďmi pod hrozbou pedofílie a podobne. Polovica opýtaných sa prikláňa k zdravotným rizikám, 45 % rodičov za rizikový považuje prílišný kontakt s vulgarizmami v online komunikácii. Približne tretina skúmanej vzorky za rizikový faktor internetu a kyberpriestoru vníma skutočnosť, že poskytuje priestor aj pre rôzne sekty, šírenie rasizmu a extrémizmu, ako i zneužitie osobných údajov. Za zaujímavý a podnetný považujeme aj komentár, ktorý nechal jeden respondent, kde okrem vyššie uvedených uviedol za nebezpečné aj manipuláciu, stratu a oslabenie schopnosti komunikovať, ako i možnosť multiplikovať svoje identity a tým oslabovať vlastnú osobnosť. Na základe výsledkov prieskumu preto možno skonštatovať, že **predpoklad č 4, že respondenti vnímajú za najväčšie riziko kyberpriestoru a používania internetu závislosť, sa potvrdil.**



Graf č. 11 - Riziká kyberpriestoru a internetu.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Záver

S expanziou internetu, sociálnych sietí, digitálnych médií a informačno-komunikačných technológií sa vynárajú otázky súvisiace s určovaním hraníc zdravého, normálneho a patologického používania týchto médií. Paralelne so vzostupom počtu online používateľov sa objavuje stále viac a viac prípadov, kedy príliš mnoho času trávenom na internete spôsobilo jedincom závažné problémy v ich živote. Napriek tomu, že štúdium závislosti od internetu má dlhodobú históriu a existuje množstvo odbornej literatúry a článkov zaoberajúcich sa najrôznejším aspektom internetu, vo viacerých ohľadoch je to stále neprebádané územie. Dôležitá je i skutočnosť, že k zmenám dochádza aj v rámci samotného internetového média, jeho používateľov a ich preferencií. Je to dynamický vzťah, ktorý sa neustále vyvíja. Tým sa mení aj spôsob nazerania na internet, na vzťah medzi človekom a internetovou sieťou i možnosťou prístupu k tomuto problému a jeho riešeniam.

Keďže k najrizikovejším skupinám ohrozeným závislosťou patria najmä deti a mladiství, spoločenským cieľom by v každom prípade mala byť prevencia a snaha deti pripraviť tak, aby boli v používaní informačných technológií a internetu zodpovední sami za seba a aby dokázali tvorivo a najmä kriticky vnímať, spracovávať a selektovať nielen audiovizuálne obsahy, ale i všetok obsah, ktorý kyberpriestor ponúka. Za základnú prevenčnú jednotku možno považovať rodinu, preto apelujeme najmä na rodičov a ich mediálnu, digitálnu gramotnosť a autoedukáciu v tejto oblasti, nakoľko výsledky prieskumu ukazujú, že stále existujú rodičia, ktorí so svojimi deťmi o rizikových aspektoch internetu nekomunikujú, priam ich ani sami nevnímajú. Internet a digitálne médiá sú skvelým pomocníkom, radcom a inšpiráciou, ale len v prípade, že ich vieme ovládať dostatočne a pristupujeme k nim samým, ako i k ich používaniu kriticky. Dôležité je tiež v rámci školskej roviny prevencie digitálnej závislosti a iných rizík kyberpriestoru venovať pozornosť týmto otázkam napríklad na hodinách mediálnej výchovy, ako i šíriť osvetu a realizovať podobné výskumy v kontexte celospoločenského záujmu.

Literatúra a zdroje:

- BENKOVIČ, J.: Niektoré klady a zápory virtuálneho sveta počítačových hier a internetu, In *Sociálna prevencia*, 2014, roč. 9, č. 1, str. 12-13. ISSN 1336-9679. [online]. [2020-03-23]. Dostupné na: <<http://www.nocka.sk/uploads/62/68/6268faf28878e2190778ef031de0f09f/sp-1-2014-web.pdf>>.
- COOPER, A. et al.: Sexuality in Cyberspace: Update for the 21st Century. In *CyberPsychology & Behavior*, 2000, roč. 3, č. 4. ISSN 1557-8364. [online]. [2020-03-23]. Dostupné z databázy EBSCO.
- FISCHER, S., ŠKODA, J.: *Sociální patologie. Závažné sociálně patologické jevy, příčiny, prevence, možnosti řešení*. Praha : Grada, 2014.
- GREENFIELD, D.: *Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems*. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <https://virtual-addiction.com/wp-content/pdf/nature_internet_addiction.pdf>.
- CHAK, K., LEUNG, L.: Shyness and Locus of Control as Predictors of Internet Addiction and Internet Use. In *CyberPsychology & Behavior*, 2004, roč. 7, č. 5. ISSN 1557-8364. [online]. [2020-04-03]. Dostupné z databázy EBSCO.
- VONDRÁČKOVÁ, P., VACEK, J.: Závislostné správanie na internete. In *Sociálna prevencia - Prevencia nelátkových návykových chorôb*, 2009, č. 2, s. 4 – 7. ISSN 1336-9679.
- YOUNG, K.: *Types of internet addiction*. [online]. [2020-03-23]. Dostupné na: <<http://netaddiction.com/net-compulsions/>>.

Kontaktné údaje:

PhDr. Vladimíra Hladíková, PhD.
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
vladimira.hladikova@ucm.sk

FENOMÉN TVORIVOSTI A NOVOSTI V MÉDIU FOTOGRAFIE

The phenomenon of creativity and novelty in the medium of photography

Eva Jonisová

Abstrakt

Príspevok sa zaoberá pojmom tvorivosti, jeho definíciami a presahom do umenia, zvlášť v kontexte média fotografie. Autorka definuje určité úrovne tvorivosti a na konkrétnych príkladoch poukazuje na originalitu vo fotografii prostredníctvom žánru portrét, ktorý sa od najnižšieho tvorivého stupňa, teda napodobňovania maliarskeho remesla, dostáva cez najrozmanitejšie postmoderné prístupy až k súčasnému portrétu, zaoberajúcemu sa identitou jednotlivca či poukazujúcemu na súčasnú spoločnosť a medziľudské vzťahy. Hlavným cieľom je prostredníctvom analýzy a komparácie reflektovať súčasný stav tvorivosti vo fotografii.

Kľúčové slová:

Fotografia. Novosť. Originalita. Postmoderný portrét. Tvorivosť.

Abstract

The article deals with the concept of creativity, its definitions and overlap with art, especially in the context of the medium of photography. The author defines certain levels of creativity and in specific examples he points to the originality in photography through the genre portrait, which from the lowest creative level, i.e. imitation of the painting, through a variety of postmodern approaches to contemporary portrait, dealing with the identity of the individual or pointing to contemporary society and interpersonal relationships. The main aim is to reflect the current state of creativity in photography through analysis and comparison.

Keywords:

Creativity. Novelty. Originality. Photograph. Postmodern portrait.

Úvod

Pojmu tvorivosť sa venuje nemálo autorov vo svojich publikáciách naprieč širokým spektrom odvetví, no i tak je zložitá vymedziť jeho jednotnú a univerzálnu definíciu. Niečo nové, neobvyklé, priekopnícke, niečo, čo tu ešte nebolo; napriek tomu sme však mnohokrát vystavovaní tvrdeniu, že všetko tu už bolo. Všetko bolo vymyslené, všetko bolo namalované, napísané, všetko bolo aj odфотографované a ako povedal Terentius, všetko už bolo povedané. V čom spočíva novosť, originalita v umení? Kde sú medze tvorivosti, čo nové sme schopní vymyslieť a akým smerom sa uberajú naše myšlienky a kroky pri tvorení niečoho pokrokového? Čím je to podmienené?

V našej práci sa zaoberáme primárne pojmom tvorivosť v kontexte umenia, predovšetkým v médiu fotografie. Nemožno poprieť tvrdenie, že v istých časoch bolo napríklad odфотографovanie nahého tela niečím tvorivým, novým (ba až senzáciou) za hranicou slušnosti, bolo nositeľom erotických až pornografických konotácií, zároveň však môžeme badať posun v mysliach percipientov i kritikov umenia. Dokáže byť fotografia aktu v súčasnosti niečím novým? Načo vznikajú stále nové

fotografie – trebárs ženského tela? Čo nové prinášajú? Aký zmysel má umenie, keď tu už, hyperbolicky povedané, všetko bolo? Odpoveď sa pokúsime nájsť na nasledujúcich stranách.

1 Teoretické východiská

Tak často pertraktovaný pojem má mnoho definícií, preto považujeme za dôležité venovať mu hneď v úvode náležitú pozornosť. Zároveň podotýkame, že tak ako vo väčšine dostupnej literatúry, aj v našej štúdii považujeme termíny tvorivosť a kreativita za synonymá.

1.1 Čo je tvorivosť

Snáď úplne najbanálnejšie a najstručnejšie to vyjadril sovietsky autor A. Moľakov, ktorého cituje v knihe *Tvorivosť – piata dimenzia* dvojica autorov. Vymedzuje ju ako činnosť človeka, ktorej výsledkom je niečo nové, čo do tých čias nebolo známe.¹

M. Zelina a E. Jaššová tvrdia: „*Tvorivosť je vrcholová stanica, ku ktorej sa dvíha ľudský duch. Tvorivosť je vrcholom sebarealizácie a sebaaktualizácie. Tvorivosť spoločensky užitočná nie je len sebarealizáciou človeka, ale je zároveň najvyšším stupňom užitočnosti pre človeka a spoločnosť.*“² Ich pomerne kvetnatý opis možno vyjadriť aj odbornejšie. Jednou z najkomplexnejších definícií tvorivosti je v našich končinách tá od J. Hlavsu: „*Tvorivosť je štruktúra špeciálnych dynamických vlastností subjektu, uskutočňujúca syntézou určitých vonkajších podmienok a vnútorných stavov vlastné alternácie, ktoré vyvolávajú proces vedúci prostredníctvom intenzívnych činností k stanoveniu kreatívnych situácií a vzniku produktov, ktoré sú jedinečné, nové, pokrokové, hodnotné a komunikateľné, a ktoré spätne a trvalejšie formujú vlastnosti subjektu, zvlášť jeho tvorivú skúsenosť a potenciál.*“³

Isteže, o tvorivosti sa dá premýšľať aj v takpovediac vznešenejších, filozofických intenciách. Práve filozofi sa týmto termínom zaoberajú z rôznych uhlov pohľadu, v rôznych súvislostiach. Neopomeňme napríklad Miroslava Holuba, českého lekára a zároveň spisovateľa a básnika. Píše, že pri slove tvorivosť sa treba tváriť úplne dôstojne, ba posvätné, pritom však skromne, akoby sa nás to netýkalo. Podľa neho si zároveň takmer každý príslušník tzv. tvorivých povolání myslí, že sa ho tvorivosť veľmi týka, a rozmerom svojej skromnosti dáva rafinovane najavo domnelý rozmer svojej božskej iskry.⁴ Nesporne veľmi zaujímavá je aj Popovňáková zbierka citátov o tvorivosti. Z množstva výrokov známych vyberáme napríklad J. P. Guilforda: „*Ani jeden fenomén alebo predmet sa neignoroval a zároveň neskúmal tak dlho, ako tvorivosť.*“⁵ G. A. Davydovová zase tvrdí: „*Tvorivosť je živé zrno, ktoré vyrástlo na spoločnom poli. Tvorivosť znamená pôsobenie človeka na svet. Len potvrdzovať nové, to ešte nie je tvorivosť.*“⁶ Exkurz do výrokov slávnych ukončí Z. Pietrasinski: „*Hlavná zásada tvorivosti spočíva v zdokonaľovaní nových asociácií, v kreovaní nových konfigurácií prvkov individuálnej a kolektívnej skúsenosti.*“⁷

Tvorivosť ako taká bola už oddávna predmetom skúmania umenia a filozofie – napokon, väčšine z nás aj dnes v prvom momente napadne asociácia s umením. No predmetom výskumov a vedeckého záujmu psychológie sa tvorivosť stala len pomerne nedávno, v 50. rokoch 20. storočia.

¹ ZELINA, M., JAŠŠOVÁ, E.: *Tvorivosť – piata dimenzia*. Bratislava : Smena, 1984, s. 17.

² Tamtiež, s. 11.

³ HLAVSA, J.: *Psychologické problémy výchovy k tvorivosti*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1981, s. 16.

⁴ HOLUB, M.: *Maxwellův démon čili O tvorivosti*. Praha : Československý spisovatel, 1988, s. 9.

⁵ POPOVŇÁK, J.: *Tvorivosť – schopnosť ľudská*. Bratislava : IRIS, 2007, s. 40.

⁶ Tamtiež, s. 43

⁷ Tamtiež, s. 47.

E. Szobiová píše, že do tejto oblasti novší pojem kreativita uviedol americký psychológ J. P. Guilford (mimochodom, vyššie sme ho citovali). Práve vďaka nemu sa začal systematický výskum tvorivosti vedeckými prostriedkami.⁸

1.2 Úrovnne tvorivosti

Kedy sme tvoriví? Máme vôbec schopnosti, talent či kapacitu mozgu na to, aby sme zakaždým vymysleli niečo nové? Na čo sa vzťahuje „novosť“?

M. Zelina a E. Jaššová vymedzili 3 úrovne tvorivosti podľa toho, v rámci akého referenčného súboru možno povedať, že ide o novú myšlienku:

- novosť nápadov či riešení na celú ľudskú populáciu,
- produkt tvorivého procesu sa porovnáva s určitými skupinami (firma, školská trieda...),
- kritériom novosti je sám človek.

V prvom prípade ide podľa nich o najvyššiu úroveň tvorivosti (produkt/postup/myšlienka atď. je nová pre celé ľudstvo), v poslednom zase o najnižšiu (produkt/postup/myšlienka/riešenie atď. nie je nové vzhľadom na celú našu populáciu či určitú skupinu, ako napr. v rámci školy, kraja či mesta, ale len vzhľadom na človeka samotného).⁹

E. Szobiová hovorí o dichotomickom delení, pričom sa odvoláva napríklad aj na Steina. Vymedzuje dve úrovne tvorivosti:

- malá (produkty obyčajných ľudí – nápadité výtvary, kresby, básne atď.),
- veľká (objav teórie relativity, práce Michelangela, Shakespeara atď. – výtvary, ktoré sa vyznačujú veľkosťou, majestátnosťou, zásadným vplyvom na celú spoločnosť).¹⁰

Podľa M. Mikulášťika je však úrovní kreativity oveľa viac. Mendelová a Zaušková odkazujú¹¹ na jeho knihu *Tvorivosť a inovace v práci manažéra*, pričom rozlišuje tieto:

- expresívna, intuitívna, fantazijná, výrazová (ide o základnú a spontánnu tvorivosť),
- heuristická (riešenie problémov),
- technicky orientovaná (konštrukčná činnosť),
- produktívna činnosť (remeselná činnosť – oblasť obliekania, zdobenia atď.),
- invenčná (vytváranie niečoho nového zo starého a známeho – napr. rôzne zlepšovacie návrhy),
- reprodukčná (interpretácia diela niekoho iného),
- emergenčná (spojením nižších prvkov do nových súvislostí vzniká vyššia forma, dosahujú ju tvorcovia umeleckých diel, objavitelia, vynálezcovia atď.).¹²

Pri rôznych autoroch teda môžeme badať určité podobnosti. Napríklad definícia emergenčnej kreativity u Mikulášťika sa zhoduje so Szobiovej veľkou kreativitou (tvorivosťou). Obe sa približujú prvej úrovni u Zelinu a Jaššovej, teda tvorivosti, ktorá má význam pre celú ľudskú populáciu.

⁸ SZOBIOVÁ, E.: *Tvorivosť – poznávanie tajomstiev*. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2016, s. 16.

⁹ ZELINA, M., JAŠŠOVÁ, E.: *Tvorivosť – piata dimenzia*. Bratislava : Smena, 1984, s. 17.

¹⁰ SZOBIOVÁ, E.: *Tvorivosť – poznávanie tajomstiev*. Plzeň : Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2016, s. 18.

¹¹ MENDELOVÁ, D., ZAUŠKOVÁ, A.: *Inovácie v slovenskej reklame*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, 2015, s. 21.

¹² MIKULÁŠŤIK, M.: *Tvorivosť a inovace v práci manažéra*. Praha : Grada Publishing, 2010, s. 31.

2 Tvorivosť vo fotografii

V súvislosti s médiom fotografie môžeme na tvorivosť nazerať z rôznych hľadísk. Prejavuje sa v technologickom pokroku, v rôznorodosti tém, v možnostiach postprodukcie a podobne. Každá generácia má síce slávnych fotografov, no niektorí vytŕčajú z radu a mali zásadný vplyv na vývoj tohto média – boli v určitom smere tvoriví. V čom spočíva ich význam?

2.1 Tvorivosť súvisiaca s technologickým pokrokom

Ako sme už spomenuli v prvej kapitole, jednou z úrovní tvorivosti je aj tá, ktorá je príznačná pre vynálezcov a objaviteľov. To je tá najvyššia, najviac oceňovaná. Podľa M. Mikulášťka ide o emergenčnú tvorivosť, podľa E. Szobiovej o veľkú. Atribútom takejto tvorivosti je jej zásadný vplyv pre celú spoločnosť. V súvislosti s vynálezom fotografie môžeme spomenúť mená ako Joseph Nicéphore Niépce, Louis Daguerre či William Fox Talbot. Prvý experimentoval s kamerou obscurou, chloridom strieborným, živicom, levanduľovým olejom a cínovou doštičkou, druhý s jodidom strieborným, parami ortuti a napokon chloridom sodným, tretí zase vyvinul princíp negatívu a pozitívu.¹³

Zatiaľ čo v prvopočiatoch trvalo zostrojenie jedinej fotografie aj 8 hodín, dnes stačí tisícina sekundy. Technický pokrok je nezastaviteľný. Nie tak dávno si fotografi najskôr na papier načrtli skice, čo a ako by chceli odfotografovať (12-, 24- alebo 36-obrázkový film sa zaslúžil o to, že človek si najprv veľmi dobre premyslel, na aké zábery ho „obetuje“). Dnes sa cvaká ostošesť – jedinou nevyhnutnosťou je zásoba pamäťových kariet s dostatočnou kapacitou. Prvé (použiteľné) digitálne fotoaparáty, ktoré sa objavili v 90. rokoch 20. storočia, predstavovali opäť veľký zlom. Človek už zrazu nebol nútený vyvolávať celý film, odfotografovaný záber si mohol ihneď prezrieť na displeji, mohol ho vymazať či odfotografovať ešte lepšie. Keďže sa však tvorivosti medze nekladú, pokrok išiel ďalej, z APS-C snímačov sa prešlo na plnoformátové (full frame) a v súčasnosti zažívajú boom bezzrkadlovky.¹⁴ Ďalším príkladom je rýchlosť prenosu, pričom je dnes už bežné, že z fotoaparátu sa dajú cez WiFi poslať fotografie do smartfónu či na e-mail. Prakticky sme túto schopnosť využili napr. počas Týždňa vedy a techniky, kedy sme na webovej stránke FMK prinášali informácie „minútu po minúte“, pričom sme spolupracovali s fotografom a v aktuálnom čase sme boli schopní pridať aj fotografiu z miesta deja.¹⁵

Ďalším nemenej dôležitým aspektom tvorivosti v súvislosti s technologickým pokrokom je práca vo Photoshope a nekonečné možnosti, ako možno do obrazu zakomponovať autorove predstavy. Teda už ani zďaleka neplatí, že fotografia je odrazom skutočnosti (pri dokumente, samozrejme, táto vlastnosť dominuje); je odrazom autorových intencií a jeho fantázie.

a. Tvorivosť súvisiaca s určitým žánrom

Kreativita ľudí je skutočne obdivuhodným fenoménom. Pri vzniku fotografie sa hovorilo, že preberie úlohu maliarstva, a to následne zanikne. So vznikom filmu si mnohí azda mysleli, že sa skončí epocha fotografie, že dynamické obrazy vytlačia tie statické. Do popredia sa dostávajú aj otázky ohľadom budúcnosti papierových novín či tlačených kníh.

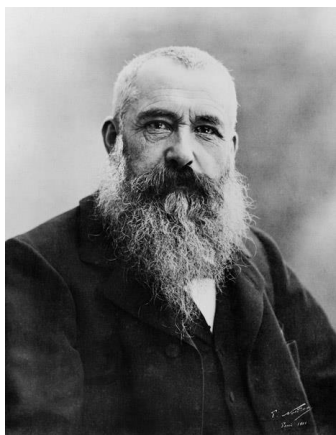
¹³ HLAVÁČ, L.: *Dejiny fotografie*. Martin : Osveta, 1987, s. 26.

¹⁴ ŠEVELOVÁ, I.: *Historie fotoaparátu*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.digimanie.cz/historie-fotoaparatu/1773>>.

¹⁵ *Sledujte s nami Týždeň vedy a techniky. Nenechajte si ujsť tie najpodnetnejšie myšlienky*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://fmk.sk/sledujte-s-nami-tyzden-vedy-a-techniky-nenechajte-si-ujst-tie-najpodnetnejšie-myslienky/>>.

V kontexte fotografie môžeme tvorivosť demonštrovať na príklade portrétu. Prvé portrétné fotografie akoby len prebrali úlohu maliarskeho remesla – model však už nemusel hodiny sedieť, kým ho umelec namaľoval, ale stačilo (v prvopočiatoch) len niekoľko minút (neskôr už len niekoľko sekúnd). Môžeme teda povedať, že prvé fotografické portréty neboli príliš tvorivé. Možno to označiť za stupeň invenčnej kreativity (podľa Mikulášťa), kam spadajú rôzne zlepšovacie návrhy, teda zo starého (maliarsky portrét) vzniká niečo nové (fotografický portrét). Medzi predstaviteľov takéhoto tzv. portrétu patrili napríklad Nadar, Disdéri či Sander.

Za zmienku však stoja fotografi ako Richard Avedon či Diane Arbusová, ktorí posunuli hranice tzv. klasického portrétu (i keď sa stále zaraďujú medzi jeho predstaviteľov). Nepracovali len „v službách“ ľudí, ktorí túžili po pekných, akoby namaľovaných portrétoch (i keď treba podotknúť, že mali, samozrejme, aj takúto skúsenosť; pracovali pre módne magazíny ako Harper’s Bazaar či Vogue). Avedon často fotografoval ľudí takým spôsobom, že ich určitým spôsobom zaskočil, dostal do prekvapivej situácie a zachytával ich reakcie. Arbusová bola revolucionárkou v tom, že „povýšila“ ľudí na okraji spoločnosti, fotografovala trpaslíkov, transvestitov či duševne chorých.¹⁶ Tvorivosť v tomto smere je priam do očí bijúca – dovedy to totiž bolo nepredstaviteľné a pred objektív patrili zásadne pekní ľudia.



Obrázok č. 1 - Nadar – portrét Claude Moneta.

Zdroj: *Portrait of Claude Monet, 1901*. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <<https://www.meisterdrucke.u k/fine-art-prints/Nadar/61515/Portrait-of-Claude-Monet,-1901-.html>>.



Obrázok č. 2 - Richard Avedon – Včelár.

Zdroj: *Richard Avedon’s famous beekeeper portrait – The story behind*. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <<https://publicdelivery.org/ric hard-avedon-beekeeper/>>.



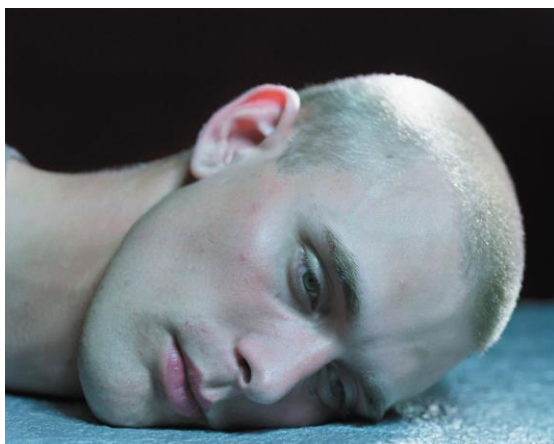
Obrázok č. 3 - Diane Arbus - Dievča v kúpacej čiapke (1970).

Zdroj: *Diane Arbus: Untitled – Girl in Swimming Cap (11)*. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <<https://www.artsy.net/artwork/diane-arbus-untitled-girl-in-swimming-cap-11>>.

Veľkú zmenu však predstavuje náprotivok klasického portrétu: portrét postmoderný. Séria portrétov vojakov, ktorí sa vrátili z Afganistanu či Iraku, je ukážkou toho, ako Suzanne Opton opäť posunula hranice portrétovania. Hlavy položené na zemi s prázdnyim pohľadom vyvolávajú dojem, že ani nejde o ľudí, ale skôr sochy bez duše. Portrét nadobúda nové významy, už to nie je len prvoplánové nasnímanie usmiatej tváre, treba za ním hľadať niečo viac. Taktiež možno poukázať aj na fotografku Carrie Levy, ktorej modely majú pri portrétovaní otočené hlavy (a pritom tvár je základom portrétu).¹⁷

¹⁶ JONISOVÁ, E.: *Portrét – mediálna identita človeka*. [Diplomová práca]. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2018, s. 38 – 41.

¹⁷ Tamtiež.



Obrázok č. 4 - Suzanne Opton – z cyklu Soldier.
Zdroj: *Soldier*. [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://www.lensculture.com/articles/suzanne-opton-soldier>>.



Obrázok č. 5 - Carrie Levy – z cyklu Untitled.
Zdroj: *Untitled by Carrie Levy*. [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://curiator.com/art/carrie-levy/0>>.

Zaujímavý prístup k portréту mala napríklad aj Cindy Sherman, pričom svojimi autoportrétmi ponúka kritiku rodov a identity. Vytvárala ikonické snímky, znázorňujúce rôzne koncepty verejnej celebrity, sebavedomia, ale aj sexuálneho dobrodružstva, zábavy či sociálne sankcionovaných, existenčných podmienok. Jej portréty predstavujú kliše, ktoré sú hlboko zakorenené v kultúrnej predstavivosti.¹⁸ Napokon, môžeme spomenúť aj francúzsku umelkyňu Orlan, ktorá reaguje na tzv. mýtus krásy. Spoločnosťou akceptovaná, ba dokonca nutná a žiadaná fyzická krása, viditeľná na dokonalých krivkách, bezproblémovej pleti, upravených nechtoch a podobne, je jej motívom naprieč celou tvorbou. V snahe vystihnúť tú bájnu krásu pracuje so svojim vlastným telom, podstupuje plastické operácie – dala si spraviť napríklad čelo Mony Lisy či bradu Botticelliho Venuše.¹⁹

¹⁸ *Cindy Sherman*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.theartstory.org/artist/sherman-cindy/>>.

¹⁹ DORIČOVÁ, D.: *Dobrovoľným zohavením proti vynútenej kráse*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://hnonline.sk/expert/75544-dobrovolnym-zohavenim-proti-vynutenej-krase>>.



Obrázok č. 6 - Cindy Sherman (1).

Zdroj: *Cindy Sherman*. [online]. [2020-03-27].
Dostupné na:
<https://www.dagospia.com/mediagallery/Dago_fotogallery-206198/584347.htm>.



Obrázok č. 7- Cindy Sherman (2).

Zdroj: ALLSOP, L.: *Lessons We Can Learn From Cindy Sherman*. [online]. [2020-03-27].
Dostupné na: <<https://www.anothermag.com/art-photography/8610/lessons-we-can-learn-from-cindy-sherman>>.

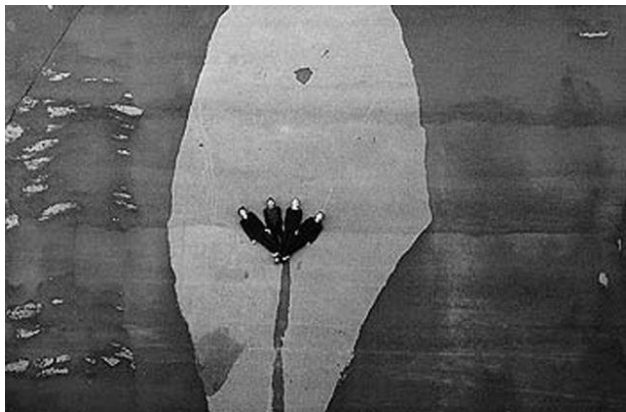
Môžeme sa pýtať, ako jej to vôbec napadlo. Ako sa dostala až k tomu, že sa vystavila takej fyzickej bolesti „len“ kvôli umeniu. Každý zo spomínaných umelcov sa, obrazne povedané, chopil toho, čo tu už bolo, poobracal to z každej strany a objavil „to“. To nové, výnimočné, priekopnícke. Práve „to“ rozhoduje o tom, či sa fotograf preslávi – keď nájde ten správny kľúč, ktorým doteraz dané dvere ešte iní neotvorili.

b. Tvorivosť v slovenskej fotografii

Fenomén tvorivosti vo fotografii by si nepochybne zaslúžil viac priestoru na skúmanie. Možno naň nazerať z rôznych uhlov, zvlášť pri jednotlivých žánroch. Za príklad si tento raz môžeme zobrať inscenovanú fotografiu, v ktorej sa kladie dôraz na rozloženie prvkov v obraze a prostredníctvom aranžovania sa vytvára strategicky komponovaná snímka. Fotograf sa tak stáva inscenátorom, režisércom aj divadelníkom, ktorý si celú scénu vopred pripraví podľa svojich predstáv a až následne ju nasníma.²⁰ Na Slovensku sa začína uplatňovať v 70. rokoch minulého storočia, pričom ako protiklad dokumentu a autentických záberov dostáva čoraz väčší priestor hravosť a subjektivnosť. V 80. rokoch postupne pribúdajú postmoderné prístupy, fotografi – tzv. slovenská nová vlna – citujú či aropriujú rôzne smery a štýly, pričom vznikajú nezvyčajné kombinácie. Medzi základné princípy pedagogička Vysokej školy výtvarného umenia Bohunka Koklesová zaraďuje hru, akciu, experiment, subjektivismus či imaginatívne videnie.²¹ Spomínajú sa mená ako Tono Stano, Miro Švolík, Vasil Stanko, Rudo Prekop, Kamil Varga, Ján Krížik či Milota Havránková.

²⁰ VYŠŇANOVÁ, B.: *Slovenská inscenovaná fotografia*. [Diplomová práca]. Trnava : Filozofická fakulta Trnavskej univerzity, 2014, s. 12.

²¹ KOKLESOVÁ, B.: *Podoby súčasnej inscenovanej fotografie*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://sif.sk/podoby-sucasnej-inscenovanej-fotografie/>>.



Obrázok č. 8 - Miro Švolík – K svojej žene (1986).

Zdroj: KOKLESOVÁ, B.: *Podoby súčasnej inscenovanej fotografie*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://sif.sk/podoby-sucasnej-inscenovanej-fotografie/>>.



Obrázok č. 9 - Kamil Varga – Jesenná psychoterapia (1988).

Zdroj: KOKLESOVÁ, B.: *Podoby súčasnej inscenovanej fotografie*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://sif.sk/podoby-sucasnej-inscenovanej-fotografie/>>.

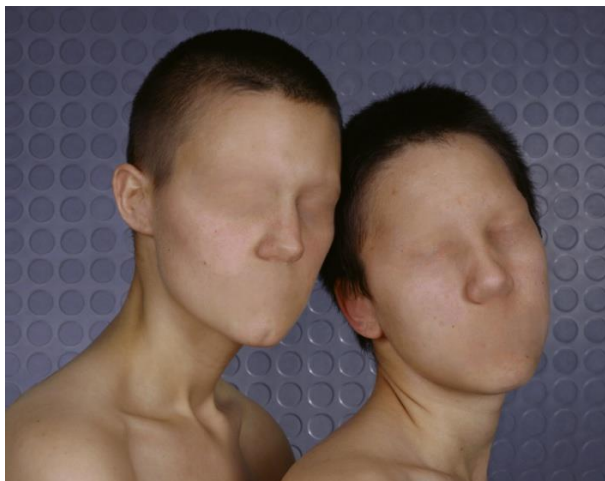
Tvorivosť sa rovnako ako v literatúre, hudbe či každodennom živote v rôznych stupňoch a úrovniach prejavuje aj vo fotografii. O novosti a originalite rozhoduje technika len v nemalej miere; prvoradá je myšlienka, kontext, mnohoznačnosť, interpretácia obrazu a jeho významy v súčasnosti. Konfrontácia so svetom, so spoločnosťou, so sebou samým.

Zo súčasných autorov môžeme spomenúť Petru Cepkovú, ktorá využíva znakovosť i naráciu naprieč celou tvorbou. Charakteristické sú pre ňu témy rodiny, identity, pohlavia či medziľudských vzťahov. Napríklad v cykle s názvom *Analgetikon* (s podtitulom *Ríša bezbolestna, ríša bezpohlavna*) sa venuje genderovej problematike, pričom retušuje pohlavné orgány. Hovorí, že jej základnou otázkou bolo navodenie diskusie a neskôr aj polemiky o tom, aké by to bolo, keby sme boli bezpohlavní, teda ako by fungovali naše medziľudské vzťahy, predsudky, aké by boli syndrómy a symptómy našej doby.²²

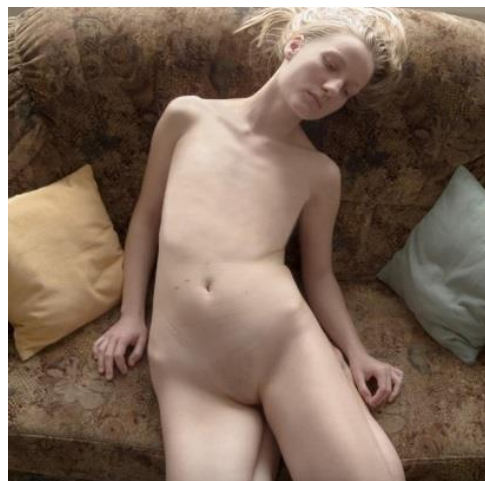
Z pohľadu tvorivosti je to nepochybne veľký posun, poukazovať fotografiou na problémy spoločnosti, na identitu, na vzťahy, ale opäť možno poukázať na potenciálnu (a pravdepodobnú) predlohu tejto idey – umelecká dvojica Aziz + Cucher v cykle *Dystopia* retušovala oči a ústa. Sú považovaní za prvých vizuálnych umelcov používajúcich Photoshop, bolo to začiatkom 90. rokov (séria vznikala v roku 1994). Fascinovala ich najmä ľudská pokožka, ktorá je doslova aj obrazne bariérou medzi našim vnútorným svetom a vonkajškom. S touto myšlienkou dômyselne pracujú a v spomínanej sérii *Dystopia* ďalšou vrstvou pokožky prekrývajú oči a ústa, čím naznačujú nedostatok osobného kontaktu medzi ľuďmi.²³

²² LANČARIČ, P.: *Skryté za fotografiou*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2019, s. 31.

²³ Aziz + Cucher. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.widewalls.ch/artist/aziz-cucher/>>.



Obrázok č. 10 - Aziz + Cucher – z cyklu Dystopia.
Zdroj: Aziz + Cucher. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.azizcucher.net/dystopia-1994-95>>.



Obrázok č. 11 - Petra Cepková – z cyklu Analgetikon (Riša bezbolestna, riša bezpohlavna)
Zdroj: LANČARIČ, P.: *Skryté za fotografiou*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2019, s. 35.

Nepochybne by sme podobným spôsobom mohli pokračovať a spomenúť stovky inovácií vo fotografii a poukazovať na novinky prichádzajúce každým rokom, to by však bola sisyfovská práca; v rozsahu príspevku tému nie sme schopní ani zďaleka celú postihnúť. Zjednodušene však možno na základe teoretických východísk a uvedených príkladov skonštatovať, že nie každá fotografia disponuje charakteristikou najvyššej tvorivosti. Každá fotografia je nová, je tvorivá, no zároveň treba dodať, že bežné portrétné fotografie (skupinové portréty školských tried na základnej a strednej škole, typické rodinné fotografie pri vianočnom stromčeku, svadobné fotografie a pod.) nesú znaky najnižšej tvorivosti, zatiaľ čo výtvarní (umeleckí) fotografi vymýšľajú stále nové nápady, ako médium fotografie posunúť ďalej. Zaujímavou formou fotografie je aj tzv. cinemagraf (z angl. cinemagraph), ktorý búra predstavy o tom, že statická fotografia a video sú dve odlišné veci. Je to fotografia, na ktorej je menšia či väčšia časť animovaná – napr. horiaci plameň, tráva povievajúca vo vetre či prelievajúca sa káva a pod. Za priekopníkov sa považujú webdizajnér Kevin Burg a fotograf Jamie Beck.²⁴

c. Tvorivá fotografia v čase pandémie

Aktuálna situácia, súvisiaca s pandemiou koronavírusu šíriacou sa naprieč celým svetom, taktiež poskytuje námety na tvorbu.

Poukazujúc na prácu fotožurnalistov možno konštatovať, že fotografie sú tvorivé na tých nižších stupňoch. Nemožno im to však zazlievať – vyplýva to totiž z povahy žurnalistickej fotografie, ktorá nedovoľuje manipulovať s obrazom, autenticky zobrazuje realitu. Ľudia s rúškami na tvárach sú v našej kultúre novými „modelmi“, oproti tomu však napríklad v Číne sú zvyknutí, pretože kvôli smogu si takto chránia dýchacie cesty.

Naozaj sú ale ľudia s rúškami novým trendom fotografov? Naozaj tu ešte niečo také nebolo? Aj v tomto prípade je možné parafrázovať Terentia: všetko tu už bolo. Už v čase epidémie moru či španielskej chrípky sa ľudia chránili rúškami, známa je napríklad fotografia zo Seattlu z roku 1918,

²⁴ PAPAČ, J.: *Čo je cinemagraf?* [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://blog.triad.sk/marketingovy-slovník/co-je-cinemagraf/>>.

kedy vodič mestskej hromadnej dopravy odmietol pustiť do vozidla cestujúceho bez takejto ochrany. Samozrejme, tou novinkou, originalitou sú súvislosti – napríklad fotografia predstaviteľov novej slovenskej vlády v marci 2020 s rúškami na tvárach.



Obrázok č. 12 - Neznámy autor – španielska chrípka v r. 1918.

Zdroj: GUROVÁ, T.: *Španielsku chrípku mohli poraziť iba rúška a karanténa. Na svedomí má viac životov ako vojna.* [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.dobrenoviny.sk/c/181111/spanielsku-chripku-mohli-porazit-iba-ruska-a-karantena-pacientom-vo-vaznom-stave-lekari-nemali-sancu-pomoc>>.



Obrázok č. 13 - Vladimír Šimiček - vymenovanie novej vlády SR počas pandémie v r. 2020.

Zdroj: Minúta po minúte: Matovič je novým slovenským premiérom, Pellegrini mu odovzdal úrad. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://dennikn.sk/1813763/minuta-po-minute-pellegrini-odovzda-demisiu-prezidentka-dnes-vymenuje-novu-vladu-igora-matovica/>>.

Tiež mnohí umelci aproprujú iných autorov, napodobňujú ich a dávajú do nových prostredí. Jednou z najznámejších fotografií s maskami – bozkávajúci sa párik – si vzala za vzor súčasná fotografka Arina Voronova, ktorá nasnímala páry v uliciach New Yorku počas pandémie koronavírusu.²⁵ Zaujímavé je, že pôvodná fotografia vznikla v Hollywoode počas skúšky filmového bozku v roku 1937, ktorý sa z dôvodu epidémie chrípky nacvičoval s maskami.²⁶

Kreatívci však nezháľajú a vymýšľajú stále nové koncepty. Odkazujúc na súčasnú situáciu vznikli napríklad fotografie sôch Štúrovcov s rúškami v Modre, ale i snímky zobrazujúce absolventa univerzity v talári a promočnej čiapke s rúskom na tvári. Je možné, že napokon to nebude „len“ fotografický koncept, ale že tohtoroční absolventi skutočne budú mať takúto fotospomienku. Treba preto prízvukovať, že fotografi – rovnako ako iní umelci – reagujú na aktuálne problémy vo svete a v spoločnosti a berú si ich ako ideový zámer svojich projektov. Zapájajú tvorivosť a vymýšľajú stále nové koncepty, čo z pohľadu našej témy môžeme označiť za pokrokové a originálne.

²⁵ FREE, C.: *With face masks and a kiss, photographer shines a light on love and acceptance during coronavirus chaos.* [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/03/14/with-face-masks-kiss-photographer-shines-light-love-acceptance-during-coronavirus-chaos/>>.

²⁶ *THROWBACK THURSDAY – KISS PROTECTION.* [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<http://www.lalalondon.com/2012/10/throwback-thursday-kiss-protection/>>.



Obrázok č. 14 - Neznámy autor – Stanley Morton a Betty Furness počas epidémie chrípky pri nakrúcaní filmu (1937).

Zdroj: FREE, C.: *With face masks and a kiss, photographer shines a light on love and acceptance during coronavirus chaos.* [online]. [2020-03-27].

Dostupné na:

<https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/03/14/with-face-masks-kiss-photographer-shines-light-love-acceptance-during-coronavirus-chaos/>.



Obrázok č. 15 - Arina Voronova – bozkávajúci sa ľudia v New Yorku počas pandémie koronavírusu (marec 2020).

Zdroj: *THROWBACK THURSDAY – KISS PROTECTION.*

[online]. [2020-03-27]. Dostupné na:

<http://www.lelalondon.com/2012/10/throwback-thursday-kiss-protection/>.

Záver

Denne našimi očami prejde nespočetné množstvo obrazov. Súčasťou našich životov sú tiež aj fotografie, ktoré plnia nielen funkciu dokumentovania a autentického znázornovania skutočnosti v médiách, ale plnia aj svoju estetickú funkciu. Sú umením, ktoré vo všeobecnosti kultivuje náš prejav, predkladá nám zrkadlo spoločnosti a konfrontuje nás so sebou samým.

Mnohokrát sú si však jednotlivé fotografie podobné. Skúmali sme, čo je tým originálnym, novým, čo vytvára jedinečnú snímku, čo možno považovať za tvorivé. Na základe teoretických východísk sme definovali rôzne úrovne tvorivosti, ktoré – pre potreby našej štúdie – môžeme minimalizovať na dve, a to malú a veľkú tvorivosť. Je nám známe, že veľká tvorivosť implikuje objavy a vynálezy, ktoré majú význam pre celú spoločnosť. Sem patrí aj samotný vynález fotografie. Jednotlivé žánre a subžánre však v našom ponímaní predstavujú malú tvorivosť, ktorá až taký zásadný vplyv pre ľudskú populáciu nemá.

Jedným dychom však dodávame, že vo fotografii možno badať plejádu tvorivých prvkov, čo súvisí nielen s technologickým pokrokom, ale najmä s pokrokom v oblasti filozofického ponímania tohto média. Súčasnej fotografii už nejde len o zachytenie skutočnosti, ale vďaka svojej mnohoznačnosti aj symbolickosti sa stáva odrazom spoločnosti či intencií autora, ktorý takto vizuálne komunikuje so svetom.

Tvorivosť sa na rôznych úrovniach prejavuje v každej jednej fotografii. Otázkou zostáva, či autor našiel ten originálny kľúč na otvorenie dverí.

Literatúra a zdroje:

- Aziz + Cucher. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.widewalls.ch/artist/aziz-cucher/>>.
- FREE, C.: *With face masks and a kiss, photographer shines a light on love and acceptance during coronavirus chaos*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2020/03/14/with-face-masks-kiss-photographer-shines-light-love-acceptance-during-coronavirus-chaos/>>.
- HLAVÁČ, L.: *Dejiny fotografie*. Martin : Osveta, 1987.
- HLAVSA, J.: *Psychologické problémy výchovy k tvorivosti*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1981.
- HOLUB, M.: *Maxwellův démon čili O tvorivosti*. Praha : Československý spisovatel, 1988.
- JONISOVÁ, E.: *Portrét – mediálna identita človeka*. [Diplomová práca]. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2018. 80 s.
- KOKLESOVÁ, B.: *Podoby súčasnej inscenovanej fotografie*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://sif.sk/podoby-sucasnej-inscenovanej-fotografie/>>.
- LANČARIČ, P.: *Skryté za fotografiou*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2019.
- MENDELOVÁ, D., ZAUŠKOVÁ, A.: *Inovácie v slovenskej reklame*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, 2015.
- MIKULÁŠTIK, M.: *Tvorivosť a inovace v práci manažéra*. Praha : Grada Publishing, 2010.
- PAPAČ, J.: *Čo je cinemagraf?* [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://blog.triad.sk/marketingovy-slovník/co-je-cinemagraf/>>.
- POPOVŇÁK, J.: *Tvorivosť – schopnosť ľudská*. Bratislava : IRIS, 2007.
- Sledujte s nami Týždeň vedy a techniky. Nenechajte si ujsť tie najpodnetnejšie myšlienky*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://fmk.sk/sledujte-s-nami-tyzden-vedy-a-techniky-nenechajte-si-ujst-tie-najpodnetnejšie-myslienky/>>.
- SZOBIOVÁ, E.: *Tvorivosť – poznávanie tajomstiev*. Plzeň : Vydavateľství a nakladateľství Aleš Čeněk, s.r.o., 2016.
- ŠEVELOVÁ, I.: *Historie fotoaparátu*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://www.digimanie.cz/historie-fotoaparatu/1773>>.
- THROWBACK THURSDAY – KISS PROTECTION*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<http://www.lalalondon.com/2012/10/throwback-thursday-kiss-protection/>>.
- VYŠŤANOVÁ, B.: *Slovenská inscenovaná fotografia*. [Diplomová práca]. Trnava : Filozofická fakulta Trnavskej univerzity, 2014.
- ZELINA, M., JAŠŠOVÁ, E.: *Tvorivosť – piata dimenzia*. Bratislava : Smena, 1984.

Kontaktné údaje:

Mgr. Eva Jonisová
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
jonisova.eva@gmail.com

HRY VO VZDELÁVANÍ SENIOROV

Games in Senior Education

Nikola Kaňuková

Abstrakt

V prehľadovej štúdií sa autorka zameriava na úlohu hier v procese vzdelávania s dôrazom na digitálne hry slúžiace na edukáciu. Primárne sa text sústreďuje na vzdelávanie dospelých, konkrétne na herné tituly vhodné pre generáciu starších ľudí vo veku nad 60 rokov. Štúdiá tiež predstavuje prehľad herných prostredí využiteľných vo vzdelávaní, ktoré zahŕňajú hry, virtuálne svety a simulácie. Dlhodobo sa používali mimo systémov formálneho vzdelávania, ale každoročne pribúda niekoľko titulov, ktoré sú jednoducho aplikovateľné do procesu edukácie. Táto prehľadová štúdiá bude slúžiť ako podklad k vytváraniu hernej aplikácie vhodnej pre seniorov pri budovaní digitálnej a informačnej gramotnosti.

Kľúčové slová:

Aplikácie. Hry. IKT. Seniori. Virtuálna realita. Vzdelávanie dospelých.

Abstract

In the review study, the author focuses on the role of games in the educational process with an emphasis on digital games in education. Primarily, the text focuses on adult education, specifically on game titles suitable for older generations over the age of 60. The study also presents an overview of gaming environments that can be used in education, including games, virtual worlds, and simulations. They have been used for a long time outside of formal education systems, but each year there are several titles that are easy to apply to the education process. This review study will serve as a basis for creating a gaming application suitable for seniors in building digital and information literacy.

Key words:

Adult education. Apps. Games. ICT. Senior. Virtual reality.

Úvod

V súčasnej dobe si väčšina ľudí v produktívnom veku nepamätá život pred príchodom digitálnych hier. Niektorí viac, iní menej, ale každý si do istej miery pamätá svoju prvú digitálnu hru, konzolu či telefón. S novodobými školami prišiel aj čas, keď žiaci prichádzajú do sveta, v ktorom sú digitálne hry jednoducho súčasťou života. V tomto prostredí sa hry javia ako menej novátorské, ale skôr nevyhnutné v našom budúcom živote – rovnako ako mobilný telefón alebo obrazovka počítača.¹ Chatfield pred desiatimi rokmi ilustroval očakávanie, že digitálne hry sa stanú vyučovacími nástrojmi v triede. Tvrdil, že ako učitelia, tak aj študenti, najmä vo vyšších stupňoch vzdelávania, sú súčasťou predmetov a vzdelávacích kurzov, kde sa využívajú mobilné technológie, čo nasvedčuje

¹ CHATFIELD, T.: *Why Games are the 21st Century's Most Serious Business*. London : Virgin Books. 2010, s. 190.

tomu, že sa vyvinú aj také kurzy, ktoré budú využívať práve hry.² Skúsme sa teda pozrieť o desať rokov neskôr do súčasnosti, ako sa tieto očakávania naplnili.

1 Rozšírenie herných princípov vo vzdelávaní

Zámerné využívanie hier vo vzdelávaní nie je v spoločnosti ničím novým. Nájdeme ich najmä pri výučbe sociálnych, manuálnych aj psychologických zručností, napríklad na psychické vysporiadanie sa so stratou, učenie sa základných pravidiel slušného správania, či modelovanie rôznych situácií. Tradičné stolové hry a hry na hranie rolí sa vo formálnom vzdelávaní využívajú vo väčšom od začiatku 21. storočia, ale už v roku 1958 vznikla The Inter-Nation Simulation na vyučovanie medzinárodných vzťahov na stredných školách a niekoľko rokov neskôr vznikla Summerian Game, simulácia na výučbu počiatkov ekonomiky v Mezopotámii 3500 rokov p.n.l.³ Môžeme teda tvrdiť, že hry sa pomaly, ale isto začlenili do vzdelávacieho procesu vo všetkých stupňoch vzdelávania a v posledných rokoch sú to práve digitálne hry, ktoré nachádzajú svoje miesto vo vzdelávacích kurzoch, či už vo formálnom alebo neformálnom vzdelávaní.

Generácia najmä mladých ľudí je v súčasnosti charakteristická tým, že venujú veľa svojho času práve hrami. Podľa výskumu z minulého roka je to viac ako polovica európskej populácie, ktorá hrá digitálne hry, či už na počítači, mobile alebo na herných konzolách. V Spojených štátoch je toto číslo ešte o niekoľko percent vyššie.⁴ Pričom u populácie do 24 rokov sa tieto hodnoty pohybujú až okolo osemdesiatich percent,⁵ čo dokazuje, že mladí sa s hrami stretávajú často a dá sa povedať, že je to už ich prirodzená forma trávenia času. Nie je to však iba záležitosť tínedžerov, ale vo veľkej miere sa s digitálnymi hrami stretávajú aj staršie ročníky, a to buď amatérsky, poloprofesionálne alebo je táto aktivita zároveň ich zárobkovou činnosťou. Vo veku 35-44 rokov je to takmer polovica (49%) európskej populácie, ktorá sa s hrami stretáva a vo vyššom veku do 64 rokov je to 34% ľudí, ktorí sa chystajú do dôchodku, prípadne na ňom už krátky čas sú.⁶

Hry by nedokázali byť začlenené do vzdelávania bez vôle samotných učiteľov a pedagogických pracovníkov, takže v tomto smere tiež došlo k veľkej zmene v chápaní hier ako nielen zábavnej činnosti, ktorá je vnímaná skôr negatívne, až k presvedčeniu, že práve hry dokážu mať prínos pre ich používateľov a sú veľmi vhodné ako moderná a inovatívna forma vzdelávania. S vývojom a rozširovaním takejto formy vzdelávania došlo k potrebe jej pomenovania, a preto ju nazývame „game-based learning“, voľne preložené ako učenie založené na hrách. Vo všeobecnosti ide o používanie hier na podporu výučby a učenia sa, ale aj keď ide o pomerne ustálený pojem, nie je úplne presne definovaný. Môžeme sa ale pokúsiť ho definovať na základe princípov a mechanizmov, z ktorých vychádza, a ktoré sú vzájomne prepojené.⁷

Medzi hlavné princípy patrí:

- Vnútna motivácia učiaceho sa;

² CHATFIELD, T.: *Why Games are the 21st Century's Most Serious Business*. London : Virgin Books. 2010, s. 199.

³ EGENFELDT-NIELSEN, S. et al.: *Understanding the Video Games: The Essential Introduction*. Abingdon : Routledge, 2008, s. 209.

⁴ *Newzoo Global Games Market Report 2019*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2019-light-version/>>.

⁵ *EU video games industry:2018stats*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<https://gameworldobserver.com/2019/08/26/eu-video-games-industry-2018-stats/>>.

⁶ Tamtiež.

⁷ PERROTTA, C. et al.: *Game-based Learning: latest evidence and future directions*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<https://www.nfer.ac.uk/media/1863/game01.pdf>>.

- Učenie sa prostredníctvom intenzívneho zážitku, resp. potešenia a zábavy;
- Autenticita – kontextuálne učenie sa, teda cieľovo orientované namiesto abstraktného učenia;
- Samostatnosť;
- Zážitkové vzdelávanie – tzv. „learning by doing“.

Tieto princípy riadia viaceré mechanizmy, ako sú:

- Pravidlá;
- Ciele, ktoré sú jasné a vyzývajú k akcii;
- Fiktívne prostredie;
- Progresívna úroveň obtiažnosti;
- Okamžitá a konštruktívna spätná väzba;
- Sociálny prvok, ktorý povzbudí k zdieľaniu skúseností a vytvára vzťahové putá.

Veľmi podobný pojem je gamifikácia, ktorú si často zamieňajú s učením založeným na hrách, pričom gamifikácia je oveľa novšia koncepcia. Ide o používanie prvkov, ktoré pôvodne nájdeme v hrách a umiestníme ich do neherného prostredia a do rôznych kontextov.⁸ Máme tu však ešte jedno pomenovanie, ktorým je „gameplay“, ktorú môžeme preložiť ako samotnú hru, pričom ide o zaobchádzanie s témou a myšlienkami ako s pravidlami, rozhodnutiami a dôsledkami a nie ako s obsahom, ktorý treba odkomunikovať.⁹ Tu je veľký potenciál hier v tom, že umožňujú učiacemu sa zžiť sa s témou a myšlienkami prostredníctvom interakcie a simulácie, čo je oveľa záživnejšie ako konvenčné prístupy študovania materiálov pomocou učebníc, kurzov a úloh.

2 Seniori a hry

Pre starnutie je charakteristický úbytok rady duševných funkcií, ktoré sú podmienené prirodzenými zmenami na biologickej úrovni. Celý proces nastáva postupne, dokonca v niektorých prípadoch môže dôjsť k úbytku už v strednom veku dospelosti. Dôvodom sú zmeny v ústrednej nervovej sústave, ale taktiež v zmyslových orgánoch, v pohybovom ústrojenstve, v činnosti žliaz a v látkovej premene¹⁰. Práve tieto aspekty musia byť zohľadnené aj v aktivitách vzdelávacieho charakteru, ktoré využívajú digitálne hry. Ak však máme hľadať odpoveď na to, prečo je vhodné aplikovať hry do vzdelávania seniorov, musíme vychádzať z podstaty hry, ktorou je prirodzenosť pre človeka. Teda hra je prirodzená aktivita ľudského správania, ktorá, môžeme tvrdiť, sa s človekom rodí aj umiera. Podľa Flitnera môžeme rozlišovať dva teoretické pohľady na účelnosť hrania. Podľa prvého hra napomáha k rozumnému a zmysluplnému životu. Vedie k osvojeniu schopností, ktoré sú pre život užitočné, pomáha k obnoveniu síl, k zotaveniu a k uvoľneniu i k prekonaniu sociálnych nárokov. Na druhej strane tvrdí, že hra má zmysel sama o sebe, že je jednou zo základných potrieb človeka vo všetkých spoločnostiach a kultúrach a nepotrebuje byť obhajovaná inými dôvodmi. Hra súvisí podľa tohto názoru so slobodou človeka a s jeho tvorivosťou, predstavivosťou a s fantáziou.¹¹

Spôsob hrania sa počas života mení. Deti sa pomocou hry pripravujú na život, zoznamujú sa s novými vecami. V ďalších obdobiach života sa ľudia hrajú z rôznych iných dôvodov, ako napríklad trávenie voľného času, uvoľnenie stresu, tréning a pod. V 21. storočí sa hry presúvajú z reálneho do digitálneho, virtuálneho prostredia. Môžeme tvrdiť, že ide o nadradený pojem k videohram,

⁸ SALEN, K., ZIMMERMAN, E.: *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge : MIT Press, 2004, s. 29.

⁹ PERROTTA, C. et al.: *Game-based Learning: latest evidence and future directions*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<https://www.nfer.ac.uk/media/1863/game01.pdf>>.

¹⁰ DVORÁČKOVÁ, D.: *Kvalita života seniorů v domovech pro seniory*. Praha : Grada Publishing, 2012, s. 13.

¹¹ LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D.: *Vývojová psychologie*. Praha : Grada publishing, 2006, s. 101-102.

počítačovým hram, internetovým hram, mobilným hram a i.¹²Dnešní seniři boli zvyknutí hrať športové a iné akčné hry v exteriéri, prípadne kartové a stolové hry v interiéri. Absencia televízora, počítačov a internetu podnecovala ľudí k osobnému kontaktu a spoločnému tráveniu voľného času. Tieto hry zvyčajne vyžadujú dobrú fyzickú kondíciu, ktorá vekom klesá, prípadne dvoch a viacerých hráčov. Seniři častokrát žijú v domácnosti jednotlivo a priestorové či pohybové možnosti sú obmedzené. O tom, v akom stave sa nachádzajú britské domácnosti v rámci mediálnej konzumácie, sa zaoberala BBC, ktorá dala vypracovať v roku 2005 štúdiu, ktorá poukazuje na to, že kým hráči vo vekovej skupine do 16 rokov majú obľúbené mainstreamové konzolové akčno-dobrodružné hry, starší hráči vo vekovej hranici 51 – 65 rokov dávajú prednosť logickým, doskovým a kvízovým hram. Veková skupina 36 – 50 rokov mala zhodný názor, že na trhu je priveľa pretekárskych hier, bojových hier a "strielačiek"¹³.

Digitálne hry sú však v živote seniorov zvláštnym oživením. Na jednej strane môžeme hovoriť o príjemnom trávení voľného času, ktorý v tomto veku už ľudia majú o niečo viac, ale na druhej strane môže hranie hier dokonca mierniť priebeh niektorých mentálnych chorôb. Okrem mozgu však hranie hier posilňuje aj telo. Dokazuje to štúdia University of Chicago z roku 2013, podľa ktorej hranie hier zlepšilo seniorom rovnováhu, orientáciu v priestore a jemnú motoriku. Seniři chodili svižnejšie a dokonca sa im rýchlejšie liečili zranenia.¹⁴

Okrem zdravotných benefitov však v súčasnej spoločnosti čelíme aj iným výzvam, ktoré by sme mali aplikovať do aktívneho prežívania najstaršej populácie našej spoločnosti. Ide o rozvoj digitálnych a informačných zručností, ktoré sú úzko späté aj s dosahovaním mediálnych kompetencií, ktoré sú práve nevyhnutné pre dnešné generácie. Digitálne hry sa dajú rovnako efektívne využívať aj na vzdelávanie a školenie ľudí každého veku. Navyše, digitálna zábava je schopná rozvíjať pozitívne postoje k technológiám, ktoré sú najmä u staršej generácie poznačené strachom, negatívnymi mediálnymi vyobrazeniami a možno aj vlastnou skúsenosťou s prístrojmi, ktorým je náročné porozumieť bežným jednoduchým myslením typickým pre staršie ročníky, ktoré žili v nedigitálnej dobe. Hra je ale prirodzená pre všetkým, ako sme spomínali vyššie, a preto sa domnievame, že práve digitálne hry sú vhodným spôsobom, ako sa dá uzavrieť digitálna priepasť súčasných generácií.¹⁵

Dôležité je však pozrieť sa na vývoj takých hier, ktoré by spĺnali vzdelávaciu funkciu, ale brali by do úvahy všetky potrebné kritériá pre užívateľskú skúsenosť seniorov. Príkladom jednej z najznámejších vzdelávacích digitálnych hier, ktorá je vhodná ako pre mladších žiakov, tak aj pre seniřov, je hra "Brain Training" s Dr. Kawashimom. Je určená pre konzolu Nintendo DS. Obsahuje množstvo problémov, ktoré súvisia s gramotnosťou, počítaním a rozvíjaním pamäte. V závislosti od vyriešenia problémov sa v hre vytvára profil hráča, ktorý sleduje jeho výkon pomocou funkcie "Brain Age" (Vek mozgu). Čím lepšie hráč hrá, tým nižší je vek hráčovho mozgu¹⁶. Dôkazy o pozitívnom vplyve hry Brain Training sa zistili v apríli 2008. Na základe štúdie zistili štatisticky významné zlepšenie v počítaní (presnosť a rýchlosť spracovania) a sebavnímaní po tom, čo

¹² SUCHÁ, J., DOLEJŠ, M., PIPOVÁ, H.: Hraní digitálních her u českých adolescentů. In: *Zaostřeno*. 2019, roč. 5, č. 4, s. 1.

¹³ MÄYRÄ, F. *An Introduction to Game Studies*. London : SAGE Publications, 2008, s. 145.

¹⁴ KROBOVÁ, T. *Když seniři hrají: výhody počítačových her*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://bit.ly/3c1SePP>>.

¹⁵ DE SCHUTTER, B, VANDENABEELE, V. Meaningful Play in Elderly Life. In *The Annual Meeting of the International Communication Association*, 2008. [online]. [2020-04-04]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2z4z4dE>>.

¹⁶ WASTIAU, P.: *Ako sa využívajú digitálne hry v školách?* Bratislava : ÚIPŠ - Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 21.

respondenti používali tréning mozgu 20 - 25 minút každý deň po dobu viac ako desať týždňov¹⁷. V praxi sledujeme podobné príklady, avšak konkrétne výsledky u ľudí v dôchodkovom veku zatiaľ nie sú známe. Najšť vhodnú hru pre seniorov môže byť o to ťažšie práve z dôvodu, že jednotlivé hry vytvárajú prevažne mladí vývojári, spoločnosti, ktoré neriadia ľudia vo vyššom veku, a to môže byť dôvod, prečo sú pre starších ľudí v konečnom dôsledku chaotické, či dokonca nehrateľné. Preto nás to inšpiruje k vytvoreniu vzdelávacieho kurzu, v ktorom sa prostredníctvom hry budeme snažiť rozvinúť digitálne zručnosti seniorov a tak na základe meraní a pozorovaní zistíme platnosť spomínaných vyjadrení teoretikov a vedcov.

Pri vytváraní digitálnej hry vhodnej aj pre seniorov je potrebné zohľadňovať viaceré faktory, ktoré podrobnejšie popisali Sayago a Rosales.¹⁸ Autori uvádzajú dva dôležité aspekty, ktoré sa zvyčajne zanedbávajú, a na ktoré by mali byť herní dizajnéri upozornení. V prvom rade ide o nedostatočné zapájanie starších ľudí do navrhovania hier a druhým problémom je nedostatočné porozumenie digitálnej hry. Na splnenie požiadaviek starších používateľov hier je dôležité, aby sa používatelia zapojili do procesu navrhovania hier. Dôležité je zohľadniť fyzické a duševné obmedzenia hráčov. Charakteristiky starších používateľov sa líšia od ostatných vekových skupín z hľadiska fyzických a duševných porúch jednotlivcov, ako je napríklad zníženie sluchu, zraku, motorických a kognitívnych schopností (zníženie pracovnej pamäte). Najmä u používateľov v pokročilom veku môžeme badať pomalší čas odozvy, a tiež môžu byť náročné hry, ktoré si vyžadujú neustále používanie myši.¹⁹ Dizajn hier pre starších ľudí preto siaha nad rámec tradičných požiadaviek na použiteľnosť. Z pohľadu ovládania hry, práce so zariadením a spoznávaním nových technológií je potrebné brať ohľad na znížené zmyslové a kognitívne schopnosti seniorov.

Aj starší používatelia si dokážu užiť pocit hrania, ale iba vtedy, keď pochopia účel hry a získajú k tomu dodatočnú hodnotu. Môžu to byť napríklad vedomosti, ktoré sa učia alebo fyzické zručnosti, či tvorba estetických hodnôt. Preto pri vývoji digitálnych hier a herných technológií pre seniorov vedci odporúčajú zohľadniť nasledujúce faktory, ktoré motivujú seniorov digitálnu hru hrať²⁰:

- **Angažovanosť** - Senior má možnosť ovplyvňovať priebeh, prípadne dej hry, pretože sa na rozdiel od iných mediálnych žánrov (filmu, inscenácií a pod.) sa na jej priebehu aktívne podieľa. To zvyšuje atraktivitu žánru hry a pozitívne motivuje hráča v aj v reálnych situáciách.
- **Participácia na obsahu** - Hráč môže ovplyvňovať priebeh hry potrebných smerom. Podnecuje tak vlastnú aktivitu, fantáziu a rozširuje si záujmy.
- **Výzva porozumieť pravidlám** – Na to, aby hra počítala s aktívnou účasťou hráčov – seniorov, je dôležité vytvoriť potrebu chcieť porozumieť pravidlám hry. Môže to byť formou zvyšovania záujmu o nepoznané, snaha logicky preniknúť do problematiky hry a uspieť v nej má pozitívny vplyv na rozvoj rozumových schopností.
- **Rozvoj kreativity** - Kreativita je do určitej miery vrodená, ale nie je to jediný faktor, ktorý ju ovplyvňuje. Kreativita je kombináciou schopností, praktických skúseností a tiež motivácie.

¹⁷ WASTIAU, P.: *Ako sa využívajú digitálne hry v školách?* Bratislava : ÚIPŠ - Ústav informácií a prognóz školstva, 2011, s. 21.

¹⁸ SAYAGO, S., ROSALES, A. a kol.: On the Conceptualization, Design, and Evaluation of Appealing, Meaningful, and Playable Digital Games for Older People. In: *Games and Culture*. 2016, roč. 11 č. 1-2, s. 73.

¹⁹ TAHMASSEBI, S.: *Digital Game Design for Elderly People*. Malmö : Malmö University, 2018. s. 16-17. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2SA3yey>>.

²⁰ Pozri viac: TAHMASSEBI, S.: *Digital Game Design for Elderly People*. Malmö : Malmö University, 2018, s. 16-28. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2SA3yey>>; WANG, J. *Digital Game Design for Elderly Users: A Multi-Disciplinary Review*. Birmingham : The University of Birmingham, School of Computer Science, 2016. s. 9. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2WquWwI>>.

- **Motivácia dosiahnutia cieľa hry** - Pre hráča je motivujúce, keď má jasný cieľ a je vedený k jeho dosiahnutiu. Mať jasné, zadané ciele mu pomáha eliminovať šum, pomáha mu lepšie sa sústrediť.
- **Spätná väzba** – Potrebné je tiež myslieť na reakciu jednotlivých systémov navzájom, na čas a spôsob odozvy jednotlivých úkonov hráča.
- **Absencia časových stresov** – Ide o vytvorenie takých podmienok, ktoré nemajú negatívny vplyv na psychické a fyzické zdravie jednotlivcov.
- **Prepojenie online sveta s reálnym** – To je dôležité najmä u populácie v dôchodkovom veku, kedy strácajú niektoré sociálne väzby a viac sa upínajú na individuálne aktivity vo svojich domovoch.
- **Získavanie nových informácií** - Prežívanie hry môže priaznivo ovplyvňovať vnútorné osobné psychické procesy a stavy- pocity, predstavy, myšlienky, a to vedome aj nevedome.
- **Zábava** (bez reklám a finančných lákadiel, na rozdiel od TV) - Seniori sú cieľovou skupinou mnohých komerčných reklám. Sústredia sa na nich všetky aktivity striebornej ekonomiky, ale na druhej strane práve to má za následok prerušenie toku zábavy, pričom do podvedomia podsúvajú informácie, ktoré odpútavajú pozornosť od pozorovaného a iritujú svojou naliehavosťou. Výberom hier, ktoré reklamy alebo mikrotransakcie neobsahujú, sa môžeme tomuto efektu vyhnúť.

3 Prax chápania hier seniormi

Jedným z posledných výskumov na slovenskej akademickej pôde v oblasti digitálnych hier v živote seniorov je minuloročný výskum na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, kde sme pozorovali seniorov vo veku od 62-75 rokov, ako vnímajú súčasné technológie, konkrétne smartfóny, inteligentné hodinky a virtuálnu realitu. Formou focus group a hĺbkových rozhovorov sme prišli na niekoľko prínosných informácií vhodných k ďalšiemu skúmaniu a aplikácii do praxe. Pre potreby tejto štúdie sa zameriame iba na výstupy spojené s chápaním a používaním virtuálnej reality seniormi, pretože tá je úzko spätá s diskutovanými hrami.

- **Vnímanie súčasných technológií ovplyvňujú predsudky** – Seniori sa ešte aj v súčasnej dobe stretávajú s názormi v médiách, ktoré vyzdvihujú iba negatívne vplyvy nových technológií a oni ich tak vnímajú so strachom a prehnaným rešpektom. Je dobré, že si uvedomujú nástrahy, ktoré pri používaní komunikačných technológií na používateľov striehnu, ale potrebovali by otvorenejší pohľad a najmä získať skúsenosť, ktorá by im ponúkla poznanie o samotnej technológii namiesto poznatkov tretích strán.
- **Potrebný je hlboký dialóg** – Na odbúranie strachu a otvorenie sa technológiám seniori potrebujú pocítiť blízkosť danej technológie k niečomu, čo už poznajú. Pri prvom pohľade na virtuálnu realitu boli zmätení, dokonca prežívali strach či odpor. Ak sme im však povedali o tom, že prvé prístroje, ktoré pracovali na podobnom princípe, môžeme hľadať až 100 rokov dozadu, vedeli si novú technológiu spojiť s niečím, čo poznajú z detstva a tak sa otvorili pre nový zážitok, ktorý bude akoby nadstavbou toho známeho z minulosti.
- **Potešenie z hrania je príznačné pre každý vek** – Ak sa už rozhodli virtuálnu realitu vyskúšať so zvedavosťou, ktorá prevyšovala strach, prežili fascinujúci zážitok. Boli nadšení z reálnosti zobrazovaného materiálu a dokonca sa im veľmi páčila interakcia s hrou. Ak sa teda zvolí vhodný prístup k seniorom a dokážeme ich povzbudiť do skúšania nových vecí, dokážu prežiť veľké naplnenie, radosť a vzbudíme tým aj túžbu po ďalšom poznávaní.

- **Výber hry založený na výskume preferencií seniorov v kombinácii s akceptovaním zdravotného stavu** – Niektorým sa páčili viac hry, ktoré boli akoby výletom, či vyhlídkou po rôznych miestach sveta, kde sa v reálnom svete pravdepodobne nedostanú. Iným sa páčili viac hry, kde museli niečo vytvárať a podieľať sa na priebehu a výsledkoch. Preto by si výber vhodnej hry pre seniorov zaslúžil detailnejší výskum preferencií, ktoré by zohľadňovali aj zdravotné ťažkosti seniorov, s ktorými sa dennodenne pasujú, aby im nebránili v autentickom zážitku.

Záver

Tradičný spôsob výučby sa čoraz viac dopĺňa o rôzne herné prvky, ktoré slúžia nielen na uvoľnenie atmosféry a opakovanie učiva, ale častokrát práve prostredníctvom hry získajú učiaci sa nové poznatky, ktoré sú zrozumiteľnejšie a lepšie zapamätateľné. To platí aj pri vzdelávaní najstaršej populácie našej spoločnosti, kde je však potrebné sa zamerať na konkrétne požiadavky, ktoré sú charakteristické pre túto skupinu. Pri našej ďalšej práci a výskume budeme hľadať takú alternatívu hernej aplikácie, ktorá bude použiteľná vo vzdelávacom kurze pre seniorov a vychádzať budeme z odporúčaní teoretikov spomenutých v štúdiu, rovnako ako z výskumov, ktoré sme doposiaľ realizovali. Kladieme si za dôležité mať osobný kontakt s predstaviteľmi cieľovej skupiny, pretože iba tak vieme zmeniť ich existujúce predsudky voči technológiám na zdravý rešpekt a primeranú zvedavosť, čo sa nám ukázalo ako vhodný začiatok pri budovaní ich vzťahu k moderným komunikačným nástrojom.

Literatúra a zdroje:

CHATFIELD, T.: *Why Games are the 21st Century's Most Serious Business*. London : Virgin Books. 2010.

DE SCHUTTER, B, VANDENABEELE, V.: Meaningful Play in Elderly Life. In *The Annual Meeting of the International Communication Association*. 2008. [online]. [2020 – 04 – 04].

Dostupné na: < <https://bit.ly/2z4z4dE>>.

DVOŘÁČKOVÁ, D.: *Kvalita života seniorů v domovech pro seniory*. Praha : Grada Publishing, 2012.

EGENFELDT-NIELSEN, S. et al.: *Understanding the Video Games: The Essential Introduction*. London : Routledge. 2008.

EU video games industry: 2018stats. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na:

<<https://gameworldobserver.com/2019/08/26/eu-video-games-industry-2018-stats/>>.

KROBOVÁ, T.: *Když senioři hrají: výhody počítačových her*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://bit.ly/3c1SePP>>.

LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D.: *Vývojová psychologie*. Praha : Grada publishing, 2006.

MÄYRÄ, F.: *An Introduction to Game Studies*. London : SAGE Publications, 2008.

Newzoo Global Games Market Report 2019. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na:

<<https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2019-light-version/>>.

PERROTTA, C. et al.: *Game-based Learning: latest evidence and future directions*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<https://www.nfer.ac.uk/media/1863/game01.pdf>>.

SALEN, K., ZIMMERMAN, E.: *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge : MIT Press. 2004.

SAYAGO, S., ROSALES, A. a kol.: On the Conceptualization, Design, and Evaluation of Appealing, Meaningful, and Playable Digital Games for Older People. In: *Games and Culture*. 2016, roč. 11 č. 1-2, s. 70-79.

SUCHÁ, J., DOLEJŠ, M., PIPOVÁ, H.: Hraní digitálních her u českých adolescentů. In *Zaostřeno*. 2019, roč. 5, č. 4, s. 28-54.

TAHMASSEBI, S.: *Digital Game Design for Elderly People*. Malmö : Malmö University, 2018. s. 16-17. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2SA3yey>>.

WANG, J.: *Digital Game Design for Elderly Users: A Multi-Disciplinary Review*. Birmingham : The University of Birmingham, School of Computer Science, 2016. [online]. [2020-04-06].

Dostupné na: <<https://bit.ly/2WquWwI>>.

WASTIAU, P.: *Ako sa využívajú digitálne hry v školách?* Bratislava : ÚIPŠ - Ústav informácií a prognóz školstva, 2011.

Kontaktné údaje:

Mgr. Nikola Kaňuková

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Nám. J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

nikakanukova@gmail.com

DEZINFORMÁCIE POČAS KORONAKRÍZY

Disinformation during coronacrisis

Miroslav Kapec

Abstrakt

Text predostiera problematiku spojenú s nepravdivými, falošnými či pozmenenými informáciami v slovenskom onlinovom prostredí v kontexte svetovej pandémie koronavírusu. Autor sa v práci zameril na jednu z foriem dezinformácií, a to na hoax. Ten ako taký, sa snaží najskôr definovať pomocou teoretických poznatkov od domácich i zahraničných autorov. Zároveň sa snaží objasniť terminologický chaos, ktorý je spojený so systematickým skúmaním fenoménu falošných správ. Následne demonštruje zvýšenú činnosť debunkingových slovenských stránok na sociálnych sieťach pomocou kvantitatívnych metód. Výsledky interpretuje v grafe. Súčasťou textu je aj kvalitatívna analýza hoaxov šírených medzi slovenskými recipientmi. Tieto obsahy majú nielen textovú, ale aj audio formu. Jednotlivé hoaxy autor analyzuje a porovnáva, následne získané informácie interpretuje a sumarizuje.

Kľúčové slová:

Dezinformácie. Fake news. Hoax. Koronakríza.

Abstract

The paper presents the problem of false, fake or manipulated information in the Slovak online environment within the global coronavirus pandemic. Author in this paper focus on the one of the variety forms of disinformation, namely the hoax. Author try to define this form by the theoretical knowledge, which are determined by domestic and foreign authors. At the same time he try to explain the terminological chaos that is connected with the systematic study of the phenomenon of false reports. Subsequently, it demonstrates the increased activity of debunking Slovak sites on social networks provided by quantitative methods. The results is interpreted in a graph. The text included also a qualitative analysis of hoaxes distributed among Slovak recipients. These formats do not contain only text but also audio content. The author analyzes and compares individual hoaxes, interprets and summarizes previous information.

Key words:

Coronacrisis. Disinformation. Fake news. Hoax.

Úvod

Človek vyhľadáva a prijíma informácie už od pradávna. Cieľom informácie bolo, a stále aj je, priniesť recipientovi nový poznatok, pomôcť zorientovať sa a v konečnom dôsledku i uspokojiť jeho potrebu poznávať. Dezinformácia sa v poslednom spomínanom bode snaží imitovať informáciu. Neprináša nové poznatky, recipienta účelovo mátie, no napriek tomu uspokojuje jeho potrebu poznávať. Vyvoláva falošný pocit poznania a to je jej najväčšia (ne)výhoda. S príchodom internetu sa zrýchlilo a zjednodušilo šírenie nielen informácií, ale aj dezinformácií. Súvisí to jednak s rýchlosťou publikovania informácií, jej ekonomickou náročnosťou aj s autorstvom. Publikovať

rôzne mediálne výstupy v onlinovej podobe môže dnes prakticky ktokoľvek. Okrem toho, onlinový priestor podnietil vznik nových foriem a typov dezinformácií, ktoré by mohli bez internetu iba ťažko existovať.¹

1 Terminologický chaos

Kategorizácia nepravdivých informácií v ich najrôznejších formách sa líši najčastejšie na základe mediálnych trhoch, na ktorých pôsobia. Napríklad frekvencia vyskytu istých foriem nepravdivých informácií, či spôsobov manipulovania s jej obsahom, je na zahraničných mediálnych trhoch vyššia ako u nás na Slovensku. To je jedna z príčin, ktorá sťažuje pokusy o definovanie foriem nepravdivých informácií. Jednotlivé delenia sa líšia aj v publikáciách mediálnych teoretikov pracujúcich síce s rovnakou terminológiou, no s odlišným významom. V prvom prípade môže ísť napríklad o manipuláciu spôsobom vydávania sa za konkrétnu značku. Najčastejšie sú zneužitie overené a tradičné médiá, v zmysle dlhoročnom pôsobení na mediálnom trhu. Falošná informácia je publikovaná a šírená v ich korporátnych farbách, s použitím loga, grafiky či názvu inštitúcie. Takúto manipuláciu nazýva C. Wardle *Imposter content* (z angl. *Podvodný obsah*).² Na slovenskom mediálnom trhu sa takáto manipulácia nevyskytla, príp. nedostalo sa jej dostatočnej pozornosti, aby zaujala teoretikov venujúcich sa tejto problematike. Nazdávame sa, že z tohto dôvodu takýto typ nepravdivej informácie absentuje v slovenských, ale aj českých, publikáciách venovaných tomuto fenoménu. Problém nastáva aj pri identifikácii konkrétnych foriem nepravdivého obsahu. Jednotliví autori prostredníctvom rovnakých termínov definujú rozličné javy. Najvhodnejším príkladom sú azda pojmy ako *fake news*, či *dezinformácie*. V slovenskom mediálnom prostredí je pojmom *fake news* označovaný „spôsob žurnalistického práce, pri ktorej médium nekladie dôraz na pravdivosť správ, ktoré ponúka. Neoveruje si fakty alebo si správy často priamo vymýšľa.“³ Kým v anglicky hovoriacich krajinách mediálni teoretici zásadne rozlišujú medzi pojmi *fake news* a *dezinformácie* (angl. *disinformation*),⁴ v slovenských a českých vedeckých kruhoch sa tieto pojmy prelínajú,⁵ alebo autori používajú iba jeden zo spomínaných pojmov.⁶ V nasledujúcom texte sa zameriame na nepravdivý obsah šírený najmä v slovenskom onlinovom prostredí v súvislosti s pandemiou spôsobenou vírusom Covid-19. Zámerne nepravdivé, neúplné či modifikované informácie budeme v tomto texte označovať ako *dezinformácie*.

2 Dezinformácie v čase koronakrízy

Nepravdivý obsah v onlinovom prostredí môže mať rôzne formy. Tie často súvisia s technologickými prostriedkami na ich vytvorenie a následne šírenie. Nepravdivé informácie vo forme *hoaxov* môžu byť využité so zámerom zabávať, alebo zámerne dezinformovať. Podľa J. Markoša je *hoax* „úmyselne nepravdivá správa, ktorej autor sa snaží, aby na čitateľov, divákov či

¹ Dôvody môžeme hľadať najmä v legislatíve. Tá takmer nijako neobmedzuje autorov mediálnych výstupov v onlinovom prostredí. Súvisí to taktiež s technickými prostriedkami, ktoré online ponúka.

² WARDLE, C.: *Understanding Information Disorder*. [online]. [2020-04-24]. Dostupné na: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701>.

³ MARKOŠ, J.: *Sila rozumu v bláznivej dobe*. Bratislava : N Press, s.r.o., 2019, s. 247.

⁴ CAPLAN, R., HANSON, L., DONOVAN, J.: *Dead Reckoning: Navigating Content Moderation After “Fake News”*. [online]. [2019-12-11]. Dostupné na: <https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Dead_Reckoning_2018.pdf>; WARDLE, C.: *Fake news. It's complicated*. [online]. [2019-12-11]. Dostupné na: <<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>>.

⁵ Autori tvrdia, že *fake news* je len nový pojem, ktorý označuje *dezinformácie*. GREGOR, M. et al.: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : C Press, 2018, s. 46.

⁶ *S akým obsahom sa na internete môžeme stretnúť?* [online]. [2019-12-11]. Dostupné na: <<https://zvolisi.info/sk/fantomas/>>.

poslucháčov pôsobila pravdivým dojmom. Hoax je niekedy stvorený zo žartu, ale často je aj súčasťou dezinformačnej kampane.“⁷ V zahraničnej literatúre sa tento typ dezinformácií označuje aj ako spôsob šírenia poplašných správ, napríklad pri falošnom nahlásení bomby.⁸ Sú to teda poplašné a najmä reťazové správy, v drvivej väčšine obsahujúce výzvu na ďalšie zdieľanie či už prostredníctvom sociálnych sietí, alebo emailovej komunikácie. Môže ísť o správy nabádajúce recipienta šíriť dané informácie pod zámienkou získania nejakej výhody, prípadne odvrátenia hrozby.⁹



Obrázok č. 1 - Hoax obsahujúci odvrátenie hrozby (10 rokov smoly).

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Hoaxami nazývame aj správy, ktoré recipienti zdieľajú z vlastnej iniciatívy kvôli samotnej podstate ich obsahu, napr. šokujúce informácie o smrti známej osobnosti, či bezprostrednej informácii, ktorá sa vyznačuje exkluzivitou.¹⁰ P. Nutil tvrdí, že hoaxy využívajú emocionálne ladené, šokujúce témy obdobne ako bulvárne médiá. Hoaxy sú podľa neho najčastejšie vystavané na tzv. „3S, na strachu, smrti a sexe.“¹¹ Takýto typ dezinformácie môže mať rôzny obsah: zábavný, informujúci o urgentnom nebezpečí, falošné prosby o pomoc, citovo vydierajúci alebo varujúci pred chorobou. M. Gregor a P. Vejvodová tvrdia, že niektoré hoaxy obsahujú tiež nebezpečné rady, napríklad ako liečiť konkrétnu chorobu bez odbornej konzultácie s lekárom.¹²

⁷ MARKOŠ, J.: *Sila rozumu v bláznivej dobe*. Bratislava : N Press, s.r.o., 2019, s. 248.

⁸ Hoax. [online]. [2020-01-06]. Dostupné na: <<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hoax>>.

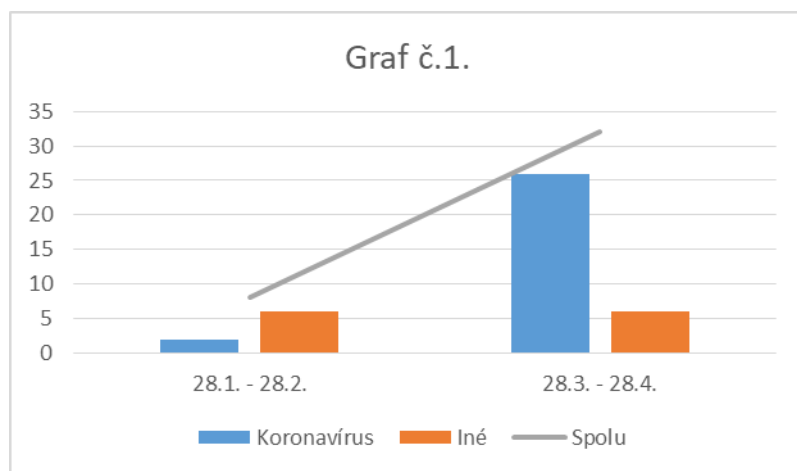
⁹ Pozri obr. č.1.

¹⁰ Ide o informácie, ktoré máme exkluzívne dostupne, iní o nej nevedia. Často sú vo forme tipov a „dobrých rád.“ Pozri obr. č.2.

¹¹ NUTIL, P.: *Média lži a príliš rýchly mozek*. Praha : Grada, 2018, s. 140.

¹² GREGOR, M. et al.: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : C Press, 2018, s. 45.

Situácia súvisiaca so vznikom nielen onlinových dezinformácií v kontexte svetovej pandémie koronavírusu je sama o sebe špecifická. Na jednej strane môžeme badať nárast šírenia dezinformácií v podobe hoaxov či konšpiračných teórií, na druhej strane nebola v novodobej histórii jedna téma (koronavírus) natoľko exponovaná medzi veľkým počtom ľudí. Trend väčšieho šírenia dezinformácií možno badať aj v zvýšenej činnosti debunkingových stránok ako sú *Hoaxy a podvody – Polícia SR*.¹³ Kým v období 28.1. – 28.2.2020 publikovali na svojej stránke iba 8 príspevkov, v období 28.3. – 28.4.2020 ich bolo 32 z čoho 26 z nich priamo (konšpiračné teórie o pôvode) či nepriamo (nebezpečenstvo spôsobené nosením rúšok) nadväzovalo na koronavírus. V každom prípade, takéto kvantitatívne skúmanie počtu vzniknutých a šírených dezinformácií je ťažko spracovateľné. Mnohé zo šírených hoaxov prostredníctvom sociálnych sietí sú po overení natrvalo zmazané, aby sa predošlo ďalšiemu šíreniu dezinformácií. Nazdávame sa, že zvyšujúca sa dôležitosť témy (čiže zasiahnutie väčšieho počtu recipientov) spôsobuje výrazný nárast šírenia dezinformácií, no nemusí zásadne zvýšiť počet ich vzniknutí. Dezinformácia s vyšším počtom zdieľaní má následne väčšiu pravdepodobnosť, že bude debunkovaná, čiže overená a prípadne vyvrátená. Nazdávame sa, že počet vzniknutých dezinformácií sa v zásade nelíši. Pred obdobím pandémie však boli jednotlivé formy dezinformácií „rozdelené“ do viacerých tematických okruhoch, čo nebudilo taký záujem verejnosti ako téma koronakrízy, čo má zase súvis s nižšou mierou debunkovania.



Graf č. 1 - Počet publikovaných príspevkov na stránke *Hoaxy a podvody – Polícia SR* podľa témy.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Jednotlivé formy hoaxov šírené najmä na sociálnych sieťach a prostredníctvom čítavacích aplikácií mali v čase koronavírusu na Slovensku textovú a audio podobu, pričom druhá spomenutá forma sa šírila najmä prostredníctvom čítavacích aplikácií. V prvom skúmanom prípade išlo o hoax, ktorý bol napísaný v českom jazyku a vďaka dobrej zrozumiteľnosti bol šírený aj medzi slovenskými recipientmi.¹⁴ Správa bola v textovej forme šírená na sociálnej sieti Facebook. Text je vo forme statusu s využitím farebného podkladu. Samotný obsah sa vyznačoval zlou štylistikou, ktorá naznačuje, že text bol preložený prostredníctvom programu a následne štylisticky neupravený („...během této doby člověk začne kašlat a vyvinout bolest v krku.“). Obsah pôsobí dojmom, že autor nám chce radiť a poskytuje nám exkluzívnu informáciu. V závere textu je výzva na ďalšie šírenie informácií.¹⁵ Tieto dezinformácie boli vyvrátené viacerými debunkingovými organizáciami¹⁶

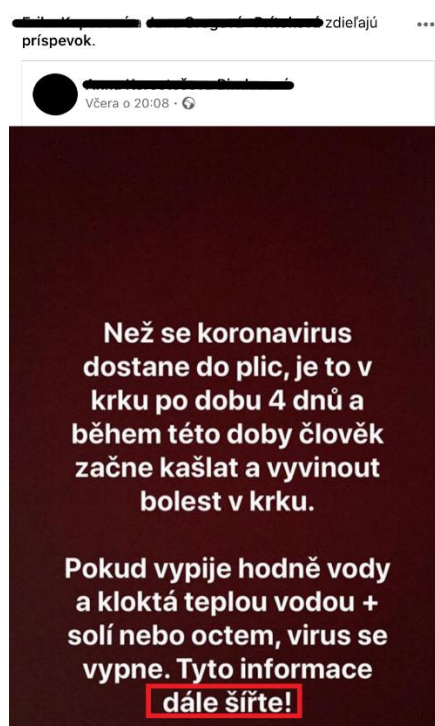
¹³ Pozri graf č. 1.

¹⁴ Pozri obr. č. 2.

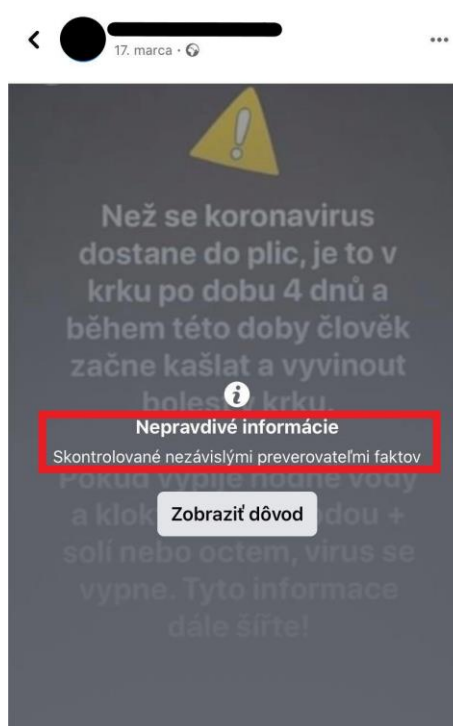
¹⁵ Pozri obr. č. 2.

a sám originálny príspevok označený textom „*Nepravdivé informácie*“.¹⁷ Skúmaný hoax sa teda vyznačuje exkluzívnym obsahom (rada, ako sa zbaviť vírusu), explicitnou výzvou na ďalšie zdieľanie (v závere textu) a prácou s emóciami (strach z nákazy).

Ďalší skúmaný hoax šírený na sociálnych sieťach, ktorý súvisí s pandemiou koronavírusu je vo forme zvukovej nahrávky. Tá bola šírená najmä prostredníctvom četovacích aplikácií. Nazdávame sa, že takáto adresnosť danej informácie, čiže odoslanie zvuku do súkromnej správy konkrétneho adresáta, zvyšovala jej vierohodnosť a aj vďaka tomu bola šírená rýchlejšie a medzi väčší počet recipientov. Autenticitu zvyšoval aj samotný fakt, že išlo o zvukovú nahrávku (to je jednou z výhod napr. rozhlasového vysielania). Nahrávka obsahuje mužský hlas poskytujúci recipientovi exkluzívnu informáciu o rozhodnutí krízového štábu „...*práve som dostal info od jednej baby, ktorá sedí v krízovom štábe Slovenskej republiky...*“.¹⁸ Vo všeobecnosti vo väčšine hoaxov odkazuje autor na známeho, no v zásade nikdy nekonkretizuje o koho ide. Nazdávame sa, že je to z dôvodu rýchlej overiteľnosti danej informácie. Inými slovami, informácia sa jednoduchšie overuje, ak vieme od koho ide. Následne autor predáva recipientovi radu a tip, čo by mal urobiť „...*odporúča vám, aby ste si určite, najneskôr dneska, spravili nákup aspoň na 2 týždne dopredu...*“.¹⁹ V nahrávke sa explicitne nenachádza výzva na ďalšie zdieľanie, no potreba šíriť túto informáciu vychádza z jej samotnej podstaty - exkluzívny obsah (informácia, ktorú verejnosť nemá), časová tieseň (čoskoro sa zatvoria všetky obchody) a existenčný problém (nedostatok potravín, nemožnosť nákupu).



Obrázok č. 2 - Hoax zdieľaný na Facebooku.
Zdroj: Vlastné spracovanie.



Obrázok č. 3 - Debunking na sociálnej sieti.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

¹⁶ Nie, kloktanie teplej vody so solou či octom nepomôže proti nákaze novým koronavírusom. [online]. [2020-04-28]. Dostupné na: <<https://fakty.afp.com/nie-kloktanie-teplej-vody-so-solou-ci-octom-nepomoze-proti-nakaze-novym-koronavirusom?fbclid=IwAR1Ck29i5f5gX0YO1rW06K1fPmXct05oSKKqlb-kwZnHaJWpcIIBTSgLFWw>>.

¹⁷ Pozri obr. č. 3.

¹⁸ Poplašná správa. [online]. [2020-04-29]. Dostupné na: <<https://www.facebook.com/policiaslovakia/videos/199204861308396/>>.

¹⁹ Tamtiež.

Skúmané dezinformácie v podobe hoaxov, ktoré majú textovú i audio formu sa zhodujú v tom, že ich autori pracujú s emóciami recipienta. V oboch prípadoch ide o strach. Prvý prípad sa zameriava na zdravotnú stránku, pracuje so strachom z nákazy a ponúka tip ako sa jej zbaviť. V druhom prípade pracuje so strachom z nedostatku potravín. Môžeme konštatovať, že obe informácie útočia na základné telesné a fyziologické potreby z Maslowovej pyramídy potrieb. Nazdávame sa, že to je jedným z hlavných dôvodov šírenia týchto obsahov. Skúmané texty tiež spája exkluzívny obsah. Inými slovami ide o informácie, ktoré sa recipient nemôže dozvedieť z iných zdrojov. Dôležitým znakom je i výzva na ďalšie šírenie informácií. V prvom prípade je táto výzva explicitná, môžeme ju nazvať aj priama. V audio nahrávke takáto výzva absentuje, napriek tomu, že obdobná výzva mohla nahrávku v istých prípadoch sprevádzať, napríklad v textovej podobe. V tomto prípade však môžeme hovoriť o nepriamej výzve na ďalšie zdieľanie, ktorá súvisí s obsahom, a teda najmä s časovou tiesňou na vykonanie komunikovanej akcie (nákup, kým nebudú obchody zatvorené).

Na základe týchto informácií môžeme najbádateľnejšie znaky skúmaných hoaxov zhrnúť do týchto troch bodov:

- práca s emóciami;
- exkluzívny obsah;
- výzva na ďalšie šírenie (priama či nepriama).

Tieto body označujúce základné znaky hoaxov využívaných počas koronakrízy korešpondujú s teoretickými poznatkami, ktoré sme si zadefinovali v predchádzajúcich kapitolách. Konštatujeme, že tieto formy dezinformácií využívajú kombináciu prvkov definovaných rôznymi autormi.

Záver

V čase pandémie, keď väčšina spoločnosti ostáva doma a stráca priamy sociálny kontakt s vonkajším prostredím sa, aspoň naoko, darí onlinovým dezinformáciám o čosi viac. Potvrďuje to zvýšená aktivita debunkingových organizácií, ktorá vyplynula z nami prezentovaných dát. Tieto dáta však neprezentujú či nepotvrďujú fakt, či ich zvýšená aktivita súvisí aj so zvýšením produkcie týchto dezinformácií. Inými slovami, zvýšený debunking nemusí znamenať viac vzniknutých hoaxov. Naopak, môže súvisieť s vyšším počtom masívne šírených dezinformácií. Nazdávame sa, že takýto jav má priamy súvis nielen s prerušením sociálneho kontaktu „tvárou v tvár“, ale tiež s unifikovaním predmetu záujmu v podobe témy koronavírusu. V druhej časti textu sme zistili, že hoaxy šírené v čase koronakrízy sa vyznačujú prácou s emóciami, najmä so strachom z nákazy či strachom z nedostatku zásob. Konštatovali sme, že takýmto spôsobom spomínané obsahy útočia na základné telesné a fyziologické potreby z Maslowovej pyramídy potrieb. Skúmané hoaxy tiež prezentovali obsah ako exkluzívny, čiže taký, ktorý má recipient k dispozícii a to ho robí výnimočným. V závere tiež hoaxy obsahovali výzvu na ďalšie šírenie či už priamou alebo nepriamou formou.

PodĎakovanie: Príspevok vznikol na základe finančnej podpory poskytnutej Vedeckou grantovou agentúrou Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu Slovenskej republiky a Slovenskej akadémie vied (VEGA) č. 1/0283/20 s názvom "Synergia odvetví mediálneho priemyslu v kontexte kritickej politickej ekonómie médií.

Literatúra a zdroje:

CAPLAN, R., HANSON, L., DONOVAN, J.: *Dead Reckoning: Navigating Content Moderation After "Fake News"*. [online]. [2019-12-11]. Dostupné na:

<https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Dead_Reckoning_2018.pdf>.

GREGOR, M. et al.: *Nejlepší kniha o fake news!!!* Brno : C Press, 2018.

Hoax. [online]. [2020-01-06]. Dostupné na:

<<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/hoax>>.

MARKOŠ, J.: *Sila rozumu v bláznivej dobe*. Bratislava : N Press, s.r.o., 2019.

Nie, kloktanie teplej vody so soľou či octom nepomôže proti nákaze novým koronavírusom. [online].

[2020-04-28]. Dostupné na: <<https://fakty.afp.com/nie-kloktanie-teplej-vody-so-solou-ci-octom-nepomozem-proti-nakaze-novym-koronavirusom?fbclid=IwAR1Ck29i5f5gX0YO1rW06K1fPmXct05oSKKqlb-kwZnHaJWpcIIBTSgLFWw>>.

NUTIL, P.: *Média lži a príliš rýchly mozek*. Praha : Grada, 2018.

Poplašná správa. [online]. [2020-04-29]. Dostupné na:

<<https://www.facebook.com/policiaslovakia/videos/199204861308396/>>.

S akým obsahom sa na internete môžeme stretnúť? [online]. [2019-12-11]. Dostupné na:

<<https://zvolisi.info/sk/fantomas/>>.

WARDLE, C.: *Fake news. It's complicated*. [online]. [2019-12-11]. Dostupné na:

<<https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>>.

WARDLE, C.: *Understanding Information Disorder*. [online]. [2020-04-24]. Dostupné na

<https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x76701>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Miroslav Kapec

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda

Nám. J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

2767641@student.ucm.sk

IS THERE STILL ANY SPACE FOR NEW SOCIAL MEDIA? TIKTOK IS AN ANSWER

Martin Kuchta – Monika Stanková

Abstract

Well-established social media platforms are nowadays being frequently used on daily basis and cover almost every consumer desire. However, in constantly changing consumers preferences, there is still space to develop a feature which might create a new successful social media platform. The main aim of the article is to identify the competitive advantage of TikTok as a platform, which significantly lures attention of consumers. An in-depth interview was utilized as a primary research method. The authors approached one social media specialist from a business area and one academic person oriented on a social media research and education. The findings of the paper indicate that competitive advantage of the new social media platforms reside in adaptation to constantly evolving consumers' media consumption.

Key words:

Digital marketing. Facebook. Media. Online marketing. Social media. TikTok.

Introduction

Social media are well-established platforms, which are used by millions of people worldwide. Very popular vehicle for social media consumption became smartphones, which are almost a perfect device for quick dose of information on the social media. The fact is caused by smartphone internet penetration. There are 4,4 billion active internet users worldwide and 4,0 billion active mobile internet users. Thus, internet penetration in mobile devices is 91,9%.¹ Spread smartphone internet connection allows almost every smartphone to contain at least one social media. Social media are usually very optimized for smartphones, because of raising number of users utilizing them for content consumption. For example, users consume Facebook (the most popular social media) almost exclusively on smartphones. Numbers says, that 96% of users use smartphone for Facebook consumption and only 25% also desktop devices.²

Users utilize the platforms for sharing their lives, gaining information about their friends, watching famous people, getting new information from media etc. The social media are nowadays so established it is difficult to imagine life without them. 97% of digital users used social media during the past month³ and 84% of users, who have access to the internet use social media regularly.⁴ Social media recorded boom after entrance of Facebook on the global market. Since then, new

¹ KEMP, S.: *Digital 2019: global internet use accelerates*. 2019. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>>.

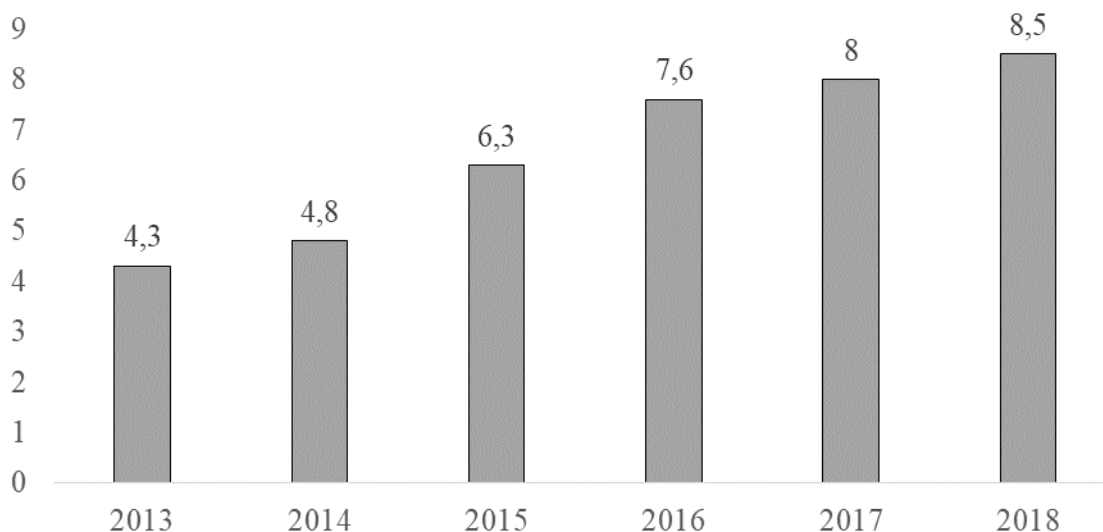
² WEARESOCIAL: *Digital in 2019*. [online]. [2020-04-08]. Available at: <<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>>.

³ GLOBALWEBINDEX: *The Latest Social Media Trends to Know for 2020*. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://www.globalwebindex.com/reports/social>>.

⁴ HOOTSUITE: *The global state of digital 2020*, 2020. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://hootsuite.com/resources/digital-2020>>.

social media are being made with a hope, that they will root in social media consumption of users. Only some of them are so successful.

Almost every social media requires to create an account if user wants to start to use a social network. Diversity of current social media possibilities forces people to use several social media at the same time.⁵ This means that users have to create several social media accounts and create several social media identities. Every social media has little different purpose, thus behavior of users is little different in every social media case. However, all social media accounts together create new digital, social media identity of a user. Wide social media options caused that in 2018 people had 8,5 social media accounts in average (Graph 1).



Graph 1 - Average number of social media accounts (2013 – 2018).

Source: CLEMENT, J.: Average Number of Social Media Accounts per Internet User from 2013 to 2018.S⁶

In 2013 people had 4,3 social media accounts in average. In 2018 the number almost doubled. People somehow became very confident with social media and stopped to consider them only as a source of entertainment. Since social media changed their positioning in minds of users to the information channel also, they became very stable media consumption channel.

1 Social media platforms

Social media are currently well-established platforms. However, some of them are established more than others. It also depends on what can be consider as a social media. If it is anything that can have a profile, then many platforms can be considered the social media. For example:

- *Facebook* – can be considered as the first globally successful social media platform. Facebook defined what social media is. It was created in 2004 and is now the most used social media worldwide⁷.

⁵ ALAM, MD. S., WANG, D., RAFIQUE, K.: Analyzing the Impact of Social Network Sites and Social Applications on Buying Attitude in Developing Nations Consumers. Engagement Using Flourishing Digital Platforms. In *International journal of enterprise information systems*, 2018, p. 108–123. [online]. [2020-04-08]. Available at: <<https://doi.org/10.4018/IJEIS.2018100108>>.

⁶ CLEMENT, J.: *Average Number of Social Media Accounts per Internet User from 2013 to 2018*. 2018. [online]. [2020-04-09]. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/788084/number-of-social-media-accounts/>>.

- *Instagram* – visual social media, which is focused on pictures and photos. It is more a source of visual satisfaction and entertainment than source of relevant information.
- *YouTube* – social media owned by Google ⁸ and focused on videos. It prefers horizontally oriented formats which are well consumable on desktop devices.
- *Snapchat* – relatively new social media platform very adapted for smartphone devices. Snapchat brought new format of content which disappears after 24 hours from publishing. The main focus is on the video content generated by users.
- *Twitter* – social media very spread on the USA market. It allows to share information and serves as a platform for regular people, celebrities, companies, politicians etc. It is often considered a source of information rather than a source of entertainment.
- *Spotify* – a platform for listening to music on demand.
- *Waze* – an application based on GPS location, which allows to share information about the traffic and helps drivers to avoid traffic jams for instance.
- *Shazam* – a platform which allows users to record a part of some song and it recognizes its name and author.
- *WhatsApp* – a chat application which in some point of view can have ambition to replace standard text messages.
- *Viber* – a competitor of WhatsApp with potentially same ambitions.
- Etc.

However, some of the mentioned are a little bit different social media platforms. Their purpose is not to connect people and share the information, but they are more specific ⁹. For example, Waze allows to create a profile, however, it is very specific and allows users to share only information about the traffic and the situation on the roads. For needs of this article, only the platforms which allow to share information about a user and which consume proffered type of content, will be considered social media. From the authors point of view there are three very traditional social media: Facebook, Instagram and YouTube.

Since its dawn, social media have significantly evolved, and they are continually adapting for a new content consumption patterns ¹⁰. Some of them are more successful than others. However, lower technology costs and cheaper manpower caused easy entrance for the new social media, which are able to react on the consumer preferences faster and more effective.

2 New social networks

As a new social media can be considered relatively new platforms such as Snapchat or rising star TikTok. Both of them were created in the recent years and since their launch, they have lured

⁷ BOYD, J.: *The History of Facebook: From BASIC to Global Giant*. 2019. [online]. [2020-04-11]. Available at: <<https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>>.

⁸ STATT, N.: *YouTube Is a \$15 Billion-a-Year Business, Google Reveals for the First Time*. 2020. [online]. [2020-04-11]. Available at: <<https://www.theverge.com/2020/2/3/21121207/youtube-google-alphabet-earnings-revenue-first-time-reveal-q4-2019>>.

⁹ BOYD, D. M., ELLISON, N. B.: Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In *Journal of computer-mediated communication*. 2007, p. 210–230. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>.

¹⁰ BOLTON, R. N. et al.: Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda. In *Journal of service management*. 2013, p. 245–267. [online]. [2020-04-08]. Available at: <<https://doi.org/10.1108/09564231311326987>>.

attention of significant number of users. Snapchat is now in decrease because of the competition, however TikTok is still raising and expanding in terms of new users.

TikTok

Musical.ly was an application which allowed users to create and edit short videos. In 2018 Chinese firm ByteDance bought the application and transformed it into the TikTok. The new TikTok social network contains features which allow users to create short videos and edit them. Video creation is determined by trends, which are changing very often. Current trends are:

- *lip-sync* – users synchronize their voice with a voice in some songs, so it looks like they are singing with a voice of a singer,
- *audio reactions* – users use audio from the speech of some famous person and create a funny reaction,
- *dancing to the music* – users try to create a dance to a specific song with purpose to make it viral.

TikTok has currently 500 million active monthly users ¹¹, it had 33 million downloads in the first quarter of 2019 ¹², people watch TikTok for 52 minutes per day in average ¹³ and videos have 1 billion views every day ¹⁴. Those are incredible numbers, especially when speaking about a new player in a social media field. A question remains, how is it possible and why TikTok lured so many users. What is its competitive advantage in comparison to other traditional social networks?

3 Methodology

The main aim of the article is to identify the competitive advantage of TikTok social network. The introductory part of the paper analyses already conducted researches on the subject. It unveils that TikTok as a relatively new social media platform shows incredible numbers and lures the attention of millions of consumers. The authors of the paper chose an in-depth interview as a primary research method. Two marketing specialists were approached for the research. One of the experts, identified as a respondent no. 1 (R1) was approached from an academic sphere (an academic person oriented on a social media research and education), and the second one, identified as a respondent no. 2 (R2) was a social media specialist from a business area. Following seven questions were constructed to ask the experts about the TikTok social network:

1. Who do you think is the target group of the TikTok social network?
2. In your opinion, could TikTok social network cause the outflows from other social networks?
3. In your opinion, will the traditional social networks imitate the functionalities of TikTok?
4. Conversely, in your opinion, will TikTok take over the functionalities of the traditional social networks?
5. Which aspects would you identify as TikTok strengths?
6. On the other hand, which aspects would you identify as TikTok weaknesses?

¹¹ KEMP, S.: *Digital 2019: q2 global digital statshot, 2019*. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2019-q2-global-digital-statshot?rq=tik tok>>.

¹² SENSORTOWER: *TikTok - Make Your Day*. 2020. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://sensortower.com/ios/us/tiktok-inc/app/tiktok-make-your-day/835599320/overview>>.

¹³ IQBAL, M.: *TikTok Revenue and Usage Statistics (2020)*, 2020. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>>.

¹⁴ INFLUENCERMARKETINGHUB: *50 TikTok Statistics That Will Blow Your Mind*. 2020. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://influencermarketinghub.com/tiktok-statistics/>>.

7. What do you consider to be the source(s) of TikTok’s competitive advantage?

The in-depth interviews were conducted via the Skype video calls. The duration of one video call was approximately 25 minutes. The questions along with the answers from the experts were put into the table for a better visual interpretation.

4 Results and discussion

To identify the competitive advantage of TikTok social network, seven different questions were constructed to ask the marketing specialists. The questions as well as the experts’ answers are presented in the following table (Tab. 1). For the sake of completeness, it is necessary to mention that R1 stands for the respondent no. 1 (an academic person oriented on a social media research and education), and R2 stands for the respondent no. 2 (social media specialist from a business area).

Table 1 - The identification of competitive advantage of TikTok social network.

Q1	Who do you think is the target group of the TikTok social network?
R1	In my opinion, it is mainly young people, mostly teenagers who are looking for a new form of entertainment in the way of making or watching short videos. At the same time, it is important to state that those creating the videos are the people who are not ashamed to share their videos knowing these could be seen by general public, which I think is also one of the main reasons why many young people tend to engage in this social network. Young people are also very adept at how to control smartphones, other social media, and to join the new one just like TikTok is, in the sense of adaptation, quite natural to them.
R2	Character and design of TikTok social network predetermine it to lure attention especially of young people who are very adaptable to new user interfaces and who consider smartphone control as very intuitive and natural. TikTok interface utilizes swiping as a primary control element, thus young people, who were literally raised up with smartphone in their hands have no problem to control the application.
Q2	In your opinion, could TikTok social network cause the outflows from other social networks?
R1	As it is now, I don't think so. As outlined in the previous answer, the TikTok social network is a platform whose main essence is to create short videos by its users. However, this is not a type of videos comparable to short story videos on Instagram or Facebook. Creating videos on TikTok, unlike those on Instagram or Facebook, is based on, so-called, trends. This means, some of the TikTok users come with a new trend, let's say, in the form of some kind of dance or lip syncing, and other users start to recreate this trend themselves and that's how the majority of TikTok videos arise. Using the appropriate hashtags, these videos then start to spread widely, as well as (in lot of the cases) the users' audience. In this way, TikTok is unique but will not cause the outflow of users from other social networks. Those users still want to share their beautiful pictures on their Instagram feeds, or chat with their friends on the Facebook messenger. Thus, TikTok could be seen just as an additional social network containing features that none of the other traditional networks have (yet).
R2	Depends on performance indicators which we focus on. In terms of reduction of regular active users, the answer is no. In terms of reduction of average time spend, the answer is yes. TikTok is a unique social media platform and its purpose is not to replace other (more traditional) social networks such as Facebook, Twitter or Instagram. TikTok

	offers special features which are not available on other social networks or are available in different ways. That is the reason, why I think, TikTok will be only one more option where people will spend their time dedicated to social media. TikTok will cause diversification of consumption of social media.
Q3	In your opinion, will the traditional social networks imitate the functionalities of TikTok?
R1	I think there is a high possibility for something like that to happen. Looking back at what happened with Snapchat, it also started as something new with its unique feature - short story videos. The traditional social networks noticed the Snapchat's rapid growth, seized the opportunity and few months later, Instagram, as well as Facebook (following later on), joined the short story videos trend as well. Similarly, as in the case of Snapchat, TikTok also has some special unique features and has grown rapidly. In my opinion, it's only a matter of time until the traditional social networks identify how these unique features could be used to their advantage.
R2	It is very probable. When we learn from the history it is usual behavior on a social media market. Snapchat, as recent rising social media star had almost immediately after the launch significant number of users. It was caused by its unique features it brought on the social media market. However, Instagram (owned by Facebook) imitated the features and caused significant decrease of Snapchat popularity. We can await very similar actions also in the case of TikTok.
Q4	Conversely, in your opinion, will TikTok take over the functionalities of the traditional social networks?
R1	I think this is quite difficult to estimate. Even though some of the social networks are, in some features, similar, each of them is also unique in its own way. TikTok is aware of how rapidly it has grown because of its uniqueness and why there are still so many new users joining the community. In my opinion, as it is now, TikTok will not incorporate the functionalities of other social networks but maybe later, when it will notice the stagnation or even the decrease of active users, it will consider to build in some new features.
R2	I do not think so. TikTok's unique features are the reason of its popularity. TikTok will extend its functionalities about the features which will be demanded by users or will allow better monetization of the platform. In case a new feature will copy existing feature of existing traditional social network it can be consider a coincidence.
Q5	Which aspects would you identify as TikTok's strengths?
R1	I think it is the TikTok's ease of use, its visual simplicity, intuition, the possibility of creating vertical videos and the previous mentioned trends going around the social network. This gives users the ability to constantly create new videos about which they know beforehand will be interesting to the general public, thus ensuring a large number of views and the new followers. With that being said, one of the TikTok's strengths lies in the chance of a rapid increase in users' followers (which, in comparison to other social networks, is a lot higher), as by using the right hashtags, the social network will push these users' videos to the so called homepage, making them visible to the wide audience. And that is, in my opinion, what many young people nowadays wish for.
R2	It is definitely the user interface. TikTok is modern social media platform built on the modern content consumption patterns. That means it is oriented exclusively on smartphones, content is vertical to perfectly fit a smartphone screen, user controls the

	platform by swipes which are very natural for smartphone users. Its modern platform, for modern people adjusted for modern content vehicles.
Q6	On the other hand, which aspects would you identify as TikTok's weaknesses?
R1	At this current moment, to be honest, I can't think of any. Obviously, there are still many features that other social networks have and TikTok doesn't, but it does not necessarily mean it is the application's weakness.
R2	Orientation on young users. Concept of the TikTok automatically cuts off older target groups and limits total possible number of users. It is improbable it will lure attention of older people who are used to spend time on the traditional social networks. The reason is simple: they are used to some control patterns and it is inconvenient for them to create an effort to learn new control methods.
Q7	What do you consider to be the source(s) of TikTok's competitive advantage?
R1	In my opinion, it's all the TikTok's strengths mentioned earlier. Thus, its ease of use, visual simplicity, intuition, the possibility of creating vertical videos and last, but not least, a high chance of a rapid increase in users' followers.
R2	Perfect orientation on the modern communication technology users. In other words, perfect user interface and user experience adapted for smartphones.

Source: Authors' research.

As can be interpreted from the results of the paper, these show a strong consensus among the social media specialists on the topic. Both experts agreed on what kind of consumers represent the target group of TikTok, what are the strengths, as well as the weaknesses of this relatively new social media platform, and what is the source of its competitive advantage.

Conclusion

TikTok is a relatively new social network which has grown rapidly over the past few years. As a relatively new social media platform, it's been reaching incredible numbers of active monthly users, the application downloads, and the daily views. The main aim of the article was to identify the competitive advantage of this new social network. To achieve the above-mentioned aim, two in-depth interviews with marketing specialists were conducted as a primary research method.

The article is divided into two main parts. In the introductory part, the already conducted researches focused on the subject are analyzed. The second part of the article is devoted to the results of the authors' research.

The results of the paper uncovered the target group of Tiktok, the strengths as well as the weaknesses of the network, and last, but not least, its competitive advantage over the traditional social networks. Both marketing experts agreed that the target group of TikTok is primarily young people, seeking a new form of entertainment, who were literally growing up with the smartphone in their hands. Thus, for them, the character and design of the new social network is tailor-made. The experts also agreed on whether, in their opinion, TikTok would cause outflows from the other social media platforms. Both stated that TikTok is just an additional, one more option social network which will not cause outflows from the traditional social media. When asking about the other social networks imitating the functionalities of TikTok, the experts considered it possible as looking back on the case of Snapchat social network and the followed imitation of short "story" videos by Instagram and Facebook. The experts' answers to the question as to whether in their opinion

TikTok will take over the functionalities of the traditional social network were also consistent. They both agreed that the new social network has unique features and will most probably not imitate the features of other social networks. Next three questions the authors of the paper asked were about the strengths, weaknesses and the competitive advantage of the new social media. The experts agreed that the strengths of the application are presented mainly by its user interface, ease of use, intuition, and the vertical content which perfectly fits a smartphone screen. As the weaknesses, the experts only see in the target group of the network, as its main orientation is on the young people, and by the content of the app, it is automatically cutting off the older target groups. Last, but not least, the main finding of the article is, that the competitive advantage of the TikTok social network was identified in the app's user interface, as well as in its user experience.

Further research could focus on the social media competitive advantage benchmarking based on the user interface and the user experience.

Literature and sources:

- ALAM, MD. S. A., WANG, D., RAFIQUE, K.: Analyzing the Impact of Social Network Sites and Social Applications on Buying Attitude in Developing Nations Consumers. Engagement Using Flourishing Digital Platforms, In *INTERNATIONAL JOURNAL OF ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS*. 2018, p. 108–23. [online]. [2020-04-08]. Available at: <<https://doi.org/10.4018/IJEIS.2018100108>>.
- BOLTON, R. N., PARASURAMAN A. P., HOEFNAGELS, A., MIGCHELS, N., KABADAYI, S., GRUBER, T. et al: Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda, In *JOURNAL OF SERVICE MANAGEMENT*, 2013, p. 245–67. [online]. [2020-04-08]. Available at: <<https://doi.org/10.1108/09564231311326987>>.
- BOYD, D. M., ELLISON, N. B.: Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In *JOURNAL OF COMPUTER-MEDIATED COMMUNICATION*. 2007, p. 210–30. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>>.
- BOYD, J.: *The History of Facebook: From BASIC to Global Giant*. 2019. [online]. [2020-04-11]. Available at: <<https://www.brandwatch.com/blog/history-of-facebook/>>.
- CLEMENT, J.: *Average Number of Social Media Accounts per Internet User from 2013 to 2018*. 2018. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://www.statista.com/statistics/788084/number-of-social-media-accounts/>>.
- GLOBALWEBINDEX: *The Latest Social Media Trends to Know for 2020*. 2020. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://www.globalwebindex.com/reports/social>>.
- HOOTSUITE: *The Global State Of Digital 2020*. 2020. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://hootsuite.com/resources/digital-2020>>.
- INFLUENCERMARKETINGHUB: *50 TikTok Statistics That Will Blow Your Mind*. 2020. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://influencermarketinghub.com/tiktok-statistics/>>.
- IQBAL, M.: *TikTok Revenue and Usage Statistics (2020)*. 2020. [online]. [2020-04-12]. <<https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>>.
- KEMP, S.: *Digital 2019: global internet use accelerates*. 2019. [online]. [2020-04-10]. Available at: <<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>>.
- KEMP, S.: *Digital 2019: q2 global digital statshot*. 2019. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://datareportal.com/reports/digital-2019-q2-global-digital-statshot?rq=tik tok>>.
- SENSORTOWER: *TikTok - Make Your Day*. 2020. [online]. [2020-04-12]. Available at: <<https://sensortower.com/ios/us/tiktok-inc/app/tiktok-make-your-day/835599320/overview>>.
- STATT, N.: *YouTube Is a \$15 Billion-a-Year Business, Google Reveals for the First Time*. 2020. [online]. [2020-04-11]. Available at: <<https://www.theverge.com/2020/2/3/21121207/youtube-google-alphabet-earnings-revenue-first-time-reveal-q4-2019>>.

WWARESOCIAL: *Digital in 2019*. 2019. [online]. [2020-04-10]. Available at:
<<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>>.

Contact data:

Ing. Martin Kuchta, PhD.
University of Economics in Bratislava
Dolnozemska cesta 1
852 35 Bratislava
SLOVAK REPUBLIC
martin.kuchta@euba.sk

Ing. Monika Stanková
University of Economics in Bratislava
Dolnozemska cesta 1
852 35 Bratislava
SLOVAK REPUBLIC
monika.stankova@euba.sk

ÚVOD DO ZVYŠOVANIA ENGAGEMENTU PROSTREDNÍCTVOM HERNÝCH SYSTÉMOV VO VYŠŠOM VZDELÁVANÍ

Engagement increasing through the use of game elements in higher education; the introduction

Alexandra Kukumbergová

Abstrakt

Text sa zameriava na problematiku využívania herných prvkov za účelom zlepšenia zapájania a motivácie študentov na vysokej škole. Východiskom je pritom obhájenie takéhoto prístupu, ktorý je podložený tvrdením rôznych autorov a taktiež praktickými príkladmi. Je krátkym úvodom do problematiky využívania gamifikácie v prostredí vysokej školy a ide o prehľadovú štúdiu, ktorá má poslúžiť ako teoretický základ k ďalšiemu praktickému výskumu.

Kľúčové slová:

Gamifikácia. Herné prvky. Motivácia.

Abstract

Text deals in issue of using game elements in due to increase engagement and motivation among university students. Our base, is to successfully do that is to state the approach which is based in our knowledge coming from other different authors and also in practical examples. It's short introduction into usage of gamification in university environment and we can say it's an overview which is meant to be used as a theoretical background for next practical research.

Key words:

Gamification. Game Elements. Motivation.

Úvod

Text slúži ako základ pre čiastkový výskum, potrebný k uskutočneniu empirického výskumu. Pre vhodný výskum, ktorého praktickou časťou bude implementácia herného systému do „testovacej“ skupiny študentov, je potrebná dôkladná teoretická príprava, ktorá zahŕňa nielen prieskum problematiky a náhľadov rôznych autorov, a toho, ako je riešená v podobných prostrediach v iných projektoch (ktoré sa nemusia výlučne týkať len vzdelávania, ale môžu zasahovať aj do iných vzťahov, napríklad zamestnaneckých), teda najmä zahraničných zdrojov, ale súčasťou tejto prvej fázy by malo byť aj dôkladné pochopenie konkrétneho prostredia, v ktorom sa projekt uskutoční.

Text je teda účelným predvýskumom, pričom, hoc zameraný na špecifickú skupinu, predpokladá uplatniteľnosť prístupu aj v iných oblastiach. Projekt, ktorý chceme načrtnúť, má mať za úlohu zvýšenie záujmu, motivácie, informovanosti o možnostiach študentov, ale aj uľahčenie identifikácie tých, ktorých môžeme označiť za nadpriemerných, pričom sa to nemusí týkať bezvýhradne študijných výsledkov, ako skôr iných prínosov, ktorými môže študent prispieť škole (a samozrejme naopak). Ciele projektu nie sú ale predmetom tejto práce, tá ma za úlohu skôr zjednodušiť hľadanie

správneho postupu, ako k „poherňovaniu“ univerzitného diania pristupovať a identifikovať možné rizikové faktory, ako ale aj výhody toho, že sa nachádzame v pomerne uvoľnenom priestore, ktorý nie je striktné obmedzený reštrikciami, aké by sme našli napríklad vo firmách, predaji, alebo aj na nižšom (teda povinnom) stupni vzdelávania.

1 O čom hovoríme, keď hovoríme o gamifikácii



Obrázok č. 1 - Have you tried to google it?

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Gamifikácia vo vzdelávaní. Gamifikácia ako prostriedok v marketingu. Gamifikácia ako vládny nástroj k dosiahnutiu politických a ekonomických cieľov. „Moderná motivácia nielen pre hráčov“¹, „krehký, ale mimoriadne vzdelávací mechanizmus“², alebo; „Uplatňovanie herných princípov na zvýšenie motivácie. Kurz otvoríme podľa záujmu.“³

Čo je to vlastne gamifikácia, čo musí spĺňať, kde všade je a koľko jej je? Dobrou ukážkou – ak si dovoľíme zachovať veľký odstup a použiť masívne zjednodušenie problému – je výsledok, ktorý vám ukáže Google ak doň zadáte slovo *gamification*. Prvé výsledky googlenia pripúšťajú obrovský potenciál, ktorý gamifikácia prináša; dôkazom je to, že články naozaj pochádzajú z rôznych oblastí. Potenciálne možnosti sú však načrtnuté veľmi povrchné, väčšinou sa opierajú o prvotné názory na gamifikáciu, ktoré môžeme považovať za pomerne nefunkčné. Na to, že je to téma, ktorá má byť hravá (čo by malo vychádzať zo samotnej podstaty hier), je výsledok jednotvárný, nudný a vágny. Samozrejme, náš pohľad na problematiku neopierame o to, aké obrázky nám ukáže prehliadač, ale o teoretické východiská viacerých odborníkov, ktoré sú zrozumiteľne doložené praktickými prínikami, tak, ako to popisujeme nižšie.

1.1 Táto krajina nie je pre „starých“ – nutnosť upustiť od nadšenia spred desiatich rokov

Vychádzajúc z toho, ako bola gamifikácia vnímaná zozatiaťku, keď predstavovala lákadlo, ku ktorému nekriticky pristupovali ľudia a spoločnosti chytiví zisku; Brayden Olson, zakladateľ herného štúdia Novel Inc., možnosti gamifikácie nazval Divokým Západom so zlatom pre každú firmu, ktorá je ochotná ho nájsť; Alex Konrad, novodobý trend nazval zlatou horúčkou

¹ VINC, S.: Čo je to gamifikácia? Moderná motivácia nielen pre hráčov. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://techbox.dennikn.sk/temy/co-je-to-gamifikacia-moderna-motivacia-nielen-pre-hracov/>>.

² MACHAJ, J.: Gamifikácia krehký, ale mimoriadne vzdelávací mechanizmus. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://www.ucn.sk/z-domova/gamifikacia-je-krehky-ale-mimoriadne-efektivny-vzdelavaci-mechanizmus/>>.

³ Gamifikácia – uplatňovanie herných princípov na zvýšenie motivácie. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://www.pdcs.sk/sk/kurzy/gamification>>.

a gamifikáciu definoval ako spôsob, ako zákazníkov prilákať pomocou techník ukradnutých z videohier.⁴

Dôvod, prečo pokladáme za kľúčové zbaviť sa tejto predstavy, je fakt, že toto prvotné nadšenie, ktoré doprevádzalo „objavenie“ herných mechaník, je taktiež dôvodom toho, prečo toľko gamifikačných pokusov zlyhalo. Poklad, ktorý gamifikácia môže predstavovať, znamenal príliš sľubnú výzvu, takže sa začala hromadne využívať na miestach, kde takéto prvky nemali šancu byť efektívne; aj keby boli implementované správne (čo často neboli).

Toto je dôležité poznanie, nakoľko pri povrchnom rešerši stále nachádzame oklieštené chápania toho, čo je to gamifikácia, čo je presne to, čomu je nutné sa vyhnúť, ak chceme dosiahnuť optimálne výsledky; a popritom objaviť čo najviac využiteľných mechaník, ktoré sa nezmestia do obmedzeného chápania gamifikácie, ako to vidíme v PBL (points, badges, leaderboards) verzii.

1.2 Gamifikačná triáda – posledné tri istoty?

To, čo mnohí autori (menovaní nižšie) považujú za najväčšiu chybu, je nesprávne uchopenie toho, čo je podstatou hier. Najlepšie to popisuje Ian Bogost, ktorý tvrdí, že to, čo je popisované niektorými veľkými zástancami gamifikácie, ako formy prostriedku na obohatenie (napríklad v marketingu), ako „...*hlavné herné mechaniky, nie je, samozrejme, správne. Hlavné herné mechaniky su operačné časti hry, ktoré spôsobujú pocit záujmu, potešenia, strachu, fascinácie, nádeje alebo množstvo iných vnemov. Body a levely sú jednoduché gestá, ktoré poskytujú štruktúru a merajú pokrok v takomto systéme.*“⁵

Yu-Kai Chou toto nazýva povrchnou vrstvou hier, škrupinou hernej skúsenosti a podľa neho je to najviac videné vo forme PBL (skratkou pre body, odznaky a leaderboardy). Tento autor chápe pohoršenie, ktoré takéto plytké nepochopenie vyvolalo v komunite herných návrhárov, ktorí to môžu chápať ako „*zbastardenie pravej esencie vlastnej dobrým hráčom.*“⁶

Hoci to znie pomerne radikálne, títo autori majú bližšie k hrám ako takým, ako k marketingovým nástrojom a ich slová sú teoretickým východiskom toho, čo nachádzame aj v praktických príkladoch nevydarených pokusov o gamifikáciu, a teda základom toho, na čo treba dbať pri zostavovaní systému s hernými prvkami. Tieto herné prvky nemôžu mať podobu číselných bodov, stupnicou úspechu a levelovania; minimálne nie jedine takú, ale musia prinášať to, čo považujeme podstatnejšie; a akoby sa odkloniť od toho, čo je herné (v okresanom zmysle slova) k tomu, čo je hravé.

1.3 Možnosti praktického prevedenia

Z uvedeného vyplýva, čomu sa treba vyhnúť, ak si zoberieme poučenie z akademického prístupu k tomu, čo ideme vlastne robiť. Existuje však nejaký návod, ktorý by niesol pravdepodobnosť úspešného prevedenia? Pretože predsalen je jednoduchšie stanoviť si merateľné a stručné ukazovatele a označiť ich hernými prvkami, ako je to v prípade zbierania bodov, levelov a odznakov. Ako je možné odmerať zlepšené prežívanie, ktoré by mala prinášať „skutočná“ zábavná, pohlcujúca a obohacujúca gamifikácia?

⁴ KONRAD, A.: *Inside the gamification gold rush*. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<http://fortune.com/2011/10/17/inside-the-gamification-gold-rush-2/>>.

⁵ BOGOST, I.: *Persuasive Games: Exploitationware*. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <http://www.gamasutra.com/view/feature/134735/persuasive_games_exploitationware.php>.

⁶ YU-KAI CHOU: *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Los Angeles : Octalysis Media, 2015, s. 63.

Ak si položíme takúto otázku; a teda ako dobre nastaviť taký systém, a aké sú možnosti samotného overenia úspechu, máme niekoľko možností, ako na ne odpovedať. Tá, ktorá sa zdá najrelevantnejšia, úzko súvisí s tým, čo môžeme považovať za kľúčovú časť gamifikácie; tá by totiž mala byť v prvom rade *dobrovoľná*. To, čo je ťažké docieľiť pri skupine detí, ktorým by sme chceli gamifikovať výučbu, alebo divízii znudených zamestnancov, je pomerne ľahšie docieľiteľné v prostredí vysokých škôl, kde by sme chceli takýto model odskúšať. To, že by bol takýto program/systém dobrovoľný, totiž prináša aj možnosť presného odsledovania si úspechu. Množstvo študentov, čo sa zapojí do určitých aktivít, ku ktorým sa dostanú cez takýto systém, môže byť celkom merateľné a exaktné číslo.

2 Možné riziká a výhody

Tak, ako sme písali v úvode, to, že predmetom projektu je gamifikácia v prostredí vysokej školy, prináša niekoľko výhod. Možnosť nastaviť systém ako dobrovoľný (čo je tak či tak jedna z podmienok podľa viacerých autorov) a z nej odvíjajúce sa merateľné čísla je jedna z nich. Ďalšou je to, že samotný proces zisťovania, čo funguje najlepšie v takomto prostredí a za účelom našich cieľov, môže byť taktiež veľmi prínosným výskumom, ktorý aj pri „zlyhaní“ v prenesenom slova zmysle (teda ak niektoré časti nebudú mať okamžitý výsledok alebo práve naopak, dopadnú celkom inak, ako môžeme vopred očakávať), poprvé nemusíme sa obávať penált, ku ktorým by došlo v inom prostredí (napríklad vo forme stratených ziskov, nespokojných zamestnancov, etc.). Podruhé, priestor vysokej školy umožňuje väčšiu mobilitu a voľnosť v možnostiach toho, čo pokladáme za „skutočnú gamifikáciu“ (vychádzajúc najmä z kritiky PBL systémov a snažiac sa poučiť z chýb, ktoré sú už teraz zdokumentované).

To, v akom prostredí sa téma nachádza, prináša niekoľko výhod. Aktívnu komunikáciu so žiakmi je možné docieľiť pomerne ľahšie, ako napríklad vyhľadávanie vyjadrení od potenciálnych zákazníkov, čo môže znamenať napríklad aj ľahšie získavanie odpovedí, ak by sme sa pre získavanie dát rozhodli napríklad pre ankety alebo skupinové diskusie. To, čo mnohí autori pokladajú za dôležitú časť gamifikácie, dobrovoľnosť, v tomto prostredí strácame, nakoľko herné elementy si žiaci nebudú sami vyberať, ale budú im pridelené na základe toho, v akej výskumnej skupine sa nachádzajú. To ale nevyhnutne nemusí znamenať, že všetky vsunuté prvky budú pre žiakov povinné, nakoľko v rámci prirodzeného a príjemného herného dizajnu by sme mali dbať na to, aby aj v tomto prostredí boli zachované dôležité motívy hier; čaro z objavovania, súťaživosť, zábavné prvky a podobne. To všetko je náročné zachovať pri tom, keď miera hier a hravosti vsunutých do vyučovacieho procesu je stanovená vopred dohodnutým a stanoveným rozmedzím, a teda hoc náročné, tento prístup považujeme za vitálny, ak vychádzame z teoretických poznatkov získaných z odbornej literatúry a pozorovania prípadových štúdií fungovania a nefungovania gamifikácie. Ak by sme totiž vedeli úspešne zapojiť študentov, zvýšiť ich záujem o vyučovaný predmet alebo aj o školské aktivity samotné, znamenalo by to, že k pozitívnej zmene nie je nutný prepracovaný komplexný systém, ale želané výsledky môže priniesť aj niekoľko jednoduchých (kreatívne vymyslených a správne nastavených) mechaník z herného prostredia. To by bol prijateľný výsledok, ktorý by mohol poukázať na možné malé zásahy do zaužívaného systému, ktoré majú potenciál pomôcť k malým zmenám.

Pesimistickejší odhad, ktorý nabáda k skepse voči úspechu takýchto nekomplexných zásahov, však taktiež môže priniesť výsledok, ktorý by stál za pozornosť. Za predpokladu, ak by sme vypozerovali zmeny v prístupe k školským záležitostiam, znamenalo by to potvrdenie tézy, ktorá sa nesie celou témou gamifikácie; že neúspech pokusov o gamifikáciu v akomkoľvek odbore je zapríčinený najmä nesprávnou/nedostatočnou snahou o skutočné splynutie herných a hravých

prvkov s konkrétnou činnosťou a s vytrhávaním osamotených herných prvkov a ich neúspešného zasadzovania do neherného prostredia.

Ďalšou z výhod, ktorá sa v tomto prostredí automaticky ponúka, je to, že motív hier ako taký môže byť podstatne bližší študentom digitálnych hier, a teda ich zapojenie do takéhoto procesu môže byť pomerne vďačnejšie ako v prípade dospelých ľudí, ktorým sa podobné pokusy môžu javiť ponížujúce a zbytočné (ako ukazujú niektoré neúspešné gamifikačné pokusy napríklad na pracoviskách). Využívanie predpokladanie hravosti k lepšiemu prežívaniu školských povinností, ktoré by v najlepšom prípade mohlo viesť k zlepšeniu učenia sa, prístupu k učivu atď. je ideálny model gamifikácie. U študentov by mohol byť takýto prístup jednoduchšie vyskúšaný aj z toho dôvodu, že na rozdiel od dospelých ľudí, ktorí sú pravdepodobne výraznejšie orientovaní na výsledky, študenti majú ešte stále tendenciu uprednostniť príjemné, zábavné prežívanie pred motiváciou ku konkrétnym cieľom; čo je dobrý základ pre úspešnú gamifikáciu, a to aj keď ju budeme brať ako nástroj, ako sa k tým konkrétnym cieľom dopracovať.

Záver

Text v krátkosti uvádza problematiku gamifikácie v prostredí, do ktorého ju plánujeme uvádzať v ďalších častiach výskumu. Jeho úlohou je načrtnúť špecifiká tohoto prostredia a upozorniť na možné odlišnosti, ktoré prinášajú. Ak pri literatúre o hrách a herných elementoch na školách hovoríme, že ich nemôžeme brať ako zaručený návod, platí to v oboch smeroch. Nemôžeme tak chápať tieto knižné zdroje, ktoré to o sebe konieckoncov ani nevyhlasujú, a pri ich prehliadaní je nutné zachovať si kritický náhľad aj čo sa týka rozdielov v tom, aký má základ školstvo, ako ho vidia jednotliví autori z rôznych krajín. Zámerom nie je vymedziť teoretické poznanie, ktoré vďaka autorom uvedeným v použitej literatúre a zdrojoch máme. To, že máme takéto východiská, vďaka ktorým môžeme fundovanejšie pristupovať k problému, je čiastočnou zárukou optiky, ktorá je schopná vnímať nedostatky a možné riziká.

Literatúra a zdroje:

BOGOST, I.: *Persuasive Games: Exploitationware*. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <http://www.gamasutra.com/view/feature/134735/persuasive_games_exploitationware.php>.
Gamifikácia – uplatňovanie herných princípov na zvýšenie motivácie. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://www.pdcs.sk/sk/kurzy/gamification>>.
KONRAD, A.: *Inside the gamification gold rush*. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<http://fortune.com/2011/10/17/inside-the-gamification-gold-rush-2/>>.
VINC, S.: *Čo je to gamifikácia? Moderná motivácia nielen pre hráčov*. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://techbox.dennikn.sk/temy/co-je-to-gamifikacia-moderna-motivacia-nielen-pre-hracov/>>.
YU-KAI CHOU: *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Los Angeles : Octalysis Media, 2015.

Kontaktné údaje:

Mgr. Alexandra Kukumbergová
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Námestie J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
alexandrakukumbergova@gmail.com

AKO ZÁSTUPCOVIA GENERÁCIE Z VNÍMAJÚ VPLYV SOCIÁLNYCH SIETÍ NA PROCES VYTVÁRANIA ICH NÁZOROV A PREFERENCIÍ

How do the members of Generation Z perceive the influence of social networks on the creative processes of their opinions and preferences

Patrik Lenghart

Abstrakt

Konferenčný príspevok sa sústreďuje na generáciu Z cez prizmu odberateľa obsahov sociálnych sietí. Pomocou kvantitatívnej metódy opytovacej vo forme dotazníka sme realizovali výskum na výskumnom súbore vo veľkosti 100 respondentov na jednom gymnáziu na západnom Slovensku. Podľa výsledkov nášho výskumu si naši respondenti v priemere vo veku 17 rokov do určitej miery uvedomujú vplyv sociálnych sietí na ich procesy vytvárania názorov a preferencií, avšak väčšia časť z nich tieto vplyvy považuje za málo významné. Súčasťou príspevku je aj niekoľko grafov zobrazujúcich odpovede našich respondentov.

Kľúčové slová:

Generácia Z. Procesy. Tvorba názorov. Tvorba preferencií. Vplyv sociálnych sietí.

Abstract

Our conference paper focuses on the Generation Z via the prism of the user of social networks. Using the quantitative methods (specifically the survey) we realized a research on 100 respondents at a single gymnasium high school in western Slovakia. According to the results, the respondents of average age of 17 years are aware of the influences social networks have on the creative processes of their opinions and preferences to some extent, however most of them disregard these influences as unimportant. Some of our findings are displayed in graphic form.

Key words:

Creation of opinions. Creation of preferences. Generation Z. Processes. The influences of social networks.

ÚVOD

Generáciou Z rozumieme ľudí narodených medzi rokmi 1997 a 2007¹, a táto generácia sa považuje za prvú generáciu v histórii ľudskej spoločnosti, ktorej členovia sa narodili do prostredia aktívne zasiahnutého internetovým pripojením. Predpokladá sa, že väčšina detí narodených v západných civilizáciách v tomto časovom rozmedzí nadobudla prvú skúsenosť s internetom a jeho vplyvmi už

¹ DIMOCK, M.: *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. 2019. [online]. [2020-01-24]. Dostupné na: <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/190616/children-media-use-attitudes-2019-report.pdf>.

počas detstva, a preto je podľa nás nevyhnutné sa na túto mediálnu kohortu zamerať aj spôsobom, ktorý by im dovoľoval reflektovať o vlastných pocitoch a skúsenostiach s internetovým dianím.

Pre poukázanie na aktuálnosť témy uvádzame, že v roku 2019 mala viac ako polovica detí do 10 rokov vlastný smartfón. Taktiež viac ako polovica detí preferovala internetové streamingové video služby pred televíznym vysielaním, pričom viac ako štvrtina detí do 10 rokov už televízne vysielanie nesleduje vôbec, nakoľko si tieto deti dokážu sami vybrať požadovaný obsah na streamingových službách, ktoré takisto dokážu sami obsluhovať.²

1 Výhodiská výskumu

Pre realizáciu nášho výskumu bolo dôležité zvoliť vhodný výskumný súbor, a preto sme sa snažili zachytiť respondentov približujúcich sa strednej vekovej hodnote generácie Z. Ak berieme do úvahy, že najstarší členovia tejto kohorty, narodení v roku 1997, môžu mať v roku 2020 približne 23 rokov a najmladší členovia tejto kohorty, narodení v roku 2007, budú mať v roku 2020 približne 13 rokov, stredné vekové hodnoty tejto mediálnej kohorty sa pohybujú medzi dovŕšenými sedemnástimi a devätnástimi rokmi.

Z tohto dôvodu sme sa rozhodli náš výskum realizovať na strednej škole, kde mávajú študenti vo všeobecnosti od pätnásť do dvadsať rokov, a tak by mohli tvoriť relevantný výskumný súbor pre naplnenie našich cieľov.

Náš výskumný súbor tvorilo 100 študentov gymnázia na západnom Slovensku, z toho 64 dievčat a 36 chlapcov vo veku od 15 do 19 rokov, pričom priemerný vek nášho výskumného súboru bol presne 17 rokov. Priemerný vek respondentov v našom výskumnom súbore sa teda dostatočne priblížil strednej hodnote priemerného veku všetkých zástupcov generácie Z.

2 Metodika výskumu

Cieľom nášho výskumu bolo zistiť, či si zástupcovia generácie Z uvedomujú vplyvy sociálnych sietí na ich vnútorné procesy a či tieto vplyvy považujú za dôležité.

Rozhodli sme sa pre kvantitatívnu metódu výskumu, a to dopytovaním vo forme dotazníka z viacerých dôvodov, pričom jedným z hlavných bola určitá objektivita zachovaná v štandardizovanej forme dopytovania. Taktiež sme brali do úvahy aj cieľovú skupinu, teda študentov stredných škôl, ktorí sú podľa nás dostatočne zvyknutí na písomné testovanie, a teda ich podľa nás písomný dotazník podávaný na pôde školy neuviedol do rozpakov alebo iného psychologického stavu nevhodného pre realizáciu výskumu.

Kolekcia dát prebehla v januári 2020. Po získaní stovky vyplnených exemplárov dotazníka sme všetky podrobili kontrole a vyhodnotili sme, že všetky boli vyplnené podľa pravidiel. Nezaznamenali sme žiadne irelevantné odpovede alebo snahy o sabotáž výskumnej aktivity zo strany opýtaných respondentov.

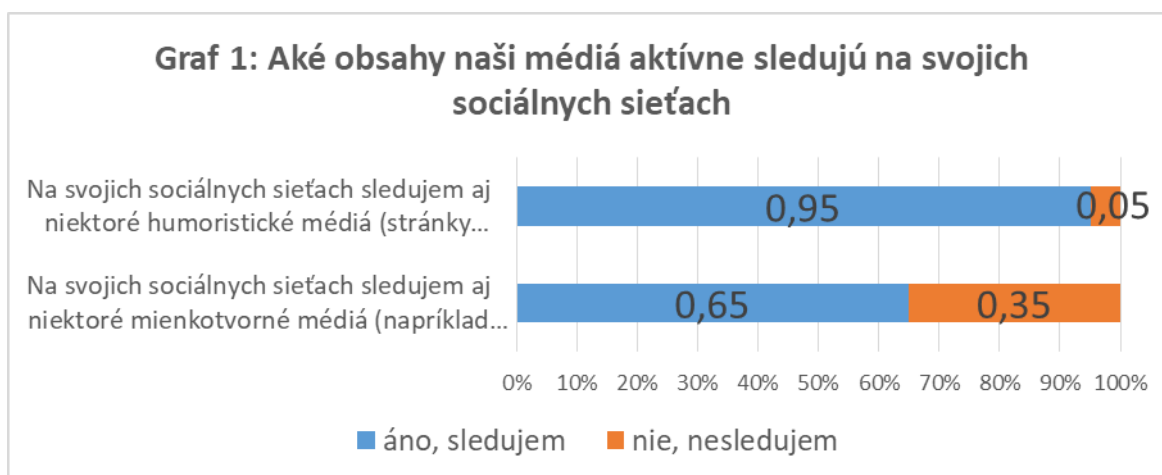
² *Children and Parents: Media use and attitudes report 2019*. [online]. [2020-01-24]. Dostupné na: <<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2019>>.

3 Výsledky výskumu

Prvou položkou v našom dotazníku bol priemerný denný čas aktívne strávený na internete, ktorým rozumieme napríklad surfovanie po webových stránkach, čas strávený na sociálnych sieťach alebo hranie internetových videohier. Z odpovedí našich respondentov vyplýva, že denne aktívne na internete strávia v priemere 5.19 hodiny, čo zodpovedá dĺžke 5 hodín a 11 minút. Pre porovnanie, priemerná dĺžka spánku adolescentov sa uvádza v dĺžke 7 hodín a 15 minút.³ Znamená to, že asi tretinu svojho aktívneho dňa, ktorí adolescenti netrávia spánkom, sú aktívne pripojení na internet a zapájajú sa do online života.

Pre bližšiu ilustráciu tohto času sme sa v dotazníku našich respondentov pýtali aj na to, či majú aktívnu službu mobilný internet (teda hovorovo internet alebo dáta v mobile). Až 73% našich respondentov uviedlo, že službu mobilný internet aktívnu majú.

Pre adresnosť témy upriamenú na vnímanie vplyvov sociálnych sietí bolo pre nás dôležité zistiť, či naši respondenti sociálne siete využívajú aj na prehliadanie obsahu, ktorý by mohol ovplyvňovať procesy tvorby ich názorov a preferencií. V dotazníku sme túto problematiku adresovali otázkami, či na svojich sociálnych sieťach sledujú aj mienkotvorné a humoristické médiá.

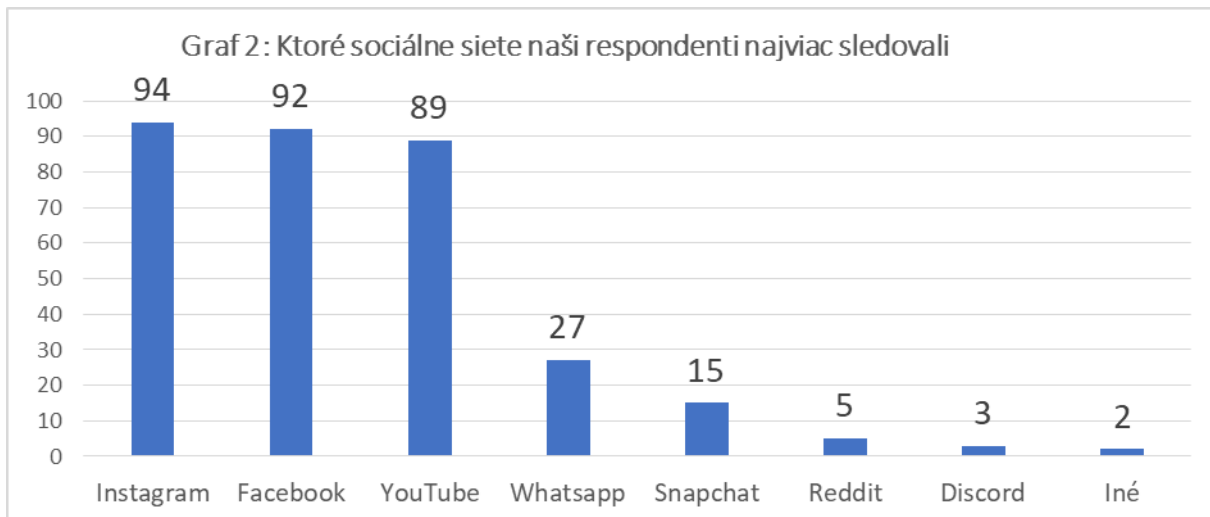


Graf č. 1 - Mediálne obsahy na sociálnych sieťach preferované našimi respondentmi.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Na grafe 1 zobrazujeme pomer odpovedí na otázku týkajúcu sa prehliadaného obsahu. 95% našich respondentov sledovalo prostredníctvom sociálnych sietí aj humoristické stránky a 65% našich respondentov uviedlo, že sledujú aj mienkotvorné médiá. (Uvedomujeme si, že toto delenie na humoristické a mienkotvorné médiá by z hľadiska delenia žurnalistických a mediálnych žánrov mohlo byť príliš všeobecné, avšak sme sa preň rozhodli pre potrebu priblíženia sa členom výskumného súboru – mladým ľuďom bez dokončeného stredoškolského štúdia, ktorých by podľa nás rigorózne žánrologické delenie mohlo zmiast'.) Ďalej sme sa v dotazníku pýtali, ktoré sociálne siete aktívne naši respondenti využívajú. Aktívnym využívaním sa rozumie vlastníctvo a pravidelné spravovanie osobného účtu (profilu) na týchto sociálnych sieťach. Respondenti mali za úlohu vybrať všetky vyhovujúce odpovede.

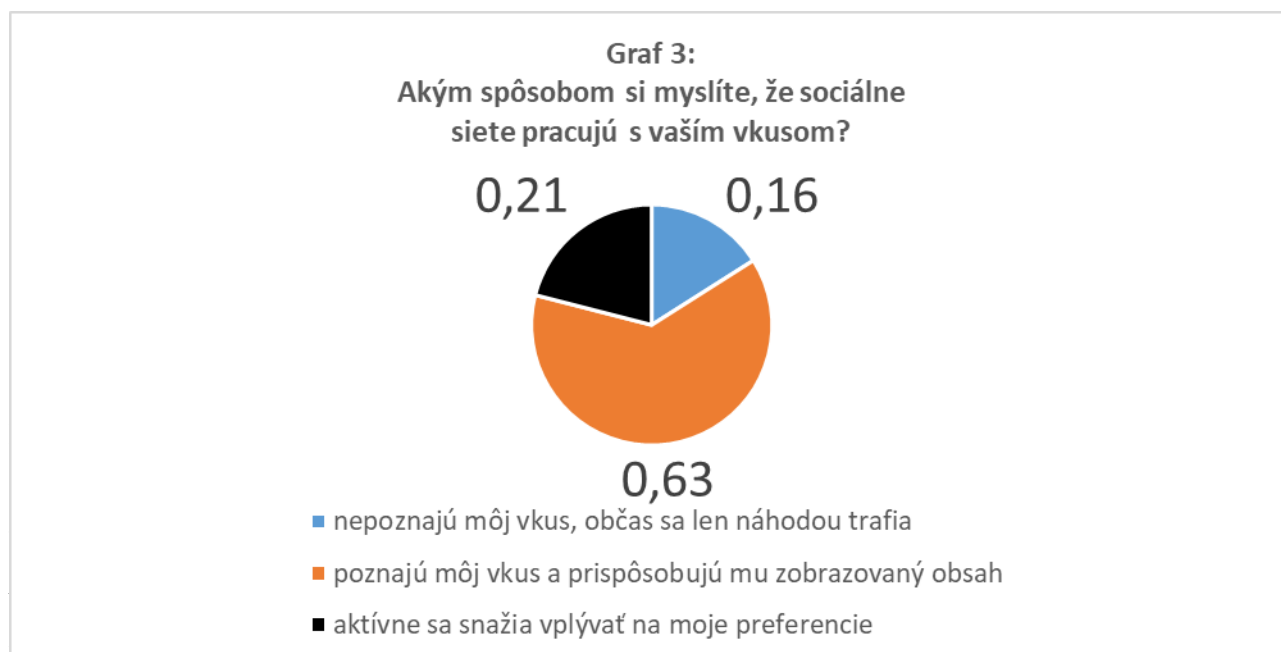
³ MINDELL, J., OWENS, J.: *Clinical Guide to Pediatric Sleep*. Philadelphia : Lippincott Williams and Wilkins, 2009, s. 76.



Graf č. 2 - Sociálne siete, ktoré naši respondenti aktívne používajú.

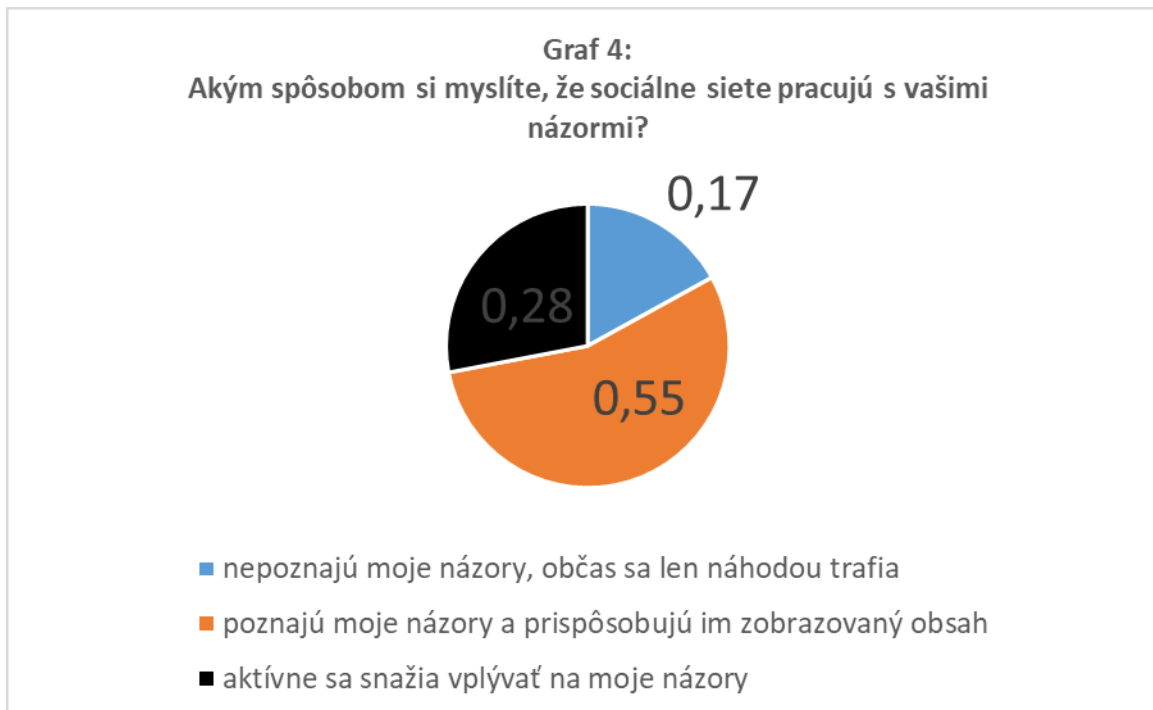
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Na grafe 2 zobrazujeme odpovede respondentov podľa ich výberov, na ktorých sociálnych sieťach aktívne spravujú svoje účty / profily. Za pozornosť podľa nás stojí fakt, že Instagram a Facebook sú stále najpopulárnejšími sociálnymi sieťami u mladých ľudí a obidve patria spoločnosti Facebook. Tesne za nimi stojí na treťom mieste sociálno-streamingová sieť YouTube, ktorá patrí spoločnosti Google. Spoločnosti Facebook a Google o svojich používateľoch zbierajú veľký objem informácií a prispôbujú im svoje zobrazované obsahy. Preto sme sa neskôr pýtali našich respondentov, ako si myslia, že tieto sociálne siete na nich pôsobia. Pre tému procesu vytvárania osobných preferencií sme sa znovu rozhodli pre zjednodušenie otázky, a tak sme sa v dotazníku pýtali, akým spôsobom si naši respondenti myslia, že sociálne siete pracujú s ich vkusom.



Graf č. 3 - Úroveň vplyvu na preferencie užívateľov, ktorú predpokladajú naši respondenti u svojich sociálnych sietí.

Zdroj: Vlastné spracovanie.



Graf č. 4 - Úroveň vplyvu na názory užívateľov, ktorú predpokladajú naši respondenti u svojich sociálnych sietí.
Zdroj: Vlastné spracovanie.

Najväčšia skupina (55%) opýtaných znovu uviedla, že ich názory a preferencie sú pre sociálne siete smerodajné, a preto im prispôsobujú obsah. 17% opýtaných verí, že sociálne siete nepoznajú ich názory a 28% opýtaných si je vedomých, že sa sociálne siete aktívne snažia ich vnútorné postoje ovplyvniť.

Na záver dotazníka sme sa pýtali, ako by naši respondenti zhodnotili doterajšie pôsobenie sociálnych sietí na ich vnútorné rozpoloženie.

Na grafe 5 zobrazujeme tri kategórie odpovedí, v ktorých si respondenti mohli vybrať z možností najviac vystihujúcich ich presvedčenie.

V súlade s predošlými odpoveďami, najväčšie skupiny respondentov sa stotožňovali s neutrálnymi odpoveďami. 72% našich respondentov si verí, že ich vkus a preferencie boli sociálnymi sieťami ovplyvnené len v malej miere, a 50% našich respondentov uviedlo, že rovnako aj ich názory boli sociálnymi sieťami ovplyvnené len v malej miere.

Skupina skeptikov, ktorí veria, že sociálne siete ich preferencie ani vkus nijako neovplyvnili, sa takisto do významnej miery zhoduje s predošlými odpoveďami, kde približne rovnako veľké skupiny uviedli, že sociálne siete o nich v zásade nemajú žiadne informácie. 14% respondentov uviedlo, že sociálne siete do významnej miery ovplyvnili ich vkus a preferencie, ale za zaujímavé považujeme, že až 28% respondentov uviedlo, že sú si vedomí, že ich názory boli sociálnymi sieťami ovplyvnené. Túto informáciu považujeme za dôležitú z niekoľkých dôvodov, pričom spomenieme len jeden, a to je voličské správanie prvovoličov – zdá sa, že tretina prvovoličov alebo budúcich prvovoličov si uvedomuje vplyv sociálnych sietí na ich názory.

Záver

Považujeme za dôležité uviesť i limity nášho výskumu. V prvom rade ide o veľkosť výskumného súboru. Sme si vedomí, že 100 respondentov nemusí byť dostatočne veľká vzorka pre formulovanie relevantných kauzálnych a korelačných súvislostí. Ďalej hovoríme o lokalizácii a povahe výskumného súboru – gymnazisti zo západného Slovenska nemusia automaticky reflektovať aj vnútorné postoje ostatných ich rovesníkov z iných škôl a z iných častí Slovenska. I samotná dopytovacia metóda má svoje obmedzenia vyplývajúce z jej povahy – nie všetky ponúknuté odpovede mohli absolútne vyhovovať všetkým respondentom, a tak niektorí mohli byť nútení prikloniť sa k pre nich nedokonalej možnosti. Nakoniec je dôležité poukázať aj na fakt, že sme výskum realizovali s adolescentmi, pri ktorých je i úroveň sebareflexie do určite miery problematickou samostatnou témou.

Na záver si však dovoľujeme tvrdiť, že vlastný názor zástupcov generácie Z na vplyv, ktorý na nich majú sociálne siete, je dôležitou témou, ktorú je nevyhnutné adresovať hneď z niekoľkých dôvodov. Prvým je potreba ich legislatívne a inštitucionálne chrániť, nakoľko veľkú časť generácie Z ešte stále tvoria mladiství. Druhým dôvodom je budovanie všetkých druhov gramotnosti, ktoré táto generácia bude potrebovať, a to zvlášť v oblasti osobnej bezpečnosti a ochrany osobných údajov, ale takisto i schopnosť orientovať sa v informačných tokoch.

Pre písomnú formu konferenčného príspevku Quo Vadis sme výsledky výskumu a ich analýzu zostručnili. Pre úplné výsledky výskumu vid' časopis Dotcomm (vol. 7. No. 1-2, ISSN 1339-5181).

Literatúra a zdroje:

DIMOCK, M.: *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. 2019. [online]. [2020-01-24]. Dostupné na: <<https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>>.

MINDELL, J., OWENS, J.: *Clinical Guide to Pediatric Sleep*. Philadelphia : Lippincott Williams and Wilkins, 2009.

Children and Parents: Media use and attitudes report 2019. [online]. [2020-01-24].

Dostupné na: <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/190616/children-media-use-attitudes-2019-report.pdf>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Patrik Lenghart

Filozofická fakulta, Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre

Trieda Andreja Hlinku 1

949 74 Nitra-Chernová

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

patrik.lenghart@ukf.sk / patrik.lenghart@gmail.com

MOBILNÁ ŽURNALISTIKA - PRECHOD K OBRAZOVKÁM SMARTFÓNŮV

Mobile Journalism - Transition to Smartphone's Screens

Simona Mičová

Abstrakt

Príspevok venuje priestor definícii mobilnej žurnalistike, ktorá sa vyvinula v dôsledku rozvoja nových, digitálnych technológií. Poukazuje na základné zmeny, ktoré nastali v dôsledku používania mobilných telefónov. Tie vo veľkej miere uľahčujú novinársku prácu. Mobilné telefóny totiž nielen menia spôsob prijímania správ, ale aj spôsob vytvárania obsahu. Príspevok reflektuje spôsoby používania mobilnej žurnalistiky na vybraných príkladoch z praxe.

Kľúčové slová:

Digitálne technológie. Mobilná žurnalistika. Multimédia. Smartfón.

Abstract

The contribution focuses on the definition of mobile journalism that has evolved as a result of the development of new, digital technologies. It points to the fundamental changes that have occurred as a result of the use of mobile phones, which greatly facilitate journalism. Mobile phones are not only changing the way we consume news, but also the way content is produced. The contribution reflects ways of using mobile journalism on selected practical examples.

Keywords:

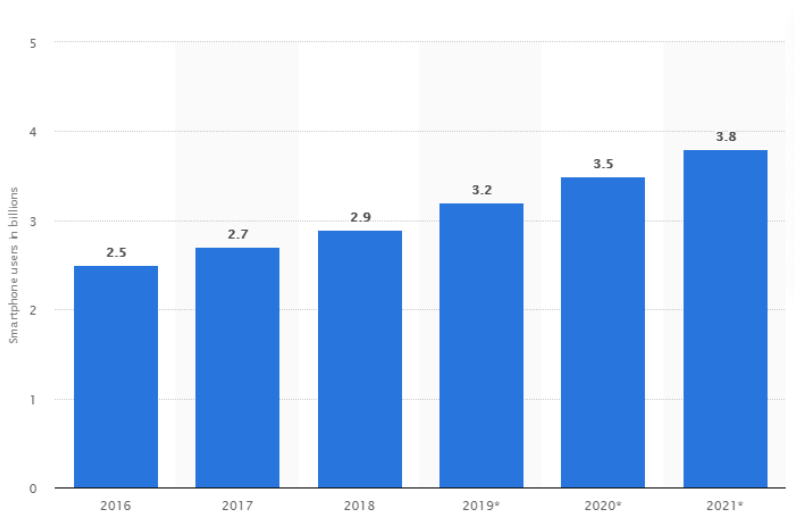
Digital Technologies. Mobile Journalism. Multimedia. Smartphone.

Úvod k problematike

Ako vyplýva zo samotného názvu, mobilná žurnalistika predstavuje formu alebo spôsob digitálneho produkovania multimediálnych obsahov, kde primárnym zariadením na vytváranie a úpravu je mobilný telefón, konkrétne smartfón. Mobilnú žurnalistiku poznáme aj pod názvom MOJO, ktorý je zložený zo slov "Mobile" a "Journalism". Jednotná a všeobecne platná definícia mobilnej žurnalistiky neexistuje, všetky sa však stretávajú v jednom bode, a to, že mobilná žurnalistika vzniká, keď novinári na zhromažďovanie, distribúciu a úpravu správ a iných obsahov, ktoré sú určené pre masové publikum, používajú prenosné elektronické zariadenia (tablety, digitálne fotoaparáty a predovšetkým smartfóny).¹ Vznik mobilnej žurnalistiky môžeme spájať so samotným vznikom a nástupom smartfónov na spotrebiteľský trh koncom 90. rokov minulého storočia. Popularitu získali až nástupom iPhonov od spoločnosti Apple v roku 2007. Na rozdiel od

¹ The School of Journalism: *What is Mobile Journalim?* [online]. [2020-02-04]. Dostupné na: <<https://schoolofjournalism.co.uk/blog/what-is-mobile-journalism/>>.

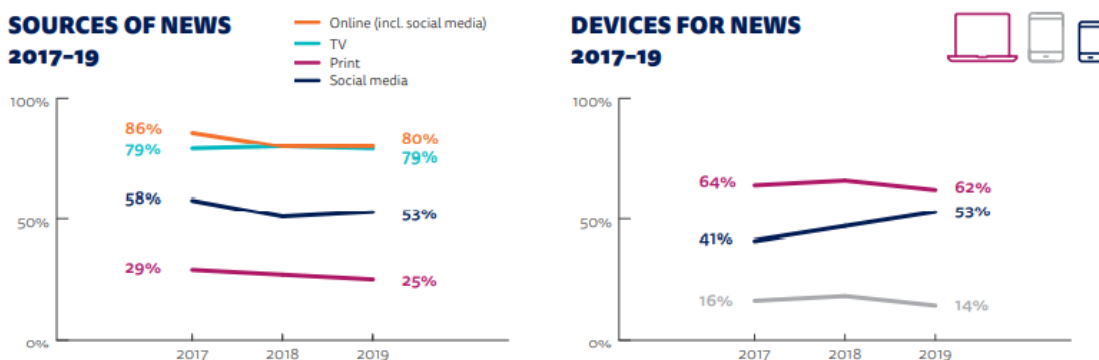
mobilných telefónov sú smartfóny charakteristické pokročilejšími výpočtovými schopnosťami a konektivitou, napríklad lepším rozhraním dotykovej obrazovky, možnosťou natáčať videá v HD kvalite či virtuálnou klávesnicou. *Dictionary of Cambridge* smartfón definuje ako mobilný telefón, ktorý má softvér ako malý počítač, dá sa používať ako malý počítač a má pripojenie na internet.² Odvetvie smartfónov sa odvtedy neustále rozvíja a rastie, čo sa týka ako rastu trhu, tak aj v počte nových modelov a dodávateľov. Predpokladá sa, že dodávky smartfónov na celom svete v roku 2020 dosiahnu približne 3,5 miliárd kusov. Do roku 2021 sa predpokladá, že smartfón bude vlastniť 40 percent celkovej svetovej populácie.³



Graf č. 1 - Zobrazenie počtu používateľov smartfónov od roku 2016 do roku 2021 (v miliónoch).

Zdroj: *Statista 2020*. Dostupné na: < <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>>.

Nárast mobilných telefónov prináša predpoklad, že ich majitelia budú informácie, vrátane obsahov, ktoré produkujú médiá vo výraznej miere vyhľadávať online a práve prostredníctvom týchto zariadení. *Reuters Institute* každý rok realizuje rozsiahly výskum, ktorého výsledkom je *Digital News Report*.⁴ Výsledky za rok 2019 priniesli zistenia týkajúce sa aj Slovenskej republiky.



Graf č. 2 - Zmena v používaní digitálnych technológií v prístupe k spravodajstvu v rokoch 2017 až 2019.

Zdroj: Dostupné na: < https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf>.

² Cambridge Dictionary: *Meaning of Smartphone in English*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/smartphone>>.

³ O'DEA, S.: *Smartphones - Statistics & Facts*. [online]. [2020-03-12]. Dostupné na: <<https://www.statista.com/topics/840/smartphones/>>.

⁴ NEWMAN, N. a kol.: *Reuters Digital News Report 2019*. [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf>.

Najpopulárnejšie na našom území sú onlinové a televízne spravodajstvo. Kým televízie si držia stabilnú hranicu sledovanosti na 72%, sledovanosť onlinových správ klesla oproti roku 2017 z 86% na 80%. Až 62% z opýtaných správ vyhľadáva cez tablety a 53% práve cez mobilné telefóny. Čo je však zaujímavé, je fakt, že hoci záujem o onlinové spravodajstvo za obdobie posledných troch rokov klesol o 6%, vyhľadávanie informácií prostredníctvom telefónov stúplo o 12%.

1 MOJO a verejnoprávne televízie

Fotografovanie a následná úprava materiálov, natáčanie videí či zvukových záznamov, realizácia živých prenosov, možnosť ukladať, zdieľať či tvoriť grafické súbory. Pre novinárov je mobilný telefón veľkou technickou výpomocou. Na kreovanie žurnalistických obsahov priamo z miesta činu viac nie je novinár odkázaný na počítač či redakciu. Všetky materiály vie priamo zo smartfónu nahráť na zdieľané úložiská, publikovať ich na sociálne siete alebo zaslať online do redakcie. Dokonca vie obsah udržať interaktívnym, a to tak, že prostredníctvom chatových aplikácií, sociálnych správ alebo e-mailu dokáže diskutovať s čitateľmi.

Potenciál využila napríklad britská verejnoprávna televízia *BBC*, ktorá vyvinula svoju vlastnú mobilnú aplikáciu s názvom PNG (z angl. Portable News Gathering). Tá dokáže nahrávať, upravovať a odosielať videá, audio a fotografie priamo do produkčných systémov redakcie. *BBC* tréner M. Settle sa vyjadril, že ak novinári zo smartfónov iba telefonujú a posielajú textové správy, mali by vrátiť k mobilným zariadeniam z roku 1995, ktoré dokážu použiť iba na telefonovanie a odosielanie SMS. Mobilnú žurnalistiku označuje za najväčšiu revolúciou v tvorbe spravodajstva za posledné desaťročia, a tento fakt by nemal ostať nepovšimnutým.⁵ Vedomé si toho sú aj ďalšie zahraničné médiá, napríklad najväčší spravodajský portál v Indii *NDTV* (New Delhi Television), španielska *RTPA* (Televisión del Principáu d'Asturies) či americká televízna a rozhlasová spoločnosť *ABC* (American Broadcasting Company), ktoré do spravodajstva radia aj MOJO. Počet médií, ktoré povzbudzujú väčšinu alebo všetkých svojich novinárov, aby pri práci používali smartfóny rastie. Patria sem:

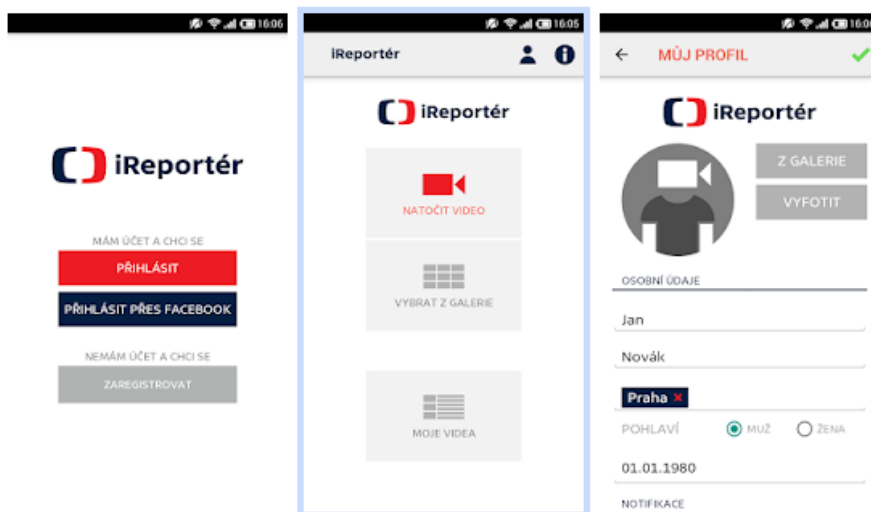
- *FBC* (Fijian Broadcasting Corporation) na Fidži;
- *CBC/Radio-Canada* (Canadian Broadcasting Company) v Kanade;
- *Léman Bleu*, švajčiarska televízna stanica so sídlom v Ženeve;
- *Omrop Fryslân*, televízna sieť v Holandsku.

Iní, ako národný írsky televízny a rozhlasový vysielateľ *RTE* (Raidió Teilifís Éireann), majú špecializované tímy, ktoré používajú smartfóny na vytváranie spravodajských balíčkov pre televíziu a online, a dokonca vytvorili celovečerné televízne dokumenty.⁶ Podobné "opatrenia" sa rozhodla v roku 2015 zaviesť aj verejnoprávna televízia v Českej republike. Od 19. októbra 2015 mali reportáže natočené na tabletoch a mobilných zariadeniach dostať pevné miesto v kontinuálnom vysielaní *ČT24*. Novinku vo vysielaní vtedy predstavil riaditeľ spravodajstva v Českej televízii Z. Šámal: "*Ide o nový trend, ktorý umožňuje zachytiť neočakávané udalosti a čo najrýchlejšie ich sprostredkovať divákovi. Poskytnúť môže aj informácie z miest, kam sa bežná kamera vôbec*

⁵ *Learn from the BBC: The Newsroom in their pocket*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://www.shoulderpod.com/mobile-journalism/>>.

⁶ *Why Newsroom Should Adopt Mobile Journalism*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<http://www.mojo-manual.org/why-newsrooms-should-adopt-mobile-journalism/>>.

nedostane.⁷ Na prenos materiálu do redakcie v čo najkratšom možnom čase využíva redakcia mobilnú aplikáciu *iReportér* ČT.



Obrázok č. 1 - Náhľad mobilného zobrazenia aplikácie *iReportér* ČT.

Zdroj: Dostupné na: <<https://play.google.com/store/apps/details?id=eu.bioport.natocvideo>>.

Tá slúži na spracovanie, konvertovanie materiálu do formátu, ktorý je vhodný pred spravodajstvo ČT24 a následne odosielanie priamo do systému redakcie. Diváci sa môžu podieľať na obsahu televíznych staníc ČT1, ČT24, ČT Sport, ČT art alebo ČT :D. Videá sa potom uverejňujú aj na webovej stránke ireporter.ceskatelevize.cz. V súvislosti s novými technológiami vznikla aj relácia @online, ktorá pravidelne vysielala až do 28. marca 2018.⁸

Na domácom území bola situácia o niečo málo pozadu. Verejnoprávna televízia RTVS síce 1. marca 2016 predstavila mobilnú aplikáciu *Správy RTVS*, spravodajstvo prostredníctvom smartfónov však nerobila. L. Diko, riaditeľ *Sekcie spravodajstva, športu a publicistiky RTVS* sa vtedy vyjadril, že cieľom televízie je priniesť objektívne a ucelené informácie od redaktorov rozhlasového a televízneho spravodajstva do mobilného prostredia.⁹ Aplikácia bola doplnená aj o videá, fotografie a zvukové záznamy z reportáží. O rok neskôr, a to 4. septembra 2017 televízia spustila mobilnú aplikáciu *iReportér RTVS*. Dostupná je rovnako pre Android aj iOS. Televízia týmto spôsobom prepojila používanie mobilných technológií so spravodajstvom a zároveň začala pracovať s UGC (z angl. User Generated Content), teda obsahom, ktorí generujú bežní občania = mediálne publikum.¹⁰ Používateľ aplikácie vyberie video z galérie, vyplní názov videa, popis a za pomoci aplikácie ho odošle priamo do redakcie, kde ho spracujú editori. Tento postup je rovnaký aj v prípade reportážneho videa. V prípade, že video spĺňa podmienky na zverejnenie,

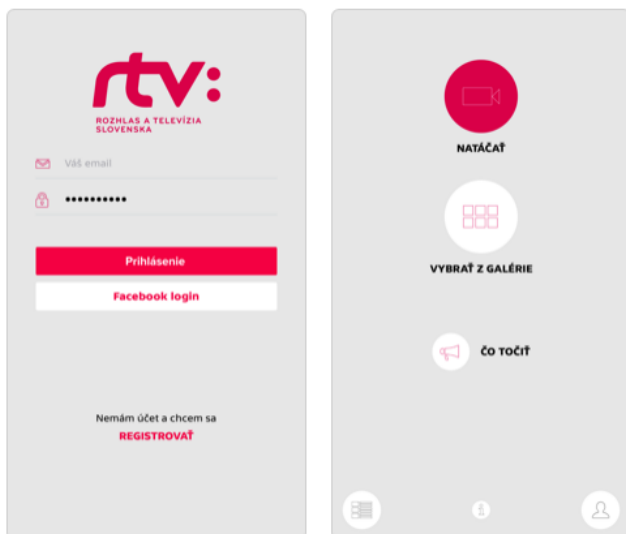
⁷ Česká televízia testuje mobilnú žurnalistiku, namiesto kamier tablety a smartfóny. [online]. [2015-10-16]. Dostupné na: <<https://www.satelitnatv.sk/2015/10/ceska-televizia-testuje-mobilnu-zurnalistiku-namiesto-kamier-tablety-a-smartfony/>>.

⁸ @online. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10659215431-online/dily/vysilani/>>.

⁹ Nová mobilná aplikácia správy RTVS. [online]. [2016-03-01]. Dostupné online:<<https://www.rtvsk.sk/clanok/101517>>.

¹⁰ K problematike pozri aj GREGUŠ, L., MIČOVÁ, S.: Profesia televízneho redaktora v kontexte trendov súčasného spravodajstva. In SÁMELOVÁ, A. a kol.: *Fenomén 2019: súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2019, s. 42-49.

objaví sa aj na webovej stránke ireporter.rtv.s, kde má každý iReportér zriadený svoj účet.¹¹ Kvalitné reportážne videá sú použité aj priamo vo vysielaní RTVS.



Obrázok č. 2 - Náhľad mobilného zobrazenia aplikácie iReportér RTVS pre operačný systém IOS.

Zdroj: Dostupné na: < <https://apps.apple.com/us/app/ireport%C3%A9r-rtvs/id1263592295>>.

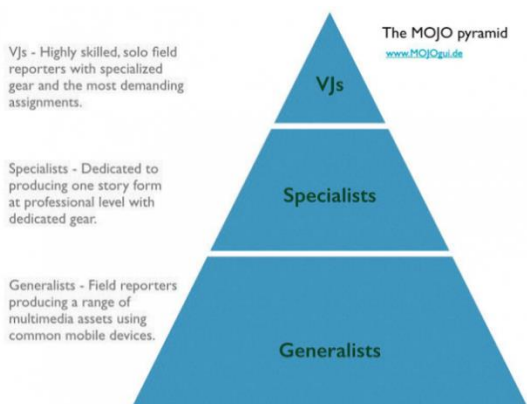
2 MOJO a novinári

Všetky vyššie menované médiá majú spoločnú premennú - zistili, že mobilná žurnalistika funguje. Väčšina novinárov už vlastní smartfón a pomocou jednoduchého príslušenstva, ako sú statív a externé mikrofóny, vedú vytvoriť rozhlasový a televízny obsah v kvalite riadneho vysielania. A to znamená, že akýkoľvek mediálny kanál môže zhromažďovať viac obrázkov, zvuku a videa a ľahšie sa prepojiť so svojimi divákmi za účelom získania spätnej väzby. M. Šmíd dopyt po informáciách považuje za typický prejav priemyselných spoločností. *"Hľad po správach sprostredkovaných tlačou, tak typický pre priemyselné spoločnosti 19. a 20. storočia, je dnes nasýtený kvantitou rozhlasových a televíznych programov, bezplatných inzertných novín, najrôznejších inštitucionálnych tlačových vyhlásení, ktoré naplňajú e-mail a informačné stránky na internete sa snažia preniknúť k čo najširšej verejnosti. V takejto situácii už nie je tak veľkým problémom sa k informácii dostať."*¹² Informácie sa stávajú tovarom, ktorý sa k publiku dostáva v okamihu, a to vo všetkých existujúcich podobách či formátoch. Napriek tomu neexistuje jeden univerzálny prístup, pomocou ktorého vieme tieto obsahy vytvoriť. MOJO môže v niektorých prípadoch predstavovať len základnú kompetenciu, ktorú na podávanie správ novinár či redakcia využíva a súčasne môže byť v iných redakciách reprezentantom celo redakčnej gramotnosti, ktorá zamestnáva odborníkov na tento typ žurnalistiky.

¹¹ Predstavujeme novú aplikáciu iReportér RTVS. [online]. [2017-09-05]. Dostupné na: <<https://www.rtv.s/televizia/clanky/142195/predstavujeme-novu-aplikaciju-ireporter-rtvs>>.

¹² ŠMÍD, M.: *Žurnalistika v informační společnosti: internetizace a digitalizace žurnalistiky*. Edice PSSS Mediální řada MED-003. Praha : Fakulta sociálních věd UK, 2006, s. 11.

Kompetenčné úrovne MOJO novinárov bližšie zafinoval a následne charakterizoval R. Montgomery¹³, bývalý redaktor *Chicago Tribune* a *Chicago Sun-Times*. Uvádza tri úrovne MOJO novinárov:



Obrázok č. 3 - Pyramída MOJO, ktorá kompetenčne delí novinárov pracujúcich s mobilnou žurnalistikou.

Zdroj: Dostupné na: <<https://blog.wan-ifra.org/2017/04/30/this-is-what-mobile-journalism-looks-like-today>>.

- **VJs** – video novinári (z angl. Video Journalists). Repräsentantom tejto skupiny je vysoko kvalifikovaný novinár - reportér, ktorý pri práci používa špecializované technické vybavenie. Spracúva náročné a dôležité témy. R. Montgomery tento typ novinára prirovnáva k Jamesovi Bondovi.
- **Specialist** - špecializovaní novinári. Repräsentantom tejto skupiny je kvalifikovaný novinár - reportér, ktorý sa profesionálne venuje produkcii jednej formy príbehu, a to za použitia špecializovanej výbavy.
- **Generalists** - všestranní novinári. Repräsentantom tejto skupiny je terénny novinár - reportér, ktorý vyrába celý škálu multimediálnych obsahov za použitia bežného mobilného zariadenia.¹⁴

V princípe všetky tri typy MOJO novinárov reprezentujú odborníci na mediálnu prax. Hlavný rozdiel je v miere používania špecializovanej techniky a konkrétneho zamerania sa na riešenú tému.

3 Výhody MOJO v žurnalistickej praxi

Jednou z prvých výhod mobilnej žurnalistiky je cenová dostupnosť. Mobilné telefóny sú oveľa lacnejšie ako profesionálna video technika. Video vo vysokej kvalite dnes vieme natočiť aj použitím smartfónu s externým mikrofónom a statívom. Finálnu úpravu zabezpečí mobilná aplikácia a video reportáž je hotová. Telefóny vedia zastúpiť aj profesionálnu fotografickú techniku. Príkladom je časopis *Time Magazine*, ktorý v roku 2017 uverejnil sériu 46 portrétov žien s názvom „*Firsts - Woman who are changing the World*“. Celá séria bola odfotená na iPhone. Autorkou je portugalská fotografka L. Dörr.¹⁵

¹³ Jeho onlinové školenia absolvovali aj reportéri v *CNN*, *WAN-IFRA*, *Mediacorp*, *BBC*, *New York Times*, *BILD*, *Russ Media*, *24Sata.*, *VRT*, *TV8*, *RTL*, *TVN*, *OSN* a *Reuters*. R. Montgomery vyučuje semináre mobilnej žurnalistiky na EFJ. škole žurnalistiky v Paríži, na Ohio University a na Dánskej škole žurnalistiky. Zdroj: <<https://robbmontgomery.com/about/>>.

¹⁴ MONTGOMERY, R.: *This is what Mobile Journalism looks like today*. [online]. [2017-04-30]. Dostupné na: <<https://blog.wan-ifra.org/2017/04/30/this-is-what-mobile-journalism-looks-like-today>>.

¹⁵ TIME / *Firsts* [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://time.com/collection/firsts/4921998/firsts-full-list>>.

Väčšina mobilných novinárov môže svoje vybavenie umiestniť do jednej tašky či ruksaku. Telefón, ľahký statív, externý mikrofón a svetlo môžu dokopy vážiť menej ako tri kilogramy, čo uľahčuje presun novinára v teréne, ako aj vytváranie vysoko kvalitných príbehov, a to kdekoľvek a kedykoľvek na svete. Príkladom je sýrska novinárka, aktivistka a filmová producentka Waad al-Kateab, ktorá takýmto spôsobom natáčala dokumentárny film o živote vo vojnovnej Sýrii.¹⁶ Výsledkom je jeden z najlepších dokumentov roku 2019, ktorý získal už 45 ocenení vrátane Európskej filmovej ceny a nominácie na Oscara. Dokument s názvom „Pre Samu“ bude mať v slovenských kinách premiéru 20. apríla 2020.

Skutočnosť, že smartfóny sú viac menej bežným vlastníctvom ľudí môžu využiť najmä občianski novinári a aktivisti, ktorí sa pre získanie ilustračných záberov či fotografických materiálov potrebujú infiltrovať či splnúť s prostredím. Smartfóny sú preto ideálne pre diskkrétne natáčanie. Taktiež sú pre respondentov menej zastrašujúce. Štúdia *Digital News Report*, ktorú v roku 2017 uskutočnil *Reuters Institute* zistila, že respondenti skôr súhlasia s rozhovorom natáčaným na telefón než na televíznu kameru. Výskum bol realizovaný na vzorke 70tisíc respondentov.

Existujú desiatky aplikácií pre operačné systémy Android a iOS, ktoré na záznam, úpravu a publikovanie obsahov môže novinár využiť. Niektoré sú dostupné zadarmo, iné si novinár môže zakúpiť. E. Mannion z írskej verejnoprávnej televízie *RTE* použila na natáčanie hodinového filmového dokumentu aplikáciu *Filmic Pro Mobile Video*. Dokument s názvom „The Collectors“ bol verejnosti predstavený v roku 2016.¹⁷

Vybrané aplikácie pre video:

- **Filmic Pro Mobile Video** (iOS/Android) - natáčanie videa, umožňuje manuálnu kontrolu rýchlosti snímok, teploty farieb, zaostrenia, expozície a vyváženía bielej.
- **LumaFusion** (iOS) - editovanie videa, knižnica efektov, projektový manažér, v ktorom s vybraným videom pracujete.
- **KineMaster - Video Editor** (iOS/Android) - editovanie videa, taktiež ponúka škálu farebných filtrov, možnosť úpravy jasú, farby, teploty. Hotové video sa dá priamo z aplikácie zdieľať na *Facebooku* a *Instagrame*.

Vybrané aplikácie pre audio:

- **Voice Record Pro** (iOS) - profesionálne nahrávanie zvuku vo formátoch AAC, MP3, MP4 a WAV. Zvuk z aplikácie vie používateľ ďalej zdieľať na úložiská alebo zdieľať.
- **RecForge Lite** (Android) - nahrávanie, editovanie a zdieľanie zvukov, hlasov, poznámok, hudby alebo akýkoľvek iných zvukov.
- **Ferrite** (iOS) - editovanie zvuku.
- **Audio Evolution Mobile Studio** (Android) - editovanie zvuku.

¹⁶ *For Sama: How director Waad Al-kateab turned Syria's tragedy into a heartfelt movie.* / *DW News*. [online]. [2020-03-06]. Dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=ew_gqM_7a1k>.

¹⁷ PODGER, C.: *Seven Lessons Learned in a Year Teaching Mobile Journalism*. [online]. [2018-01-04]. Dostupné na: <<https://en.ejo.ch/specialist-journalism/seven-lessons-i-learned-in-a-year-teaching-mobile-journalism>>.

Vybrané aplikácie pre fotografiu:

- **VSCO** (iOS, Android) - primárne navrhnutý pre fotografiu, dnes ponúka funkcie aj pre editovanie videa. Ponúka širokú škálu farebných filtrov pre fotografie, nástroje na úpravu svetla, teploty, atď.
- **Snapseed** (iOS, Android) - editovanie fotografií.

Podakovanie: Príspevok je výstupom výskumného projektu podporovaného Vedeckou grantovou agentúrou Ministerstva školstva, vedy, výskumu a športu SR a Slovenskej akadémie vied (VEGA) č. 1/0283/20 Synergia odvetví mediálneho priemyslu v kontexte kritickej politickej ekonomie médií.

Literatúra a zdroje:

Česká televízia testuje mobilnú žurnalistiku, namiesto kamier tablety a smartfóny. [online].

[2015-10-16]. Dostupné na: <<https://www.satelitnatv.sk/2015/10/ceska-televizia-testuje-mobilnu-zurnalistiku-namiesto-kamier-tablety-a-smartfony/>>.

For Sama: How director Waad Al-kateab turned Syria's tragedy into a heartfelt movie. | DW News. [online]. [2020-03-06]. Dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=ew_gqM_7a1k>.

GREGUŠ, Ľ., MIČOVÁ, S.: Profesia televízneho redaktora v kontexte trendov súčasného spravodajstva. In SÁMELOVÁ, A. a kol.: *Fenomén 2019: súčasná profesionálna žurnalistika a jej reflexie*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave. 2019, s. 42-49.

Learn from the BBC: The Newsroom in their pocket. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://www.shoulderpod.com/mobile-journalism>>.

MONTGOMERY, R.: *This is what Mobile Journalism looks like today.* [online]. [2017-04-30]. Dostupné na: <<https://blog.wan-ifra.org/2017/04/30/this-is-what-mobile-journalism-looks-like-today>>.

NEWMAN, N. a kol.: *Reuters Digital News Report 2019.* [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf>.

Nová mobilná aplikácia správy RTVS. [online]. [2016-03-01]. Dostupné online: <<https://www.rtvs.sk/clanok/101517>>.

O'DEA, S.: *Smartphones - Statistics & Facts.* [online]. [2020-03-12]. Dostupné na: <<https://www.statista.com/topics/840/smartphones/>>.

PODGER, C.: *Seven Lessons Learned in a Year Teaching Mobile Journalism.* [online]. [2018-01-04]. Dostupné na: <<https://en.ejo.ch/specialist-journalism/seven-lessons-i-learned-in-a-year-teaching-mobile-journalism>>.

Predstavujeme novú aplikáciu iReportér RTVS. [online]. [2017-09-05]. Dostupné na: <<https://www.rtvs.sk/televizia/clanky/142195/predstavujeme-novu-aplikaciju-ireporter-rtvs>>.

ŠMÍD, M.: *Žurnalistika v informační společnosti: internetizace a digitalizace žurnalistiky.* Edice PSSS Mediální řada MED-003. Praha : Fakulta sociálních věd UK, 2006. ISSN 1801-5999.

TIME | Firsts [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://time.com/collection/firsts/4921998/firsts-full-list>>.

The School of Journalism: *What is Mobile Journalism?* [online]. [2020-02-04]. Dostupné na: <<https://schoolofjournalism.co.uk/blog/what-is-mobile-journalism/>>.

Why Newsroom Should Adopt Mobile Journalism. [online]. [2020-02-04]. Dostupné na: <<http://www.mojo-manual.org/why-newsrooms-should-adopt-mobile-journalism/>>.

@online. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10659215431-online/dily/vysilani/>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Simona Mičová

Fakulta masmediálnej komunikácie

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Námestie J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

simona.micova@fmk.sk

MOŽNOSTI A LIMITY SLOBODY PREJAVU V ŽURNALISTIKE

Possibilities and limits of freedom of speech in journalism

Dominik Mičuda

Abstrakt

Štúdia sa zaoberá otázkou obmedzovania práva na slobodu prejavu a práva na informácie v mediálnom prostredí. Táto téma je v súčasnosti právne a mediálne vysoko relevantný sociálno-politický fenomén, ktorý v dnešných európskych spoločnostiach celkom rezonuje. Jeho závažnosť je zdôraznená skutočnosťou, že podlieha nielen právnej úprave v oblasti mediálneho práva, ale aj sociálnej stránke spoločnosti. Médiá by mali byť prostredím, ktoré je hlavným činiteľom podporujúce občanov, aby sa učili o veciach verejných a aby prostredníctvom nich získavali relevantné informácie. Ak sa chceme uistiť, že toto prostredie zaručuje slobodu prejavu a správne fungovanie, musia platiť určité pravidlá. Štúdia na základe poznatkov ukazuje významné rozdiely vo fungovaní elektronických médií, ktoré kedysi fungovali ako verejný priestor na diskusiu, no v súčasnosti sa tento priestor stáva prostredím pre vznik porušovania práv a vzniku konfliktov. Tento priestor bol k dispozícii všetkým názorom, no v súčasnosti už nespĺňa svoj zásadný účel, čo potvrdzuje aj množstvo aktuálnych konfliktov, ale aj veľká skupina teoretikov a autorov na základe ich poznatkov a vedeckých výskumov.

Kľúčové slová:

Informácie. Fenomén. Komunikácia. Mediálne Právo. Médiá. Právo. Sloboda Prejavu. Verejný Priestor. Žurnalistika.

Abstract

The study addresses the issue of restrictions on the right to freedom of expression and the right to information in the media environment. This topic is currently a highly relevant socio-political phenomenon which is quite resonant in legal and media terms in Europe today. Its importance is emphasized by the fact that it is subject not only to legislation in the area of media law but also to the social aspect of society. The media should be an environment that is a major factor in encouraging citizens to learn about public affairs and to obtain relevant information through them. To make sure that this environment guarantees freedom of expression and proper functioning, certain rules must apply. A knowledge-based study shows significant differences in the functioning of electronic media, which once functioned as a public space for discussion, but is currently becoming an environment for the emergence of rights violations and conflicts. This space was available to all opinions, but at present it no longer fulfills its essential purpose, which is confirmed by a number of current conflicts, but also by a large group of theoreticians and authors based on their knowledge and scientific research.

Key words:

Communication. Freedom of expression. Information. Journalism. Media. Media Law. Phenomenon. Public space.

Úvod: Problematika mediálneho prostredia

Sloboda prejavu je v demokratickom štáte základným predpokladom autentickej politickej názorovej plurality a vyváženosti. To vyžaduje vysokú mieru tolerancie voči forme a obsahu prejavu každého jedného občana, a to nielen vo verejnej diskusii. Táto požiadavka však nie je absolútna a táto tolerancia sa zvyčajne končí tam, kde je sloboda prejavu príležitosťou na verejný prejav diskriminačnej nenávisti a zasahovania do názorov iných.¹ Problematika uplatňovania alebo regulovania slobody prejavu a práva na informácie v slovenských elektronických médiách je veľmi často diskutovaná téma. V súčasnosti je táto téma veľmi dôležitá, veľmi aktuálna, ako sme sa mohli na niektorých skutočnostiach posledných mesiacov presvedčiť, ale pre niektorých aj veľmi málo objasnená. Nejde pritom len o právne rozobratie tejto témy, ale aj o sociálne chápanie tohoto právneho aspektu. Je dôležité podotknúť, že toto právo sa nedotýka len mediálneho prostredia, čiže žurnalistov, ale hlboko zasahuje aj do občianskeho sveta. Ak by sme mali zadefinovať slobodu slova, môžeme sa opierať o definíciu: je to akceptácia voľného trhu ideí, kde musí byť každý názor vypočítaný bez ochrany z dôvodu prípadnej emocionálnej ujmy z prezentovaného názoru. Vychádza z predpokladu, že slobodná spoločnosť nesmie postihovať abstraktné vyjadrovanie názorov. Sloboda prejavu je prostredníctvom zákonov štátu regulovaná a okliešťovaná s ohľadom na možný negatívny dopad „škodlivých“ názorov, ale aj vytváranie polopráv a hoaxov, ako sme sa presvedčili v poslednej dobe.² V tomto prípade štát rozhoduje o tom, ktoré názory sú škodlivé a zlé, a tie zakazuje vysloviť. Limituje slobodu prejavu z dôvodu ochrany práv iných ľudí. Cieľom je poukázať na to, že súčasný stav prostredia, v ktorom sa stretáva právo na slobodu prejavu a právo na slobodný prístup k informáciám, už nie je taký vyvážený a čistý, ako bol v minulosti. Vzniká tu prostredie na porušovanie týchto práv.

1 Porušovanie vs. Uplatňovanie

Pojem sloboda, v právnom zmysle treba chápať ako ústavou zakotvenú a právnym poriadkom zaručenú možnosť uskutočňovať alebo neuskutočňovať vopred neurčenú a nešpecifikovanú činnosť. Výraz prejav, zas primárne významovo pokrýva každé správanie človeka, ktorým vyjadruje názor, postoj k svojmu okoliu a udalostiam minulým, prítomným alebo budúcim. Avšak nie každé správanie je prejavom v právnom zmysle slova a odlišenie prejavu od ne-prejavu je preto zásadné.³ Aj keď existuje množstvo definícií, je veľmi zložitý úplne zadefinovať, čo tento pojem znamená. Často je zle pochopený, a preto aj vznikajú nedostatky a porušovanie. Aké sú hranice a aké sú obmedzenia? Svetová komunita je paradoxne vo veku vyspelých technológií, rozvinutých ekonomických systémov v podmienkach úplnej zraniteľnosti. Trendy, ktoré sa kedysi zdali inšpirujúce, priniesli neočakávané výsledky: globalizácia prehĺbila miestne konflikty, toleranciu – problém hodnôt a významov, multikulturalizmus – tému identity a tradície. Nakoniec z toho celého prichádza otázka o „moci zákona“ a „zákona moci“.

Môžeme ísť vyjadriť svoje názory do rôznych „alternatívnych médií“ a nikto nám v tom fyzicky nezabráni. No ako sa presvedčil aj dnes už bývalý poslanec, aj za to treba niesť zodpovednosť. Sú

¹ BROWN, A.: *Hate Speech Law. A Philosophical Examination*. New York : Routledge, 2015, s. 1.

² *Zákon o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácii) č. 211/2000, Z. z. z dňa 17. mája 2000.* [online]. [2020-01-10]. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

³ DRGONEC, J.: *Sloboda prejavu a sloboda po prejave*. Šamorín : Heuréka, 2013, s. 22.

na to platné zákony o hanobení rasy, národa a presvedčenia.⁴ Médiá by mali byť mobilizujúcim činiteľom, povzbudzujúcim občanov, aby sa učili o politike a verejných záležitostiach, stimulovali diskusiu a občiansku angažovanosť vrátane hlasovania. Sloboda slova, tak ako každá sloboda, nie je neobmedzená, ale obmedzovať ju zákonmi je iba jedna z ciest, ako ju udržať v rozumných mantineloch. Za to, že povieme, napíšeme, uverejníme niečo nenávistné, nás môže spoločnosť potrestať aj inak ako väzením či cenzurovaním. Napríklad opovrhnutím, stratou kreditu, dôvery. Sloboda prejavu neznamena to, že môžeme viesť akékoľvek urážlivé a nenávistné reči a popri tom očakávať, že na to nikto nebude môcť reagovať.⁵ K prekročeniu hranice slobody slova dochádza často práve vtedy, ak niekto úmyselne šíri nepravdivé správy so zámerom spôsobiť paniku, nebezpečenstvo vážneho znepokojenia časti obyvateľstva alebo ak niekto šíri myšlienky či materiály smerujúce k potláčaniu práv iných, popiera konkrétne historické skutočnosti o zločinoch režimov popierajúcich ľudské práva a slobody, svojimi slovami smeruje k hanobeniu rasy, presvedčenia alebo podnecuje k nenávisti k určitej skupine. Tieto hranice slobody slova sú dané právnym poriadkom a vzťahujú sa aj na realizovanie slobody slova na internete. Tu sa ponúka otázka, či by sme dnes s ohľadom na súčasný stav slobody slova a prejavu na internete nemali prijímať nové zákony, určovať presnejšie hranice a podobne. Je však potrebné uvedomiť si, že ani zákonodarca nedokáže nikdy predvídať všetky možné situácie, ktoré v reálnom živote nastanú. Niekedy je vhodnejšie, obzvlášť v liberálnej demokracii rešpektujúcej osobnú autonómiu a spoločenskú rozmanitosť, používať pri výklade aktuálnych právnych predpisov a všeobecných ustanovení viac zdravého rozumu, než prijímať stále nové a nové právne úpravy. Ako píše Brownlie a Goodwin-Gill, slobodu prejavu v európskom kontexte garantujú popri vnútroštátnych (ústavných) úpravách aj medzinárodné zmluvy o ľudských právach, a to najmä Dohovor. Dohovor a jemu zodpovedajúca judikatúra Súdu majú priamu normatívnu právnu silu v právnom poriadku signatárskych štátov. V jeho čl. 10 ods. 1 sa uvádza, že každý má právo na slobodu prejavu. Toto právo zahŕňa slobodu zastávať názory a prijímať a rozširovať informácie alebo myšlienky bez zasahovania štátnych orgánov a bez ohľadu na hranice.⁶

Vo vyspelých demokraciách môžeme pozorovať dva modelové prístupy k slobode prejavu. Prvý sa spolieha na štát ako hlavného regulátora a kontrolóra nenávistných prejavov, v druhom prípade vkladá spoločnosť dôveru vo vlastné sily a prirodzené samoregulačné mechanizmy.⁷ Ak hovoríme o problémoch slobody na Slovensku, musíme hovoriť predovšetkým o probléme jej uplatnenia v praxi a s tým súvisiacich otázkach. Teória býva často práve úplne iná, ako býva skutočnosť. Na jednej strane právna úprava (na ústavnej i zákonnej úrovni), respektíve jej kvalita, nie je tým, čo by slobodu na Slovensku zásadným spôsobom limitovalo, chyba je často na viacerých stranách, i keď nám chýba skutočne moderný prepracovaný tlačový zákon, ktorý by kvalitne dokázal odpovedať na potreby. Ústava Slovenskej republiky a medzinárodné zmluvy zakotvujúce ochranu slobody prejavu a práva na informácie predstavujú dostatočný právny základ na vytvorenie a uplatňovanie takého štandardu ochrany, na aký sú zvyknutí novinári, vydavatelia tlače a rovnako aj verejnosť vo vyspelých demokratických krajinách. Hoci prax uplatňovania slobody predstavuje celý komplex problémov, ťažiskovo súvisí práve s fungovaním súdov a súdnej moci ako takej. To, čo limituje uplatnenie slobody žurnalistu, je neschopnosť všeobecných súdov dôsledne aplikovať štandard ochrany slobody prejavu a práva na informácie uplatňovaný v judikatúre Európskeho súdu pre ľudské práva. S tým sa, samozrejme, spájajú notorické bolesti rozhodovacieho procesu pred

⁴ DRGONEC, J.: *Základné práva a slobody podľa Ústavy Slovenskej republiky*, Zväzok 2. Bratislava : MANZ spol. s. r. o., 1999, s. 89.

⁵ JAKUBOWICZ, K.: *Médiá a demokracia v 21. storočí*. Varšava : Poltext, 2015, s. 20.

⁶ BROWNLIE, I., GOODWIN-GILL, G. S.: *Basic documents on human rights*. New York : Oxford University Press, 2002, s. 250.

⁷ Tamtiež, s. 347.

všeobecnými súdmi, a to najmä formalizmus, netransparentnosť súdneho rozhodovania spočívajúca v neochote alebo neschopnosti riadne odôvodniť súdny verdikt a, samozrejme, priet'ahy v konaní. Všeobecné súdy pritom nesú hlavné bremeno ochrany základných práv a slobôd.

Existencia nezávislej súdnej moci a jej správne fungovanie sú základnou a neodmysliteľnou garanciou, bez ktorej si efektívne uplatňovanie akýchkoľvek základných práv a slobôd nemožno ani predstaviť. Platí to tým viac, že nerešpektovanie princípov ochrany základných práv a slobôd vedie nielen k vzniku zákonnej a ústavnej zodpovednosti, ale zásadne aj k vzniku medzinárodnoprávnej zodpovednosti štátu. Ochrana základných práv a slobôd je totiž súčasťou fundamentálnych hodnôt medzinárodných demokratických spoločností, ktorých je Slovenská republika súčasťou. Na riešenie problematiku je pritom nazerané najmä optikou správneho práva, keďže do tejto právnej oblasti sa radí prevažná väčšina noriem regulácie elektronických médií. „*Pochopenie kontextu ich vzniku a dôvodov ich implementácie v podobe, v akej sú obsiahnuté v súčasnej slovenskej právnej úprave, je dôležitou podmienkou ich správnej aplikácie.*“⁸

2 Sloboda prejavu, hranice

„*Každý má právo na slobodu prejavu. Toto právo zahŕňa slobodu zastávať názory a prijímať a rozširovať informácie a myšlienky bez zasahovania verejnej moci a bez ohľadu na hranice. Tento článok nebráni štátom, aby požadovali licenciu vysielacích, televíznych podnikov. Výkon týchto slobôd, pretože so sebou nesie povinnosti a zodpovednosti, môžu podliehať takým formalitám, podmienkam, obmedzeniam alebo pokutám stanovených zákonom a sú nevyhnutné v demokratickej spoločnosti v záujme - národnej bezpečnosti, územnej celistvosti alebo verejnej bezpečnosti.*“⁹ Akékoľvek právne obmedzenia slobody prejavu vrátane skutočnosti, že médiá majú ponúkať vyvážené a komplexné informácie o konkrétnom probléme, berúc do úvahy všetky príslušné stanoviská a zároveň sa musia vyhnúť spoločensky nežiaducim konaniam, sa môžu uplatňovať po splnení troch kumulatívnych podmienok. Prvé možné obmedzenie musí byť definované zákonom (podmienka zákonnosti) a musí tiež sledovať splnenie legitímneho cieľa. Podmienka legitimity tiež znamená, že akékoľvek obmedzenie sa uplatňuje výlučne na základe právneho dokumentu (ktorý je zároveň 3. podmienka) s významnou právnou silou (legislatívne akty, pomocné právne predpisy atď.).¹⁰ „*Pri definovaní a uplatňovaní akýchkoľvek obmedzení slobody prejavu musia všetky štátne orgány, legislatívne aj výkonné, pamätať na to, že prostriedky, ktoré majú vynútiť obmedzenia slobody, by sa mali používať iba z nevyhnutných dôvodov a v rozsahu nevyhnutné.*“¹¹ Nakoniec podmienka číslo 3, musí byť potrebná regulácia, aby sa zachovalo riadne fungovanie demokratickej spoločnosti. Prípadnému uplatneniu obmedzení slobody prejavu predchádza skúška proporcionality, ktorá na jednej úrovni kladie nevyhnutnosť zabezpečiť slobodu prejavu; na druhej strane sú kladené požiadavky na ochranu osobnosti, národnej bezpečnosti, verejnej bezpečnosti, predchádzania trestnej činnosti, ochrany morálky.¹² Rozhlasové a televízne vysielanie je nepochybné

⁸ DRGONEC, J.: *Základné práva a slobody podľa Ústavy Slovenskej republiky, Zväzok 2*. Bratislava : MANZ spol. s. r. o., 1999, s. 92.

⁹ *Dohovor o ochrane ľudských práv a základných slobôd*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://rm.coe.int/1680063765>>.

¹⁰ *Zákon o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) č. 211/2000, Z. z. z dňa 17. mája 2000*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

¹¹ *Zákon o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) č. 211/2000, Z. z. z dňa 17. mája 2000*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

¹² KUKLIŠ, L., TARABČÁK, T.: *Zákon o vysielaní a retransmisii – komentár*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016, s. 23.

najregulovanejšou mediálnou oblasťou. Zatiaľ čo na tlačene médiá sa vzťahujú len minimálne formálne a obsahové požiadavky, elektronické médiá sa spravujú mediálnym kódexom, ktorého ustanovenia pomerne podrobne regulujú všetky aspekty ich fungovania, čo má svoje historické aj vecné dôvody. Súčasný stav mediálnej legislatívy pritom nie je systémom sofistikovaných regulačných mechanizmov vychádzajúcich z exaktne získaných údajov, ale skôr snahou o predchádzanie všeobecne predpokladaným negatívnym vplyvom tohto typu médií na jednotlivcov, rôzne spoločenské skupiny či spoločnosť ako celok. Tento stav nie je síce špecifický len pre naše mediálne prostredie a do veľkej miery je spôsobený objektívnymi príčinami, ale uvedený charakter regulácie by mal prinajmenšom nabádať k istej obozretnosti pri jej aplikácii, keďže nastavenie regulačných mechanizmov aj napriek ich neustálemu vývoju bude mať k exaktnosti ešte dlho ďaleko.¹³

Regulácia médií, vrátane tých elektronických, je z veľkej časti systémom obmedzení práva na slobodu prejavu jej nositeľov. Prevažná väčšina regulačných opatrení, noriem či rozhodnutí v tejto oblasti tak musí obstať v teste ústavnosti v priamom kontraste s právom na slobodu prejavu. Sloboda prejavu je esenciálne spojená s existenciou demokracie. Bez možnosti slobodného šírenia, prijímania názorov a informácií nie je možná aktívna participácia občanov na správe verejných vecí a ich zodpovedné rozhodovanie sa v demokratických voľbách. Sloboda prejavu je tak nutne jednou z podmienok liberálno-demokratického ústavného zriadenia. Požiadavka slobody prejavu pritom stála už pri jeho ideových začiatkoch, keďže bola súčasťou prvých ľudsko-právnych deklarácií.¹⁴ „*Francúzska Deklarácia práv človeka a občana vyhlasovala slobodné šírenie myšlienok a názorov za jedno z najcennejších práv človeka. Čiže môžeme povedať že tieto práva vychádzajú už z ďalekej minulosti a do súčasnej podoby sa dostávali neustálou diskusiou.*“¹⁵

Ako uvádzame na začiatku, na slobodu prejavu a právo na informácie nazeráme z dvoch pohľadov. Veľmi dôležitý význam pre fungovanie demokratickej spoločnosti podľa Európskeho súdu pre ľudské práva majú samotné médiá a často sa stáva, že v otázkach ochrany sa kladie väčšie privilégium práve médiám. Sloboda prejavu predstavuje jeden zo základných pilierov demokratickej spoločnosti, vytvára určité záruky, ktoré sa majú poskytnúť médiám a občanom. Hoci médiá nesmú prekročiť mantinely, ktoré im boli stanovené, ich hlavnou povinnosťou je rozširovať informácie a myšlienky vo veciach verejného záujmu. Médiá majú za úlohu rozširovať takéto informácie a myšlienky a verejnosť má právo prijímať ich. Ak by to bolo inak, médiá by nemohli mať dôležitú úlohu strážneho psa verejnosti.¹⁶ Avšak v skutočnosti by sloboda prejavu mala byť priznaná v rovnakej miere aj hromadným informačným prostriedkom, ale aj komukoľvek inému.¹⁷ Kukliš tvrdí, že v súčasnom právnom prostredí je možnosť slobody prejavu obmedzovaná a regulovaná podrobným systémom, ktorý ma nastavený určité limity.¹⁸ „*Slobodu prejavu a právo vyhľadávať a šíriť informácie možno obmedziť zákonom, ak ide o opatrenia v demokratickej spoločnosti nevyhnutné na ochranu práv a slobôd iných, bezpečnosť štátu, verejného poriadku, ochranu verejného zdravia.*“¹⁹

¹³ KUKLIŠ, L.: *Regulácia elektronických médií*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, s. 8.

¹⁴ MISTRÍK, M.: The Regulation of Freedom of Expression in TV Broadcasting. In ALLEN, L. (ed.): *5th Annual International Conference on Journalism & Mass Communications (JMComm 2016)*. Singapore : Global Science and Technology Forum, 2016, s. 134.

¹⁵ KUKLIŠ, L.: *Regulácia elektronických médií*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, s. 11.

¹⁶ DRGONEC, J.: *Základy masmediálneho práva*. Bratislava : Euroódex, 2008, s. 203.

¹⁷ BARENDT, E.: *Freedom of Speech*. New York : Oxford University Press Inc., 2007, s. 464.

¹⁸ KUKLIŠ, L.: *Regulácia elektronických médií*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, s. 22.

¹⁹ *Ústava Slovenskej republiky, Zákon č. 460/1992 Zb. z dňa 1. septembra 1992*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://www.prezident.sk/upload-files/20522.pdf>>.

Medzi elektronickými médiami a inými hromadnými informačnými prostriedkami je veľký rozdiel v miere ich regulácie. Elektronické médiá sú obmedzované na základe licenčného systému pre prevádzkovanie vysielania. Úprava povinností elektronických médií je však aj v ďalších oblastiach taká podrobná, že je na mieste otázka jej ústavných limitov. Všetko, čo autori tvrdia o slobode prejavu a práve na informácie, nie je len otázkou tlačенých médií, ale rovnako tieto podmienky platia aj pre elektronické médiá. Avšak tu možno badať rozdiel. Zatiaľ čo tlačené periodiká sú regulované prostredníctvom tlačového zákona iba v minimálnej miere, povinností elektronických médií, upravených najmä v zákone o vysielaní a retransmisii a zákone o digitálnom vysielaní, je nepomerne viac. Tento fakt však nemá žiadny vplyv na ústavné postavenie elektronických médií. Právo na slobodu prejavu chráni elektronické médiá s rovnakou intenzitou ako ostatné médiá.²⁰

3 Porušovanie v praxi

Všetko, čo sme doteraz spomínali, si môžeme dokázať aj na niektorých príkladoch z nedávnej minulosti v praxi, ktoré možno dokumentovať na mnohých rozsudkoch. Z nich možno uviesť napríklad nedávny výrok jedného poslanca Milana Mazureka, za ktorý bol právoplatne odsúdený. Je veľmi dôležité sa zamyslieť, že teraz si nemôže každý človek ísť do rádia a hovoriť čokoľvek, čo si zmyslí. Avšak na druhej strane nastáva otázka, ako je možné zabrániť tomu, aby takíto ľudia vystúpili napríklad v tomto prípade v živom vysielaní v rádiu a svojím výrokom neobmedzil slobodu niekoho iného? Taktiež výroky dvoch neslávných žurnalistov Vaškého a Daňa, ktorí boli odsúdení z výtržníctva po tom, čo si na verejnosti dovolili vypustiť viac, ako je etické a morálne. Taktiež informácie od rôznych novodobých reportérov z protestov, ktoré nemajú s pravou žurnalistikou nič spoločné. Je ešte morálne a etické vytvárať niektoré správy, ktoré značne poškodzujú iné osoby len so zámerom zaujať, predat' periodikum, vytvoriť paniku? Každý jeden novinár by si mal uvedomiť, že žurnalistika je účinná zbraň, treba ju vedieť aj ovládať.

V súčasnosti na Slovensku má najväčší dozor nad elektronickými médiami Rada pre vysielanie a retransmisiiu. Je hlavným regulačným orgánom pre elektronické médiá. Samozrejme, existujú i iné aspekty činnosti elektronických médií, ktoré spadajú aj pod kontrolu iných orgánov, napríklad dohľad nad technickou správou frekvencií v zmysle zákona o elektronických komunikáciách vykonáva Telekomunikačný úrad SR, avšak prevažná časť noriem týkajúcich sa regulácie elektronických médií je obsiahnutá v zákone o vysielaní a retransmisii.²¹ Vo svete fungujú 3 základné modely regulácie uplatňovaných na rozhlasové programy, ktoré sa zameriavajú na mediálny obsah. Tieto modely majú zachovať nestrannosť názoru, a preto ich možno považovať za čiastočné obmedzenia slobody prejavu, pretože prevádzkovatelia vysielania sú povinní poskytovať rôzne aspekty otázok sprostredkovaných prostredníctvom svojich programov, nielen jeden. Regulácia takýchto povinností vysielateľov sa v jednotlivých krajinách líši.²² Na Slovensku sa často spochybňujú formulácie týchto práv. Vytvárajú sa nové výskumné problémy, nedostatky. Čo by sa malo ešte skúmať, aby bol obraz o dodržiavaní týchto práv ucelenejší. Slovenská prax však nerozlišuje medzi najobľúbenejšími a najmenej populárnymi názormi a zaobchádza s nimi rovnako – do vysielania musia byť zahrnuté všetky názory a stanoviská, aby boli splnené požiadavky

²⁰ *Zákon o elektronických komunikáciách č. 351/2011, Z. z. z dňa 14. septembra 2011.* [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

²¹ KUKLIŠ, E.: *Regulácia elektronických médií.* Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, s. 164.

²² CAFAGGI, F., CASAROSA, F., PROSSER, T.: Regulation and Freedom of Expression. In GROSS, L. (ed.): *International Journal of Communication.* Los Angeles : USC Annenberg, 2017, s. 1998-2016. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://pdfs.semanticscholar.org/515f/60bbf7e62a9d8bd0ba72d725b55a650a2b22.pdf>>.

objektívnosti a nestrannosti. Neexistujú žiadne kvantitatívne limity, médiá môžu vytvárať druh „umelej hierarchie“, ktorá nezodpovedá volebným rozhodnutiam občanov.²³

Záver

Čo dodať na záver? Po 30 rokoch od pádu komunistického režimu by bolo viac ako žiaduce dopracovať sa k skutočným charakteristikám a definíciám toho, čo je sloboda, kto ju chráni a ako sa uplatňuje. Skutočnosť však stojí nie na žurnalistike samotnej, ale na právnickej sfére. Vydavatelia a žurnalisti rešpektujú, že je potrebné chrániť práva a slobody iných pred zneužitím slobody prejavu a práva na informácie. Súčasne však pripomínajú, že nie v takom dávnom čase sa slobodná tlač stala, a bohužiaľ sa aj stáva, obeťou útokov rôznych pseudožurnalistov, útokom poloprávdy neúplných správ a hoaxov. Je pravda, že žurnalistiku nemožno len obmedzovať, ale aj chrániť, no je potrebné sa niekedy zamyslieť aj nad tou správou, ktorú práve žurnalista píše. Je viac než potrebné bojovať proti hoaxom a nepravdám, snahe len o zisk, je potrebné vytvárať kvalitné správy a ešte viac potrebné je diskutovať, diskutovať a diskutovať. Prečo sú rozdiely ešte možné, prečo regulačné orgány a regulačné princípy nie sú schopné zachovať slobodu prejavu a právo na informácie tak, ako by to malo byť všade? Je veľa možností, ako vysvetliť túto zásadnú otázku, no najdôležitejšie je, že ak politické zariadenie dokáže dostatočne ovplyvniť médiá, nepomôže ani žiadna legislatívna regulácia. Ak politické zariadenie nemôže ovplyvniť mediálnu sféru, pretože médiá sú vo vlastníctve zahraničných mediálnych podnikov, regulačné rámce nemajú významný vplyv na prax a médiá konajú v súlade so záujmami svojich vlastníkov. Tak isto aj v súkromnom svete bežných občanov, ak niekto má moc obmedziť niekoho na slobode prejavu alebo v opačnom prípade zneužije slobodu prejavu bez toho, aby existovali fungujúce regulačné princípy, nie je možné, aby sa táto situácia zlepšila. Základom je fungujúci regulačný a kontrolný systém a vo veľkej miere aj fungovanie verejnej diskusie na túto problematiku.

Literatúra a zdroje:

- BARENDT, E.: *Freedom of Speech*. New York : Oxford University Press Inc., 2007.
- BARTOŇ, M.: *Svoboda projevu: princípy, meze, garance*. Bratislava : Leges, 2010.
- BROWN, A.: *Hate Speech Law. A Philosophical Examination*. New York : Routledge, 2015.
- BROWNLIE, I., GOODWIN-GILL, G. S.: *Basic documents on human rights*. New York : Oxford University Press, 2002.
- CAFAGGI, F., CASAROSA, F., PROSSER, T.: Regulation and Freedom of Expression. In GROSS, L. (ed.): *International Journal of Communication*. Los Angeles : USC Annenberg, 2017, s. 1998-2016. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://pdfs.semanticscholar.org/515f/60bbf7e62a9d8bd0ba72d725b55a650a2b22.pdf>>.
- DRGONEC, J.: *Základy masmediálneho práva*. Bratislava : Eurokódex, 2008.
- DRGONEC, J.: *Sloboda prejavu a sloboda po prejave*. Šamorín : Heuréka, 2013.
- DRGONEC, J.: *Základné práva a slobody podľa Ústavy Slovenskej republiky, Zväzok 2*. Bratislava : MANZ spol. s r.o., 1999.
- JAKUBOWICZ, K.: *Médiá a demokracia v 21. storočí*. Varšava : Poltext, 2015.
- KUKLIŠ, L.: *Regulácia elektronických médií*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2015.
- KUKLIŠ, L., TARABČÁK, T.: *Zákon o vysielaní a retransmisii – komentár*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2016.
- MISTRÍK, M.: The Regulation of Freedom of Expression in TV Broadcasting. In ALLEN, L. (ed.): *5th Annual International Conference on Journalism & Mass Communications (JMComm 2016)*. Singapore : Global Science and Technology Forum, 2016, s. 133-140.

²³ KUKLIŠ, L.: *Regulácia elektronických médií*. Bratislava : Wolters Kluwer, 2015, s. 16.

National Media Regulations in an Age of Convergent Media: Beyond Globalisation, Neo-liberalism and Internet Freedom Theories. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137493958_5>.

Stanovisko Sociologického ústavu SAV k návrhom na predĺženie predvolebného moratória na zverejňovanie výskumov volebných preferencií. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<http://www.sociologia.sav.sk/en/podujatia.php?id=3108&r=1>>.

Ústava Slovenskej republiky, Zákon č. 460/1992 Zb. z dňa 1. septembra 1992. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://www.prezident.sk/upload-files/20522.pdf>>.

Zákon o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) č. 211/2000, Z. z. z dňa 17. mája 2000. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

Zákon o elektronických komunikáciách č. 351/2011, Z. z. z dňa 14. septembra 2011. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na:

<http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1364909855_zakon_308-2000_ucinny_2013-01-01.pdf>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Dominik Mičuda

Univerzita sv. Cyrila a Metoda

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

dominikmicuda@gmail.com

ZMENY NOVINÁRSKEJ PROFESIE V DIGITÁLNOM VEKU – VÝVOJ A INOVÁCIE NOVINÁRSKEJ PRAXE V ČASOPISE SLOVENKA

Changes of journalism in digital age - evolution and inovation of journalism in magazine Slovenka

Mária Miková

Abstrakt

Novinárska profesia sa vyvíja adekvátne dobe a periodiku. Kým si súčasná stredná generácia napríklad pamätá klasický nákres zrkadla, súčasný digitálny vek predstavuje možnosti, o ktorých pred rokmi nemohla ani snívať. Akoby s „pohyblivými obrázkami“ oživali aj vízie profesora Borisa Droppu na Katedre žurnalistiky Filozofickej fakulty UK, ktorý o nich rád hovoril, ako aj o tom, že nastane čas, keď novinárske remeslo zanikne, ale kumšt novinára nikdy.

Kľúčové slová:

Digitálna doba. Inovácie. Magazín. Online. Slovenka. Žurnalistika.

Abstract

The journalism develops according to the period of time and journals. For example, while the current middle generation remembers the classic drawing of a mirror, the current digital age represents possibilities that we couldn't even dream of years ago. As with “moving pictures” also Professor Boris Droppa's vision came to life at the Department of Journalism at the Faculty of Arts of Comenius University, he liked to talk about them, as well as he liked to talk about the time when the journalism ceased to exist but skill of journalist never.

Key words:

Digital age. Inovation. Journalism. Magazine. Online. Slovenka.

Úvod

Autorka tohto príspevku prešla pozíciou elévky v denníku Smena, praxovala v podnikových novinách, okresných, ako aj v celoslovenských týždenníkoch. Najdlhšie obdobie, sedemnášť rokov, venuje práci v týždenníku Slovenka, kde pracovala na pozícii redaktorky, zástupkyne šéfredaktorky a trinášť rokov je šéfredaktorka Slovenky. Jej cieľom je načrtnúť, ako sa celoplošné zmeny novinárskej profesie prejavili na postoch redaktorov v týždenníku Slovenka, v časopise, ktorý na Slovensku vychádza sedemdesiatdva rokov, a teda si so sebou nesie aj svoju čoraz zrelšiu a čoraz menej početnejšiu čitateľskú základňu. Základňu, ktorá je natoľko verná tomuto periodiku, že si vyžaduje špecifický prístup redaktorov, ktorí však zároveň musia oslovovať aj mladšiu generáciu. Znamená to teda zachovať isté hodnotové princípy, zachovať sociálne témy a neskĺznuť do bulváru, zároveň sa však prispôbiť aktuálnym trendom a printový obsah ponúkať aj na svojom internetovom portáli čitateľom, ktorí by po printovej forme nesiahli. Z redaktora sa stáva nielen autor článku, nositeľ informácie, ale aj marketingový hráč, ktorý svoj tovar ponúka ďalej na

internetu. Redaktor, a teda nielen vedenie redakcie, zažíva permanentný boj o čitateľa, a teda aj o inzerenta, ktorý tak môže čo najväčšiemu počtu ponúknuť svoj produkt. Digitálny vek zmenil novinársku profesiu nielen v tom, že sa vďaka sociálnym sieťam novinár dostane promptne k informáciám a ľahšie overuje fakty, ale aj v tom, že musí robiť svoj vlastný marketing. Keď sa pozrieme na vývoj Slovenky, súčasné kumulované funkcie redaktorov sú ďaleko vzdialené od ich predchodcov.

1 Vznik a vývoj týždenníka Slovenka

Ak chceme hovoriť o vývoji novinárskej profesie v najstaršom slovenskom týždenníku, musíme sa vrátiť o niekoľko desiatok rokov späť. Slovenka vznikla 20. februára v roku 1948, teda v čase, keď vrcholil zápas o ideologickú moc, a to zákonite ovplyvnilo jej obsah. Vychádzala dvakrát do mesiaca na šiestnástich stranách ako slovenská mutácia časopisu československého ministerstva poľnohospodárstva s názvom *Venkovská žena*. Na historicky prvej titulke bol portrét dievčatka z Detvy, ktoré fotograf Pacovský nasnímal v tradičnom kroji na folklórnych slávnostiach, neskôr sa na titulné strany dostávajú žeriavničky, sústružníčky a podobne. Po februári 1948 a vyhlásení Košického vládneho programu sa tlač musela formovať v súlade s komunistickou líniou. Stranícke orgány zasahovali do štátnych informačných prostriedkov aj tlače iných strán a kultúrnych časopisov. *V prvej polovici päťdesiatych rokov boli časté zásahy Štátneho tlačového dozoru, ktorý vznikol ako orgán preventívnej cenzúry v roku 1953 (od roku 1967 ho nahradila Ústredná publikačná správa) a bol nástrojom kultových metód v oblasti novinárstva. Z pôvodného určenia na ochranu štátneho, hospodárskeho a služobného tajomstva sa zmenil na politickú cenzúru. Jeho zásahy mali neraz negatívny vplyv aj na uzávierku alebo včasnú výrobu (tlač) novín.*¹ Regulácia periodík mala negatívny vplyv aj na vývoj ženských časopisov.



Obrázok č. 1 - Prvé titulné strany týždenníka Slovenka.

Zdroj: <www.zenskyweb.sk/historiaslovenky>.

¹ TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. 4. prepracované vydanie. Bratislava : Bratislavská vysoká škola práva, 2010, s. 24.

Slovenka v roku 1951 nadobudla týždennú periodicitu, prešla na farebnú ofsetovú tlač a stala sa najčítanejším časopisom slovenských žien. Od roku 1968 mala dvojnásobný počet strán, čitateľky na 32 stranách nachádzali nielen rady na výchovu detí a obľúbené recepty, ale aj informácie o diani vo svete. V ponuke čísla nechýbali ani portréty profesionálne úspešných žien. Náklad rástol, v roku 1978 dosiahol 232 000 kusov. Slovenka v tom čase patrila k najúspešnejším obrázkovým časopisom na území Slovenska. V redakcii pracovalo vždy viac ako desať redaktoriek, ktoré mali priestor a čas rozvinúť tému, ktorej sa venovali. Zaujímavé bolo sledovať osudy redaktoriek alebo sympatizantiek Slovenky. Kým významná prekladateľka a spisovateľka Zora Jesenská na začiatku vzniku Slovenku obhajuje, hovorí, že víta časopis, ktorý bude výlučne apolitický, rokmi, vzhľadom na obsah Slovenky a vyššie uvedené fakty, uvedomuje si svoj omyl. Ako je známe, Zora Jesenská je nútená v šesťdesiatych rokoch odísť z literárneho diania a tvorí pod cudzím menom. Slovenka je lídrom Ústredného výboru Socialistického zväzu žien, spolok Živena a aj časopis rovnakého názvu, v ktorom sa združovali slovenské intelektuálky pred druhou svetovou vojnou a verili v jeho obnovu, v roku 1952 zaniká. Neľahký osud čaká aj prvú šéfredaktorku Slovenky Máriu Tvarožkovú, ktorá v roku 1968 odsúdila vstup ruskej armády do Československa. Do vedenia redakcie nastupuje novinárka a spisovateľka Libuša Mináčová, ktorá ju vedie sedemnášť rokov. V redakcii pracuje v tom čase okolo pätnásť redaktoriek, vedú stabilné rubriky a týždenne prispievajú spravidla jedným rozsiahlejším materiálom, reportážou, rozhovorom či publicistickou témou. V redakcii pracujú traja fotografi, v redakčnom ateliéri sa fotí väčšina tituliek, na prvých stranách sa čoraz častejšie objavujú známi herci, speváci, významné osobnosti. Oslavné texty z päťdesiatych rokov nadobudli pragmatickejší rozmer, keď sa v obsahu redaktorky zaoberajú aj problémami bežných pracujúcich žien. Slovenka veľa pozornosti venuje aj kultúre, predstavuje osobnosti kultúrneho života, na scénu vstupuje dnes už legenda, Elena Ťapajová, ktorá prináša rozhovory so začínajúcimi speváčkami a hercami, ale aj so svetoznámymi hviezdami filmu. Slovenka je prvá, v ktorej sa zavádza riadková inzercia, Dotyky, ale aj rubriky s ľahkým bulvárnym nádychom.

Vďaka redaktorkám sa na stránkach Slovenky objavujú aj články o osobnostiach, ktoré prvé založili ženské časopisy, či je to Terézia Vansová alebo Elena Maróthy Šoltéssová a ožíva „duch“ Dennice, ktorá s podtitulom *Ženský list pre poučenie a zábavu* ukázala, že ženy – čitateľky sa potrebujú na stránkach časopisu vzdelávať, ale si aj oddýchnuť. Pritom *Dennica začala vychádzať v roku 1898 a v priebehu svojho vychádzania niekoľko raz zmenila svoj podtitul, najskôr ako Ženský a rodinný list pre poučenie a zábavu (1907), Ilustrovaný časopis rodiny pre literatúru a otázky spoločenské (1908) a od roku 1910 ako Obrázkový časopis ženský a rodinný.*² A takéto dedičstvo v podobe „poučenia“ a zábavy si Slovenka odniesla na svojich stránkach aj do porevolučnej doby.

2 SLOVENKA po roku 1989

V deväťdesiatych rokoch 20. storočia sa objavujú rôzne rebríčky popularity médií a prvenstvo si naďalej udržuje Slovenka. V roku 1990 redakcia vyhlásila anketu Osobnosť roka. Na odovzdávaní ocenenia sa odvtedy stretávali politici, umelci, športovci a ďalšie osobnosti. Slovenka, s cieľom zvýšiť postavenie otca v rodine a zvýšiť jeho podiel na výchove detí, založila anketu Otec roka. V tom čase sa v Slovenke organizovali aj zábavné ankety, akými boli každoročne vyhlasované Supersvokry či Kráľ starých mládencov. Redaktorky participujú na príprave projektov. Ale v ich práci nastáva aj ďalšia podstatná zmena, redakcia Slovenky medzi prvými redakciami začína pracovať na počítačoch a zavádza internetové siete.

² DUCHKOWITSCH, W., SERAFÍNOVÁ, D., VATRÁL, J.: *Dejiny slovenského novinárstva: Vývoj novinárstva na Slovensku v kontexte podunajskej monarchie*. Ružomberok : Katolícka univerzita, 2007, s. 226.



Obrázok č. 2 - Titulné strany týždenníka Slovenka po roku 1989.
Zdroj: redakcia Slovenka.

Po osamostatnení Slovenska v roku 1993 vznikla akciová spoločnosť Živena, ktorej jediným akcionárom bola Únia žien Slovenska a tá pokračovala vo vydávaní časopisu Slovenka. V konkurenčnom prostredí, keď na mediálny trh pribúdali mutácie zahraničných časopisov z veľkých vydavateľských domov, si periodikum slovenských žien udržalo suverénne prvé miesto. V roku 1996 predstavoval predaj každý týždeň štvrt milióna výtlačkov a Slovenka vychádzala na 100 stranách. K jej popularite prispievalo množstvo aktivít, do ktorých zapájala svojich čitateľov. V tomto období sa Slovenka a jej redaktori dostávajú do zvláštnej situácie. Vedenie úzko spolupracuje s vtedajším víťazným politickým hnutím a v časopise sú redaktori nútení opäť pestovať kult osobnosti vtedajšieho premiéra. Mnohí redaktori odmietajú pracovať pod neprofesionálnym vedením Únie žien Slovenska a odchádzajú do iných printov. V čase, keď sa na Slovensku rozvíja ženská tlač a vzniká silná konkurencia, je to pre Slovenku silný úder. Začiatkom nového tisícročia zaznamenáva v predaji pokles, ktorý sa pokúša najprv zastaviť a potom aj predaj stabilizovať nový majiteľ. Akciová spoločnosť Živena zaniká a Slovenka v roku 2005 mení majiteľa, ktorým je vydavateľstvo STAR production.

S nástupom nového majiteľa prichádza aj rozšírenie značky, v portfóliu vydavateľstva vznikajú nové časopisy, Praktická Slovenka, Slovenka Zdravie rodiny, Metropola, Star, La Femme alebo Top cars. Každý z týchto printov je na webe, vydavateľstvo propaguje obsah, ale aj projekty, ktoré vznikajú na podporu predaja. Pokračuje sa v ankete Otec roka, vytvára sa anketa Slovenka roka, ktorá je pokračovaním známej ankety Žena a Muž roka, vznikajú Bratislavské módné dni a Osobnosť Metropoly, ktorá sa organizuje s bratislavským magistrátom. Vedenie redakcie pripravuje množstvo príbalov aj súťaží, neúnavná snaha udržať si stáleho čitateľa a prilákať ďalšieho sa plní. Odliv čitateľov, ktorý rapídne nastal počas existencie v Únii žien Slovenska, sa stabilizuje, Slovenke sa darí získať naspäť svojho čitateľa a predaj sa zvyšuje. V roku 2007 až 2010 Slovenka vychádza s nákladom 55 000 výtlačkov, predaj je, vzhľadom na konkurenciu ženskej tlače, uspokojivý. Vytvára sa silné obchodné oddelenie, do obsahovej štruktúry pribúda dovedy pre redaktorov málo využívaný prvok – PR materiál. Odvtedy je však súčasťou ich práce, redaktor už iba nezabezpečuje svoj obsah materiálu z printu na web, ale aj úzko spolupracuje s obchodným

oddelením a marketingom.

Zúčastňuje sa na vlastných aj iných podujatiach, vytvára priestor pre ďalšieho inzerenta. Kým sa dlhý čas darí ustriehnuť množstvo inzercie v čísle, sú momenty, keď množstvo PR materiálov naráža u čitateľov na odpor. Medzi Slovenkou a jej čitateľmi však ešte stále existuje a pretrváva prepojenie, čitateľ chápe trhové podmienky a vedeniu redakcie ide o zachovanie kvalitných a dôveryhodných materiálov. V Slovenke pracujú ľudia, ktorí sú schopní a ochotní napredovať. Prispôbujú sa nielen množstvu práce, ktorá súvisí s prácou v printe aj na webe. Kým niektoré periodiká vo vydavateľstve zanikajú, Star a La Femme, vzniká silný ženský portál www.zenskyweb.sk, v ktorom sú reflektované jednotlivé periodiká, ale predovšetkým aktuálny obsah z kultúrneho a spoločenského života. To, čo si pri vzniku Slovenky slovenská žena nachádzala v tomto prvom obrázkovom časopise vo svojich rubrikách, dnes to nachádza na internete, ženský web sa preto snaží prichádzať s témami, ktoré sú venované ženám, či je to starostlivosť o dieťa alebo o domácnosť. Práca redaktorov v Slovenke bola dlho špecifická, množstvo stálych predplatiteľov, ktoré sa rokmi neznižovalo, a dosahovalo počet 15-tisíc predplatiteľov, si vyžadovala, aby Slovenka prinášala reportáže a témy z regiónov. Bolo a je dôležité, aby redaktor nepísal od stola, ale cestoval za svojim čitateľom. Rokmi sa aj v tomto týždenníku situácia mení. Prácu v teréne sa snažíme zachovať, ale neraz nie je časový priestor na hlbší pohľad na danú situáciu. Texty sú aktuálnejšie, zachytávajú nové udalosti, ale súčasne aj povrchnejšie, dynamizuje sa aj grafika, z obsahu sa vylúčili rubriky ako Téma, v ktorej sa analyzovali aktuálne problémy. V tomto type týždenníka však redaktor ešte stále dostáva priestor na zložitejšie témy, Slovenka nejde cestou bulváru, ale zaujímajú ju sociálne témy a témy, ktoré ľudí inšpirujú a motivujú. Je to stále rodinný časopis, ktorý sa dedí z generácie na generáciu a hoci predaj každý rok klesá, kvalitný obsah Slovenky sa presúva nielen na web, ale ostala jej ešte aj ďalšia charakterová črta. Medzi rodinami koluje, takže je zaujímavá aj z pohľadu náročného inzerenta.

3 Print v digitálnej ére

Novinárska profesia má dnes rôznorodú podobu. Iné špecifiká má práca na weboch, iné práca v elektronických a v printových médiách s rôznorodou periodicitou. Na základe fungovania Slovenky, časopisu, ktorý je na Slovensku najstarší, sme sa pokúsili objasniť novinársku profesiu v médiu, ktoré sa snaží o zachovanie kvalitného a dôveryhodného obsahu, aj za cenu, že musí „lavírovať“ medzi požiadavkami čitateľov a klientov. Novinár musí byť na tepe udalostí, každý týždeň musí prispievať do printu a každý deň na web, musí vycítiť ducha doby a tomu sa plne prispôbiť.

Konkrétny vývoj v novinárskej profesii spočíva v nasledujúcich krokoch: Redakcia Slovenka od svojho založenia fungovala ako iné printové periodiká. Články sa písali na písacích strojoch, tie sa posúvali k jazykovým redaktorkám a následne ku grafikom. *Pri grafickej úprave periodika ide redakcii o to, aby získala čitateľov, aby uspokojila ich záujmy a potreby. Ak sme hovorili o vyvážení novinárskeho celku, mali sme na mysli aj jednotu obsahu a formy. Z novinových strán nemožno robiť grafické obrázky bez prihliadnutia na obsah textov. Obsah je dušou novín, ale grafická úprava ich tvárou.*³

Materiál z terénu sa zachytával na diktafón, respektíve sa z časových dôvodov prečítal telefonicky priamo do redakcie človeku, ktorý na to bol kompetentný. V redakcii pracovalo početnejšie množstvo redaktorov, ale aj fotografův. Časopis Slovenka zamestnával začiatkom deväťdesiatych rokov pätnásť redaktorův a troch fotografův, ktorí si dávali filmy vyvolávať do profesionálnej fotoslužby. Na začiatku „počítačovej éry“ (cca rok 1991 – 1993), keď sa začínalo zalamovať na

³ TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. 4. prepracované vydanie. Bratislava : Bratislavská vysoká škola práva, 2010, s. 105.

počítačoch, redaktori ešte neboli vybavení vlastnými počítačmi. Ešte stále písali na stroji. Články prechádzali od jazykovej redaktorky k vedúcemu výroby, následne ku grafikom. V redakcii sa robili z fotografií takzvané hrubé skeny a zalomené materiály sa v grafickom programe nahráli na nosič. Vždy po uzávierke čakal v redakcii kuriér, ktorý odviezol pripravený materiál (vytlačené obľahy, papierové fotografie a celé zalomené číslo nahraté na nosiči) do tlačiarne. Odtiaľ nám posielali na kontrolu nátlaky titulky. Až po finálnych úpravách a kontrole časopis vytlačili.

Vybavením redakcie ďalšími počítačmi (v roku 1995), digitálnymi fotoaparátmi a kvalitnými skenermi, ako aj zavedením vysokorýchlostného internetu, počítačovej siete sa výroba v redakcii nielen zmodernizovala, ale aj urýchlila. *Internet sa stal synonymom novej mediálnej epochy, v ktorej sa zásadne zmenil spôsob vnímania sveta i spoločenská štruktúra. Masovú komunikáciu demasifikoval a priniesol nový fenomén – spoluúčasť publika na vytváraní mediálnej komunikácie.*⁴ V týždenníku Slovenka dnes už kompletne číslo vo formáte pdf. posielame do tlačiarne na FTP server, kde dodané podklady spracovávajú tlačiarne. Články sa gramaticky a štylisticky neposudzujú na papieri, ale v počítači, existujú programy, ktoré najmä s gramatickou časťou sú „nápomocné“, a fotografie sa nakupujú priamo z fotografickej databanky, ktorú má redakcia predplatenú na paušál. Rovnako je úzka spolupráca s TASR a SITA. Počet redaktorov sa aj vplyvom digitalizácie znížil. Mnohé informácie sa dnes dajú ľahko zistiť aj overiť priamo z kancelárie, nie je nevyhnutné byť dlhodobo v teréne, nie je tajomstvom, že redaktori pracujú s respondentom aj prostredníctvom mailov a mnohé informácie vyhľadávajú prostredníctvom internetu. Práca v redakcii sa zdynamizovala, redaktori sú aj v týždenníku každý deň na „tepe“ udalostí. Množstvo informácií sa selektuje adekvátne záujmu čitateľov a spracováva v zmysle, ktorý tému posúva ďalej. Znamená to, že keď sa v denníku uverejní článok napríklad o človeku, ktorý sa nevie dovolať spravodlivosti, redakcia Slovenky skúma súvislosti a hľadá konkrétne riešenia. Aj v tomto je práca s minulosťou diametrálne odlišná. Pri skúmaní podstaty problémov, ktoré sa spracúvajú, okrem mobilných telefónov a internetu je tu ešte aj ďalší fenomén a to komunikácia prostredníctvom sociálnej siete. Dnes nie je výnimkou, ak sa v redakcii robia rozhovory prostredníctvom *skajpu* alebo ďalších aplikácií. Vývoj je nezastaviteľný, s tým súvisí aj budovanie portálu www.zenskyweb.sk Ide o lifestyleový portál, ktorý má pod sebou zahrnuté aj weby jednotlivých printov vydavateľstva – Slovenka, Slovenka Zdravie rodiny, Metropola. Mesačník Metropola funguje online na dennej báze, redaktor, ktorý pracuje v printovom médiu pravidelne prispieva do Metropoly a rovnako sa využívajú takouto formou aj služby fotografa. Tým, že sa na Slovensku rozšírili v maximálnej možnej miere nové technológie ako smartfón a podobne, zmenilo sa aj získavanie prístupu k informáciám a tí návštevníci, ktorí doteraz navštevovali ženský web prevažne z PC, už v tomto čase majú a chcú mať jednoduchší prístup k informáciám. V súčasnosti 70 percent návštevníkov webu tvorí mobilný návštevník, ktorý v uponáhľanom čase vyhľadáva krátke informácie a oslovuje ho mediálny obsah ako video alebo audio. Nárast internetových služieb zasahuje do predaja Slovenky, ale nie je to ešte stále také výrazné, v porovnaní s denníkmi, keďže publikované informácie, ktoré týždenník ponúka sú na kvalitnom papieri a v rozsiahlejšej forme, čo ešte stále víta početné množstvo čitateľov.

⁴ TINKA, J.: Digitalizácia slobody slova a sublimácia pojmu novinár. In: *Marketing Identity: Digital Mirrors - part II*. 1. vydanie. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018, s. 5.

Týždenník Slovenka má špecifickú skupinu čitateľov, na ktorej redakcii záleží, množstvom kvalitných článkov, či sú to servisné materiály, rozhovory s odborníkmi, pohľad do zákulisia známych osobností, kde Slovenka mala vždy prístup, láka aj strednú a mladšiu generáciu. Inovuje



Graf č. 1 - Počet predaných výtlačkov v rokoch 2016 – 2019.

Zdroj: vydavateľstvo STAR production.

marketingový prístup. Pribúdajú súťaže o hodnotné ceny, predplatiteľské súťaže a podobne. Slovenka „bojuje“, neľahkú situáciu na mediálnom trhu zvláda dôstojne, citlivo nastavuje obsah tak, aby komerčné témy neprevyšovali publicistiku a zároveň, aby neabsentoval jej sociálny rozmer. Redaktori Slovenky boli vždy nápomocní v riešení rôznorodých situácií „svojich“ čitateľov. Prepojenie čitateľov s redaktormi sa ukazuje aj v tom, že Slovenka má roky stabilné množstvo predplatiteľov. Od roku 2010 do roku 2020 ročne 10-tisíc predplatiteľov. Predaj postupne klesá, medziročne asi o 1000 predaných výtlačkov. Postupný pokles sa darí udržiavať nielen spomínanými faktormi, ale aj zavedením takzvaných sviatočných dvojčísel, s ktorými redakcia vychádza počas voľných dní. Náklad sa prispôbuje danej situácii, podobne ako faktoru, že postupne zaniká stánkový predaj. Adekvátne nepriaznivej situácii sa vydavateľstvo snaží pracovať na skvalitňovaní spomínaného portálu www.zenskyweb.sk, v ktorom okrem aktuálnych informácií predstavuje aj projekty, ktoré vo vydavateľstve fungujú. Ako Bratislavské módne dni, Veľvyslanectvo mladých, vďaka ktorému napomáha v štúdiu mladým študentom stredných a vysokých škôl, ako aj súťaž Návraty poézie o cenu Andreja Sládkoviča, keďže vydavateľstvo a konkrétne týždenník Slovenka sa snaží o propagovanie rôznych kultúrnych podujatí. Prostredníctvom portálu sú redaktori so svojimi čitateľmi každý deň v kontakte, okrem uverejňovania a propagácie vlastných článkov participujú na výrobe online rozhovorov so známymi osobnosťami, priamo vo vydavateľstve je zriadené štúdio, odkiaľ sú rozhovory vysielané a v súčasnosti sa pracuje aj na ďalších formách prezentácie, ktoré by mohli skvalitniť a viac dostať spomínaný portál do povedomia.

Záver

Kooperácia printového a digitálneho média si vyžaduje neustálu pozornosť, zmysel pre obsahovú náplň, ktorá by sa na oboch platformách dopĺňala a neustále lavírovanie medzi tým, čo vyžaduje respondent a do akej miery mu to môžeme ponúknuť. Značku Slovenky, ktorá má za sebou historickú hodnotu, možno zhodnotiť aj v tomto digitálnom veku.

Literatúra a zdroje:

DUCHKOWITSCH, W., SERAFÍNOVÁ, D., VATRÁL, J.: *Dejiny slovenského novinárstva: Vývoj novinárstva na Slovensku v kontexte podunajskej monarchie*. Ružomberok : Katolícka univerzita, 2007.

TUŠER, A.: *Ako sa robia noviny*. 4. prepracované vydanie. Bratislava : Bratislavská vysoká škola práva, 2010.

TINKA, J.: Digitalizácia slobody slova a sublimácia pojmu novinár. In: *Marketing Identity : Digital Mirrors - part II*. 1. vydanie. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2018.

Kontaktné údaje:

Mgr. Mária Miková
Redakcia týždenníka SLOVENKA
Moyzesova 4
811 01 Bratislava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
maria.mikova@starproduction.sk

SOCIÁLNE MÉDIA V KONTEXTE FORMOVANIA NÁZOROV STREDOŠKOLÁKOV

Social media in the context of forming the opinions of secondary- school student

Ján Mikuš - Eva Odlerová

Abstrakt

Sociálne médiá majú minimálne za obdobie poslednej dekády výrazný vplyv a v niektorých súvislostiach až zásadný vplyv na formovanie názorov stredoškolskej mládeže. Sociálne siete (ďalej len SS), ktoré sú teda v súčasnosti neodmysliteľnou súčasťou našich životov je dôležité neustále sledovať a zaznamenávať ich dopad na ľudí, ľudské správanie, ľudskú komunikáciu a s tým súvisiace aktivity. Cieľom predkladaného príspevku je uviesť pozitívne či negatívne stránky sociálnych médií (v našom prípade sa zameriavame na sociálne siete) a ich vplyv na človeka na základe ich využívania. Zo sociálnych sietí bola v rámci prebiehajúceho prieskumu v rámci realizácie dizertačnej práce autora v kontexte formovania názorov stredoškolákov (a teda aj v tomto príspevku) pozornosť zameraná najmä na najbežnejšie používané sociálne siete na Slovensku, ako sú napríklad facebook, instagram, youtube, whatsapp, linkedin a pod. Predložený príspevok prezentuje nové výsledky v oblasti danej problematiky a prináša nové postrehy aplikovateľné do praxe.

Kľúčové slová:

Facebook. Formovanie. Média. Názor. Sociálne médiá. Študenti stredných škôl. Youtube.

Abstract

At least for the last decade, social media have had a significant impact and, in some contexts, even a major influence on the formation of secondary school students opinions. Social networks, which are now an essential part of our lives, are important to constantly monitor and record their impact on people, human behavior, human communication and related activities. The aim of this paper is to present positive or negative aspects of social media (in our case we focus on social networks) and their impact on people based on their use. In the context of the ongoing research of the author's dissertation in the context of forming the opinions of secondary school students (and thus in this paper), social networks focused on the most commonly used social networks in Slovakia, such as Facebook, Instagram, Youtube, WhatsApp, LikendIn etc. This paper presents new results in the field and brings new insights applicable in practice.

Key words:

Facebook. Formation. Media. Opinion. Social media. Secondary school students. Youtube.

Úvod: Vývoj a najznámejšie sociálne siete

Takmer každý stredoškolský študent v rámci kultúrnych a civilizovaných (menej či viac vyspelých ekonomík a národov/štátov) používa dennodenne či už v rámci svojho podvedomia kvôli zahnaníu nudy alebo cielene kvôli komunikácii či iným bežným a potrebným zámerom sociálne siete. Z toho

hneď v úvode vyplýva fakt, že mnohí z nich si už svoj každodenný život bez sociálnych sietí nevedia vôbec predstaviť a sú na nich výrazne závislí, resp. im vedia sociálne médiá nielen veľmi pozitívne ale aj veľmi negatívne ovplyvniť ich životy. Často sa na nich stávajú závislými, pričom dochádza k znehodnoteniu kvality ich života. Mnoho stredoškôľakov by si v súčasnosti nevedeli predstaviť bežne fungujúcu spoločnosť bez využívania sociálnych médií. Ich vývoj prechádza rýchlym vývojom najmä v rámci posledných desiatich rokov a existuje predpoklad, že budú neustále pribúdať nové typy sociálnych médií a sietí, ktoré budú dokonalejšie a sofistikovanejšie.¹ Vznik sociálnych médií/sietí mal v minulosti jednu základnú podmienku. Touto podmienkou je vznik internetu v rámci webového priestoru, jeho funkcionálna a zdokonaľovanie a rozširovanie nielen v rámci jednotlivých oblastí Zeme ale aj v rámci spoločenských vrstiev, resp. skupín.²

Ako prvou sociálnou sieťou či médiom bol pre vedcov tzv. arpanet v roku 1969. Následne vznikol v roku 1987 internet, 1991 vznikla internetová služba world wide web (www). Ďalej v roku 1997 vznikla prvá novodobšia sociálna sieť vo webovom priestore, kedy Andrew Weinreich dal vznik portálu SixDegrees.com. Umožnil užívateľom vytvárať profily, zoznamy priateľov a následne v roku 1998 aj prístup na priateľov profil a na zoznam jeho priateľov.³ V rámci roka 1999 došlo k vzniku webu 2.0, kedy došlo k zmene zo statických stránok na stránky, ktoré v zásade vedú s používateľom dialóg a umožňujú mu priamo sa podieľať na vzniku obsahu samotného internetu. V roku 2003 došlo k veľkému rozmachu sociálnych sietí, kedy vznikol MySpace, LinkedIn. V roku 2004 vznikla doposiaľ najpopulárnejšia sociálna sieť Facebook. Jej zakladateľmi sú Mark Zuckerberg a ďalší tvorcovia pod jeho vedením. Zároveň vznikali aj ďalšie sociálne siete ako sú Twitter, Youtube, Instagram, Google, WhatsApp, WeChat, DropBox a pod. Facebook prelomil v roku 2012 magickú hranicu viac ako miliardu aktívnych používateľov.⁴ V súčasnosti hlási Facebook 2,41 mld. aktívnych používateľov (47 % sú muži). Youtube má 1,9 mld. aktívnych používateľ (68 % sú muži) a instagram viac ako 1 mld. užívateľov (42 % sú muži). Vyberáme len vybrané sociálne siete (resp. uvedené) tri, nakoľko ich celkové portfólio je široké a údajov o nich je veľké množstvo. Z dôvodu rozsahu príspevku sa venujeme teda hlavne týmto trom⁵, (aj v rámci prieskumu dizertačnej práce autora).

Následne môžeme taktiež uviesť aj veľmi zaujímavú budúcnosť troch v súčasnosti najvýznamnejších predstaviteľov z portfólia sociálnych sietí. Pokiaľ v minulosti medzi sociálnymi sieťami bol jasnou jednotkou práve veľmi známy Facebook, ten sa dnes pomaly dostáva do väčšieho úzadia. Prostredníctvom neho si ľudia v minulosti písali s kamarátmi, zdieľali videá či obrázky alebo pridávali statusy. Pridávanie statusov či zdieľanie videí a obrázkov už nie je v súčasnosti medzi mladými ľuďmi v kurze. Facebook, podobne ako iné sociálne siete, stratil po čase svoje čaro a dnes ho väčšina z nás využíva iba na písanie si cez Messenger.⁶

Mladí ľudia už nepotrebujú čítať zdlhavé statusy, radšej si pozrú zaujímavý obrázok s krátkym a výstižným popisom. Práve túto potrebu dokázal do veľkej miery naplniť Instagram, nevlastný brat

¹ MIŽIKOVÁ, A.: Čo sú sociálne siete? Definícia. In: *Blogit*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://blogit.sk/co-su-socialne-siete-definicia/>>.

² DIJCK, J. V.: *The Culture of Connectivity: A critical history of social media*. Oxford : University Press, 2013, s. 23.

³ KOPUNÍKOVÁ, E.: *Sociálne siete v čísloch*. 2019. [online]. [2020-04-01]. Dostupné na: <<https://blog.mindshare.sk/2019/08/21/socialne-media/socialne-siete-v-cislach/>>.

⁴ DENIS, M.: *Facebook upadá, patri budúcnosť iba Instagramu? Slováci prezradili, na akej sieti sú doma*. 2019. [online]. [cit. 01.04.2020]. Dostupné na: <<https://hashtag.zoznam.sk/facebook-upada-patri-buducnost-iba-instagramu-slovaci-prezradili-na-akej-sieti-su-doma/>>.

⁵ KOPUNÍKOVÁ, E.: *Sociálne siete v čísloch*. 2019. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://blog.mindshare.sk/2019/08/21/socialne-media/socialne-siete-v-cislach/>>.

⁶ FRÍDOVÁ, M.: Najlepšie story za vznikom sociálnej siete. 2011. In *TeenIT*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://teenit.sk/2011/09/19/najlepsie-story-za-vznikom-socialnej-siete/>>.

Facebooku. Aj keď v súčasnosti nepokrýva také široké spektrum používateľov ako Facebook, popularita Instagramu naďalej rapídne rastie. Odborníci⁷ napriek tomu predpokladajú, že pri súčasnom raste sa už v najbližších rokoch dostane v počte používateľov na prvé miesto medzi sociálnymi médiami. Pre Facebook to ale neznamená devastujúcu porážku, ale naopak čiastočný úspech, keďže je už v súčasnosti vlastníkom „konkurenčného“ Instagramu. Otázkou naďalej zostáva, či sa na trh nedostane iná sociálna sieť, ktorá zaujme širokú verejnosť viac. Momentálne sa ale tieto dve siete nemusia obávať straty svojho dominantného postavenia, keďže neexistuje sociálne médium s takým rapídny rastom či pokrytím, aby ich mohla výrazne ohroziť a dostať do celkového úzadia.

Sociálne médiá sú vlastne taký druh služby, ktorý umožňuje jeho používateľom (v našom prípade stredoškólakom) veľmi jednoduchú komunikáciu a zdieľanie rozličných informácií a to viac menej trvalým spôsobom, čím sa odlišuje od chatu alebo telefónu. Charakteristickým rysom sociálnych médií/sietí je aj existencia profilov, ktoré prezentujú osoby. Tie by mali odpovedať reálnym osobám alebo firmám, čo ale nemusí byť vždy pravda.⁸ V zásade môžeme uviesť, že nie všetky sociálne siete sú rovnako populárne. O tom svedčí aj nižšie uvedený zoznam piatich najpoužívanejších sociálnych sietí za rok 2019.⁹ Medzi najznámejšie sociálne siete patrí rozhodne Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, WhatsApp a mnohé ďalšie.

1 Výhody a nebezpečenstvá sociálnych sietí/médií pre stredoškólakov v kontexte formovania ich názorov

Množstvo výhod, ktoré poskytujú sociálne siete je v skutku obrovské a je ťažko ich dôkladne definovať či uviesť. Sú nimi napríklad dostupnosť telefonickú, chatovú, či video-komunikácie kdekoli na Zemi, kde je prístupný internet. Je jednoduché s nimi pracovať,¹⁰ narábať, ich využitie je napríklad v rámci niektorých pracovných činností, zdieľanie informácií počas štúdia, zoznamovanie nových ľudí, vytváranie rôznych podujatí, uvádzanie informácií a fotiek, názorov, postojov a mnoho ďalšieho o svojej osobe, o svojich priateľoch a mnoho ďalších výhod.¹¹

Veľkou nevýhodou je napríklad možnosť stalkingu a virtuálnej šikany. Vykradnutia naj dôvernejšieho súkromia, ukradnutie identity študenta, podvody v rámci ekonomickej trestnej činnosti (vylákание peňazí podvodnou činnosťou), zneužívanie rôznych informácií, šírenie klamlivých informácií, ďalej sociálne siete znemožňujú potrebu osobného kontaktu medzi ľuďmi.¹² Ľudia kvôli sociálnym sieťam majú menšiu potrebu zakladať si aj rodiny a nemajú pocit, že by chceli do budúcnosti vytvárať také vzťahy, ktoré by mali v zásade rodinný charakter, resp. následne by prišli k stavu reprodukcie samotnej populácie.¹³

⁷ DENIS, M.: *Facebook upadá, patrí budúcnosť iba Instagramu? Slováci prezradili, na akej sieti sú doma*. 2019. [online]. [2020-04_03]. Dostupné na: <<http://hashtag.zoznam.sk/facebook-upada-patri-buducnost-iba-instagramu-slovaci-prezradili-na-akej-sieti-su-doma/>>.

⁸ FRÍDOVÁ, M.: Najlepšie story za vznikom sociálnej siete. 2011. In *TeenIT*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<http://teenit.sk/2011/09/19/najlepsie-story-za-vznikom-socialnej-siete/>>.

⁹ KOPUNÍKOVÁ, E.: *Sociálne siete v číslach*. 2019. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<http://blog.mindshare.sk/2019/08/21/socialne-media/socialne-siete-v-cislach/>>.

¹⁰ BZALOVÁ, L.: *Pohľad na sociálne siete a využívanie*. 2012. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <http://is.muni.cz/th/fhfak/DS_Bazalova.pdf>.

¹¹ FUHS, CH.: *Social Media: A Critical Introduction 1st Edition*. Londýn : SAGE Publications, Ltd, 2013, s. 45.

¹² VERISHAGEN, N.: *Social Media 1st Edition*. The Academic Library Perspective, 2019. s. 165.

¹³ HINTON, S., HJORTH, L.: *Understanding Social Media Second Edition*. Londýn : SAGE Publications, Ltd, 2019, s. 107.

Veľmi veľké nebezpečenstvo, ktoré na stredoškolských študentov čaká v rámci sociálnych médií¹⁴ spočíva v tom, že ich názory, resp. často aj svetonázory sú výrazne ovplyvnené mediálnym obsahom, ktoré sociálne médiá či siete prinášajú. Ako už bolo spomenuté, ide o veľké množstvo nevhodných údajov, dát, obrázkov, videí, nenávistných statusov, extrémisticky či rasisticky ladených, xenofóbne názory, diskriminácia a dehonestácia cudzích osôb, oklamanie cudzích osôb v zmysle finančného obohatenia alebo ublíženia na fyzickom či psychickom zdraví a množstvo ďalších negatívnych vplyvov, ktoré sú s danou problematikou spojené. Práve v tomto prípade je extrémne dôležité, aby bolo u stredoškolských študentov v rámci mediálnej výchovy (ale aj študentov) základných škôl rozvinuté v dostatočnej miere kvalitné kritické myslenie¹⁵ v kontexte rozoznania negatívneho obsahu, resp. nevhodného obsahu na sociálnej sieti, ktorý vie veľmi (negatívne aj pozitívne) formovať názor detí a mládeže nielen na území Slovenskej republiky, ale aj inde vo svete.

2 Výsledky, ich prínos a aplikovateľnosť pre prax

V zmysle štandardizovaného dotazníkového šetrenia, ktoré sme realizovali na vzorke 53 detí na Gymnáziu sv. Jána Bosca v Novej Dubnici vo veku 15 až 18 rokov (priemer sedemnášť rokov) a na vzorke 55 detí z Piaristického gymnázia Jozefa Braneckého v Trenčíne vo veku 15 až 18 rokov (priemer šestnásť rokov) prieskum v oblasti formovania názorov stredoškôľakov sociálnymi médiami, so špeciálnym zameraním na sociálne siete (facebook, instagram a youtube). Dotazníkový prieskum pozostával z 18 dotazníkových položiek. Z týchto malo 15 uzavretý a 3 otvorený charakter. Zisťovali sme ich formou to, aký je vplyv médií (v tomto prípade hlavne vybraných sociálnych médií) na formovanie názorov detí a mládeže v súčasnosti a ako by bolo možné priniesť pre prax zlepšenie súčasného stavu.

Z dotazníkového prieskumu sa nám podarilo zistiť, že stredoškolský študenti, ktorí boli v priemere vo veku šestnásť a pol roka, celkovo o počte 108 respondentov, sú v konkrétnej percentuálnej miere ovplyvňovaní obsahom v rámci sociálnych médií a tieto formujú pozitívne aj negatívne ich názor v takej forme, že uvedený problém sa môže u študenta dlhodobo prehĺbiť a spôsobiť mu v jeho živote nenapraviteľné škody nielen v súčasnosti, no najmä v jeho budúcnosti ako takej. Môže to mať na jeho osobnosť a emocionálny vývin výrazný dosah.

U skúmanej vzorky stredoškolských študentov je v súčasnosti najviac využívanou sociálnou sieťou Facebook, následne Youtube a Instagram. Tieto majú vo svete stovky miliónov stredoškolských denných používateľov. V zmysle prieskumu sa nám teda potvrdil predpoklad, že tieto siete uberajú stredoškôľakom totižto vo veľkom množstve výrazne vzácny čas nezmyselnou a neproduktívnou činnosťou, ďalej uberajú možnosť stretávať sa a komunikovať z očí do očí (face to face), študenti na nich ostávajú závislí a príliš zverejňujú svoje najdôvernejšie súkromie. Častokrát dochádza na sociálnych sieťach aj k nežiadúcej šikane, ekonomickej trestnej činnosti, podvodom, zneužívaniu identity niektorých osôb a mnoho ďalších negatív, čo nám potvrdili študenti v rámci nášho dotazníkového prieskumu.

Existujú najnovšie výskumy,¹⁶ ktoré poukazujú na to, že používanie sociálnych sietí medzi stredoškolskými študentmi napríklad potláča túžbu mať rodinu, nakoľko nemajú potrebu sociálneho

¹⁴ KHARAT, R., VAIDYA, D.: *Influence of social media on the academic performance of higher secondary and secondary school students. Education on Digital Cultural and Social Media.* 2016, s. 183-185.

¹⁵ PETRANOVÁ, D.: Rozvíja mediálna výchova v školách kritické kompetencie žiakov? In *Communication Today.* s. 66-83.

¹⁶ VERISHAGEN, N.: *Social Media 1st Edition.* The Academic Library Perspective, 2019, s. 189.

kontaktu, ktorá je naplnená vo virtuálnej sfére. Sociálne siete sú do budúcnosti ešte veľkou otvorenou bránou, pričom môžeme očakávať ich neustále inovácie a vznik nových sociálnych sietí, možno aj s vymoženosťami, ktoré si v súčasnosti ani len nedokážeme takmer vôbec predstaviť.

Ako potvrdzuje aj náš prieskum, sociálne médiá môžu vyvolať rôzne silné citové odozvy od slabších, ako je smútok, nostalgia, nuda, po silnejšie, ako je strach, zúrivosť či slasť. Emócie môžu vyvolať obrazom či zvukom, pričom práve tieto je podstatné u stredoškóľakov vedieť premietnuť do opačnej strany, teda do pozitívneho vývoja a formovania ich názorov. Je všeobecne známe, že stredoškóľáci si lepšie a trvalejšie zapamätajú svoje emócie. Obyčajne si z detstva pamätajú nejaké zvuky či melódie alebo obrazy spojené so silnými emóciami. Ale únedžerské emócie sú pre nich oveľa silnejšie, ktoré v nich vyvolajú práve sociálne médiá, sú ľahko (hlavne v negatívnom prípade) zapamätateľné.

Zo získaných výsledkov môžeme následne ďalej uviesť, že napriek tomu, že stredoškóľáci často vedia rozoznať negatívny či pre nich nevhodný obsah, radi sa ním ďalej v určitej miere zaoberajú a ďalej sa mu venujú. Avšak, niektorí nerozoznajú tento nevhodný obsah aj napriek už absolvovanej mediálnej výchove a nadobudnutiu kritického myslenia. Toto v zásade môže spôsobovať nedostatok koncentrácie samotného študenta či žiaka, či zlý výklad vyučujúcim alebo neoduševnenosť, ktorá sa môže počas výučby u pedagóga vyskytnúť a byť študentom uvedená. Zároveň, ak nie je kritické myslenie vyvinuté na kvalitatívne dostatočnej úrovni ako je tomu u väčšiny populácie, v takom prípade to má na stredoškóľského študenta zlé následky a tieto si v zásade nesie so sebou počas celého svojho života.

Podarilo sa nám zistiť aj to, že ak je samotný študent veľmi často a tiež dlhodobo vystavovaný emocionálne rušivým elementom a podnetom z prostredia sociálnych sietí, môže dôjsť k znečitliveniu – habitualizácii (ak často sleduje násilné filmy či seriály). V tomto prípade môže byť napríklad voči emóciám násilia necitlivý.

Ako sme ďalej z prieskumu zistili, študenti často kopírujú negatívne vzorce správania z prostredia sociálnych sietí najmä z videí či fotografií, menej z textovej formy a ďalších možností, ktoré sociálne siete študentom stredných škôl ponúka. Častejšie sa nimi v negatívnom zmysle nechajú ovplyvniť skôr chlapci než dievčatá. Presné číselné výsledky v súčasnosti nechceme uvádzať skrz to, že výskum nie je kompletne dokončený a jedná sa o predbežné údaje/výsledky. Všetky údaje chceme následne zhrnúť v jednotnom odbornom článku, ktorý bude zastupovať a zhromažďovať údaje od všetkých škôl (rodičov, pedagógov aj študentov) v rámci oblasti formovania názorov u detí a žiakov v kontexte médií. Je vhodnejšie ich následne uviesť v jednom, komplexnom a prehľadnom celku.

Študenti sa vyjadrili, že sú často závislými na sociálnych sieťach a trávia na nich množstvo svojho voľného času. Málokedy sa stane, že sa zaoberajú negatívnym obsahom na sociálnej sieti natoľko, že by riešili jeho odstránenie alebo nevhodnosť oficiálnou formou a upozorňovali na neho. Uviedli, že najväčší dosah na formovanie ich názoru má facebook, následne youtube (odber rôznych kanálov, kde starší ľudia, ktorých vnímajú ako vzor uvádzajú negatívny ale aj pozitívny obsah...) a až na záver uvádzajú instagram a ďalšie siete, ktoré sme však z dôvodu rozsahu do predloženého príspevku nezapojili. Instagram má však aj najviac obmedzené možnosti práce s jeho obsahom, napriek jeho enormnému celosvetovému rozsahu (pridávanie len videí a fotiek...žiadne statusy, ankety, tvorba podujatí a podobne...). Deti sa často cítia byť kontrolované v rámci svojho sledovaného obsahu na sociálnych sieťach a aj toho čo na nich vo všeobecnosti robia. Značí to pozitívny trend v tom, že ich rodičia dbajú na to, aby mediálny obsah, ktorý prijímajú ich deti bol na kvalitnej a vhodnej úrovni. Častokrát za nevhodnosť sledovaného obsahu a následne jeho vnútorné prijatie či zdieľanie dostali študenti trest či upozornenie zo strany rodičov a aj ich pedagógov. U niektorých táto represia pomohla, v niektorých to vyvolalo ešte väčšiu túžbu v tom

pokračovať - v rámci sledovania negatívneho obsahu, a tým aj v zlom formovaní názorov na základe obsahov uvedených v prostredí sociálnych médií. Deti uviedli, že na ich formovanie názorov má často vplyv nielen samotná dimenzia sociálnych sietí ale aj hudba, filmy a počítačové hry, ktoré už nespádajú pod formu sociálnych médií, ale médií ako takých. V tomto zmysle je tiež opäť dôležité zaoberať sa ďalším výskumom a prieskumom a sledovať ako sa situácia u stredoškolských študentov mení buď smerom k lepšiemu alebo horšiemu.

Sociálne siete veľmi rýchlo sprístupňujú zdroje informácií, preto je potrebné študentov stredných ale aj základných škôl viesť k technikám zberu a spracovaniu informácií, k ich triedeniu a prezentácií. Počítače, notebooky aj mobilné telefóny (a teda samozrejme sociálne siete) ponúkajú prostredie pre rozvoj myslenia žiakov. Všeobecne však platí, že tvorivá práca založená na týchto technológiách rozvíja myslenie žiaka vo veľkom množstve sfér a oblastí, pričom ich počet neustále narastá a existuje tendencia, že aj naďalej bude¹⁷.

Čoraz častejšie sa prízvukuje, že vedecko-technický rozvoj a rýchle tempo pribúdania nových informácií vytvára nový vzťah k samovzdelávaniu či učeniu metódou samoučenia – autodidakcie. V posledných rokoch sú mimoriadne aktuálne pojmy ako práca a vyhľadávanie informácií a ich následná selekcia a práca s nimi, obzvlášť u študentov stredných škôl. Je preto veľmi potrebné zamerať sa pri vzdelávaní na metódy a formy práce, ktoré vedú k schopnostiam autodidakcie a k takejto forme vzdelávania¹⁸.

V súčasnosti sa realizujú a spracovávajú a hodnotia aj ďalšie podobné výskumy v rámci dizertačnej práce autora tohto príspevku, nielen v rámci stredných škôl v Trenčianskom samosprávnom kraji ale aj v rámci základných škôl. Okrem Trenčianskeho kraja je, sú a budú do prieskumu zapojené základné a stredné školy aj v Banskobystrickom a Prešovskom kraji, aby došlo ku komparácii získaných výsledkov z prostredia celého Slovenska a aby boli výsledky čo najmenej skreslené ekonomickou a sociálnou nerovnováhou, ktorú je možné na Slovensku žiaľ aj v súčasnosti pozorovať. Samozrejme sme sa zároveň snažili zabezpečiť to, aby boli naše výsledky čo najviac hodnoverné a mali vysokú výpovednú hodnotu.

Literatúra a zdroje:

BZALOVÁ, L.: *Pohľad na sociálne siete a využívanie*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <https://is.muni.cz/th/fhfak/DS_Bazalova.pdf>.

ČERNOCHOVÁ, M., KOMRSKA, T., NOVÁK, J.: *Využití počítače při vyučování*. Praha : Portál, 1998.

DENIS, M.: *Facebook upadá, patrí budúcnosť iba Instagramu? Slováci prezradili, na akej sieti sú doma*. [online]. [2020-04-01]. Dostupné na: <<https://hashtag.zoznam.sk/facebook-upada-patri-buducnost-iba-instagramu-slovaci-prezradili-na-akej-sieti-su-doma/>>.

DIJCK, J. V.: *The Culture of Connectivity: A critical history of social media*. Oxford : University Press, 2013.

FRÍDOVÁ, M. Najlepšie story za vznikom sociálnej siete. In *TeenIT*. [online]. [2020-04-03]. Dostupné na: <<http://teenit.sk/2011/09/19/najlepsie-story-za-vznikom-socialnej-siete/>>.

FUHS, CH.: *Social Media: A Critical Introduction 1st Edition*. SAGE Publications, Ltd, 2013.

HINTON, S., HJORTH, L.: *Understanding Social Media Second Edition*. SAGE Publications, Ltd, 2019.

¹⁷ ČERNOCHOVÁ, M.: *Využití počítače při vyučování*. Praha : Portál, 1998, s. 23.

¹⁸ PETLÁK, E. a kol.: *Kapitoly zo súčasnej edukácie*. Bratislava : Iris, 2011, s. 12.

KHARAT, R., VAIDYA, D.: *Influence of social media on the academic performance of higher secondary nad secondary school students. Education on Digital Cultural and Social Media*, 2016.

KOPUNÍKOVÁ, E.: *Sociálne siete v čísloch*. [online]. [2020-04-01]. Dostupné na: <<https://blog.mindshare.sk/2019/08/21/socialne-media/socialne-siete-v-cislach/>>.

MIŽIKOVÁ, A.: Čo sú sociálne siete? Definícia. In *Blogit*. [online]. [2020-04-05]. Dostupné na: <<https://blogit.sk/co-su-socialne-siete-definicia/>>.

PETRANOVÁ, D.: Rozvíja mediálna výchova v školách kritické kompetencie žiakov? In *Communication Today*. s. 66-83.

VERISHAGEN, N.: *Social Media. 1st Edition. The Academic Library Perspective*, 2019.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ján Mikuš, MBA
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
janimikus@gmail.com

doc. PhDr. Eva Odlerová, PhD.
Fakulta masmediálnej komunikácie
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Námestie Jozefa Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
eva.odlerova@ucm.sk

VPLYV SOCIÁLNYCH SIETÍ NA DUŠEVNE ZDRAVIE MLADÝCH ĽUDÍ

The impact of social networks on the mental health of young people

Natália Mulinová

Abstrakt

Potreba vykonávania periodického, kontinuálneho a vyčerpávajúceho výskumu duševného zdravia mladých ľudí je podmienená zvyšujúcim sa nárastom duševných porúch a situácií, v ktorých sa mladí ľudia ocitnú v duševnej nestabilite. K rozmanitosti faktorov, ktoré ovplyvňujú duševné, respektíve mentálne, psychologické zdravie mladých ľudí prispeli v dnešnom globálnom svete aj sociálne siete. Široká verejnosť nevenuje dostatočný zreteľ diskusii o duševnom zdraví mladých ľudí aj napriek evidentnému vplyvu rôznych faktorov vrátane sociálnych sietí, nie len na mladých ľuďoch, ale aj na celú spoločnosť. Monitoring duševného zdravia by sa mal uskutočňovať v každej etape života jednotlivca od detstva, dospievania až po dospelosť. V našom príspevku sa venujeme vplyvu sociálnych sietí na duševné zdravie mladých ľudí, okrem definičného ohraničenia duševného zdravia a ovplyvňujúcim faktorom. Sociálne siete podľa výsledkov z nášho prieskumu skutočne vplyvajú na duševné zdravie mladých ľudí. V pozitívnom zmysle slova najmä v kontexte komunikácie a udržiavania sociálnych väzieb, ale aj v negatívnom zmysle slova, a to primárne v intenciách výskytu depresí, nízkeho alebo vysokého sebavedomia, výskytu ADHD a GAD.

Kľúčové slová:

Duševné zdravie. Mladí ľudia. Sociálne siete.

Abstract

The need for periodic, continuous and exhaustive research into the mental health of young people is conditional on an increasing number of mental health disorders and situations in which young people find themselves in mental instability. Social networks have also contributed to the diversity of factors affecting young people's mental, or psychological health in today's global world. The general public does not pay sufficient attention to discussing the mental health of young people, despite the evident impact of various factors, including social networks, not only on young people but also on society as a whole. Mental health monitoring should be performed at every stage of the individual's life, from childhood, adolescence to adulthood. In our paper, we look at the impact of social networks on the mental health of young people, in addition to defining mental health and influencing factors. According to the results of our survey, social networks really affect the mental health of young people. In the positive sense, especially in the context of communication and maintaining social ties, but also in the negative sense, primarily in terms of the occurrence of depression, low or high self-esteem, ADHD or GAD.

Keywords:

Mental health. Social networks. Young people.

Úvod

Jednotlivci majú prirodzenú tendenciu skôr dbať a starať sa o tie oblasti v ich živote, ktoré sú viditeľné a hmatateľné. Častokrát nevnímajú, že kvalita života nepozostáva len z materiálneho, ekonomického zabezpečenia, ale taktiež z atribútov, ktoré síce nie sú viditeľné, môžu však ovplyvniť ich celkovú životnú spokojnosť, šťastie, vôľu, profesionálny a kariérny rast. Duševné, respektíve psychologické alebo mentálne zdravie predstavuje akéhosi neviditeľného sprievodcu v ich spoločenskej, svojbytnej prosperite. Práve duševné zdravie zastupuje tú spoločenskú dimenziu, ktorej sa celosvetovo nevenuje dostatočná pozornosť. Z dlhodobého hľadiska je táto tendencia neudržateľná, keďže je zrejmé, že duševné zdravie neovplyvňuje len jednotlivcov ako takých, má nabaľujúci efekt a v konečnom dôsledku ovplyvňuje vitalitu celej spoločnosti. Zahraničné štúdie venujúce sa konzekvenciám duševného zdravia prišli na koreláciu medzi negatívnym fyzickým a duševným zdravím s neschopnosťou zamestnať sa alebo napríklad s predčasne ukončenou školskou dochádzkou.¹ Tieto negatívne predikcie sú empiricky overené. V Holandsku v roku 2014 veľká väčšina mladých ľudí vo veku od 15 do 27 nebola registrovaná na pracovnom trhu, ani v školskom prostredí, pričom najčastejším dôvodom bolo zlé fyzické alebo duševné zdravie. Vláda v Holandsku bola preto nútená inkorporovať problematiku duševného zdravia medzi najdôležitejšie národné priority, a v ďalšom kroku alokovala 14 miliónov EUR do oblasti duševného zdravia mladých ľudí.²

Zo zahraničných skúseností, ako aj z overených štúdií, je vplyv duševného zdravia na kvalitu života mladých ľudí evidentný, aj napriek tomu, spoločnosti stále nevenujú tejto oblasti dostatok pozornosti. V súčasnosti chýbajú zdroje tak finančné, ako aj ľudské na zabezpečenie starostlivosti o mladých ľudí trpiacich duševnými poruchami alebo o mladých ľuďoch, ktorí sa vyskytli v určitej duševnej nestabilite. Mnohé krajiny ešte dnes nemajú implementované stratégie v oblasti duševného zdravia, respektíve priorit v oblasti kvality života mladých ľudí, čím je táto problematika vytláčaná na spoločenskú perifériu. Duševné zdravie je komplexne ovplyvňované rôznymi faktormi. Jedným z takýchto faktorov, ktorý je zároveň relatívne novodobý, je prenikanie sociálnych sietí do každodenného života mladých ľudí. Okrem výhod sociálnych sietí, ktoré si obhájili svoju existenciu najmä počas krízy s názvom COVID-19, kedy jediným prístupným priestorom na sociálne interakcie bol priestor online, majú sociálne siete aj nevýhody, najmä v oblasti produktivity mladého človeka.

V rámci nami predkladaného príspevku sa v rámci vyššie spomenutých intencií venujeme vplyvu sociálnych sietí na duševné zdravie mladých ľudí. Z metodologického hľadiska budeme komplexný vplyv sociálnych sietí na mladých ľudí merať prostredníctvom prieskumového dotazníka, ktorý sme vytvorili na základe štúdie britskej a austrálskej literatúry. Obe krajiny patria k priekopníkom v oblasti výskumu duševného zdravia vrátane identifikácie ovplyvňujúcich faktorov a dopadov duševného zdravia na mladých ľudí. Jednotlivé otázky v dotazníku sú koncipované s cieľom zistiť vplyv sociálnych sietí na mladých ľudí od 18 do 30 rokov, ktorí sú zároveň našimi respondentmi. Výsledkom z nášho dotazníka sa budeme venovať v poslednej časti nášho príspevku. Z obsahového hľadiska bude príspevok pozostávať z 2 kapitol, pričom v prvej kapitole sa budeme venovať teoretickému ohraničeniu duševného zdravia a determinovaniu faktorov, ktoré duševné zdravie ovplyvňujú. V zmysle konceptualizácie duševného zdravia budeme pracovať s teóriou jedného z najväčších prispievateľov v oblasti duševného zdravia, ktorým je Svetová zdravotnícka

¹ OECD. *Mental Health Performance Framework*. 2018. [online]. [2020-03-14]. Dostupné na: <<http://www.oecd.org/health/health-systems/OECD-Mental-Health-Performance-Framework-2019.pdf>>.

² OECD. *Mental Health and Work: Netherlands*. OECD : Publishing. 2014. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://books.google.sk/books?id=NXekBQAAQBAJ&pg=PA63&dq=mental+health+netherlands>>.

organizácia, ktorú doplníme teoretickou dimenziou Keyesa a holistickou teóriou Silvani Galderisi a jej kolektívu. Jednotlivé faktory ovplyvňujúce duševné zdravie mladých ľudí uchopíme prostredníctvom štúdie Národnej zdravotníckej služby vo Veľkej Británii v kombinácii s výskumom, ktorý bol realizovaný organizáciou v Austrálii s názvom *Mission Australia: Together we stand*. Posledná, záverečná kapitola bude venovaná výsledkom nášho online dotazníkového prieskumu.

1 Kontext duševného zdravia

Zložitosť definičného ukotvenia duševného zdravia plynie najmä z kultúrnych, regionálnych, ekonomických odlišností, ktoré sú prítomné nie len na národnej úrovni jednotlivých štátov, ale v globálnom meradle. Aj napriek tomu vieme pojem duševné zdravie uchopiť prostredníctvom determinantov Svetovej zdravotníckej organizácie (ďalej len WHO). WHO vo svojej definícii vníma duševné zdravie cez holistický zreteľ a inkorporuje duševné zdravie do zdravia všeobecného. Ide o predpoklad, kedy kvalita zdravia jednotlivca nezáleží len od fyzického zdravia, ale aj od toho psychologického, respektíve duševného. Duševné zdravie je pritom priamo úmerné stavu, v ktorom sa jednotlivec vie prirodzene vyrovnávať s každodennými stresmi v živote, ktoré zásadne neovplyvňujú produktivitu, kedy si jednotlivec uvedomuje vlastné schopnosti a je schopný sociálnej interakcie vo svojej komunite. Zásadný prelom vo výskume o duševnom zdraví súvisí so zdôraznením, že ak u jednotlivca absentuje duševná porucha, neznamená to, že sa nemôže ocitnúť v duševnej nestabilite.³ WHO preto monitoruje celkové duševné zdravie mladých ľudí, vrátane faktorov, ktoré zapríčiňujú duševnú nestabilitu, a nie len duševné poruchy samotné. Skutočná situácia v mnohých krajinách však tieto snahy nereflektuje. Konceptualizácia teórie duševného zdravia teda zahŕňa holistickú prizmu duševného zdravia. V mnohých krajinách nie je duševné zdravie súčasťou stratégií, priorít a politik. Tieto krajiny sa namiesto monitoringu, prevencie duševných porúch a ich liečby stretávajú so stále prevládajúcou stigmou, ktorá následne vedie k izolácii a diskriminácii mladých ľudí, najmä tých, ktorí pochádzajú z marginalizovaných skupín.

Vo všeobecnosti sa duševné zdravie vzťahuje nie len na kombináciu henonnickej a eudaimonickej perspektívy, ide o kombináciu objektívnych, ako aj subjektívnych atribútov kvality života jednotlivca, ale aj o inkluzívny prístup ďalších elementov. Duševné zdravie reprezentuje dynamický stav, spájajúci osobnú rovnováhu, kognitívne, behaviorálne a psychologické aspekty, ktoré v sebe skrývajú predpoklad sociálnych zručností, schopností rozoznávať, modulovať a vytvárať svoje názory, ako aj inkorporáciu schopnosti vedieť sa vyrovnávať s nepriaznivými životnými situáciami.⁴ Táto determinujúca dimenzia, ktorú sformulovala Galderisi s kolektívom, vytvára celkový, obsiahly obraz o duševnom zdraví, ktorý spája tak predpoklady definované WHO, ako aj Keyesa, ktorý duševné zdravie vníma cez 3 primárne komponenty, definujúce duševné zdravie ako súlad emocionálnej (šťastie, záujem o život), psychologickú (každodenný manažment, dobré vzťahy s okolím) a sociálnej pohody (prínos v spoločnosti, viera, že spoločnosť môže predstavovať lepšie miesto pre všetkých a zároveň, že spoločnosť má zmysel pre nich samotných).⁵ Duševné zdravie tak predstavuje jeden z esenciálnych atribútov celkovej kvality života jednotlivcov. Z definičného hľadiska je však potrebné brať okrem vyššie spomenutých determinantov taktiež kultúrne, národné, regionálne a sociálne odlišnosti v spoločnosti. V pomyselnom zozname problematických oblastí

³ WHO. *Promoting Mental Health*. Geneva: World Health Organization. 2004. s. 66.

⁴ GALDERISI, S. et al. *Toward a new definition of mental health*. World Psychiatric Association. 2015. [online]. [2020-03-13]. Dostupné na: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4471980/>>.

⁵ KEYES, C.: *Mental Health as a complete state: how the salutogenic perspective completes the picture*. 2014. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <https://globalhealth.duke.edu/sites/default/files/event-attachments/mental_health_as_a_complete_state_-_keyes_2014.pdf>.

duševného zdravia pred samotnou tendenciou neúplného definovania stojí stigmatizácia na poprednom mieste. Preto je žiadúce, aby jednotlivé krajiny a spoločenstvá dbali na zastavenie tohto nežiadúceho trendu.

Mladí ľudia samotní definovali duševné zdravie, ako jednu z kľúčových oblastí, ktorým je potrebné sa venovať so zvýšenou pozornosťou. Duševné zdravie sa tak inkorporovalo do európskej agendy a stalo sa jedným z hlavných Európskych cieľov v oblasti mládeže, ktorých realizácia je podporovaná Stratégiou Európskej únie (ďalej len EÚ) v oblasti mládeže na roky 2019-2027.⁶ Implementácia strategických riešení obsiahnutých v dokumente EÚ je však limitovaná do takej miery, ktorú si zvolia jednotlivé členské štáty EÚ, keďže oblasť mládeže patrí ku koordinačným, podporným právomociam integračného zoskupenia.⁷ V tomto ohľade EÚ nemôže voči členským štátom uplatňovať právne akty významnejšieho charakteru, za oblasť duševného zdravia mladých ľudí tak v súčasnosti prevažne zodpovedajú samotné členské štáty Európskej únie. V mnohých z nich je však stále duševné zdravie ťažko uchopiteľný pojem bez potenciálnych riešení vytlačený na perifériu verejného záujmu. V zmysle zabezpečenia pozitívnej zmeny v oblasti duševného zdravia je preto potrebné otvoriť verejnú spoločenskú diskusiu o zastavení stigmatizácie, paralelne s pravidelným monitorovaním aktuálneho stavu kvality duševného zdravia mladých ľudí, respektíve celej spoločnosti vrátane detí, dospelých a dospelých.

2 Kvantifikátory duševného zdravia

V zmysle monitorovania kvality života mladých ľudí je potrebná synchronizácia faktorov, respektíve kvantifikátorov, ktoré kvalitu života ovplyvňujú. Kľúčovým aspektom kvality života pochádzajúceho z anglického slova *wellbeing* je práve duševné zdravie jednotlivca. Oba pojmy, tak celkové *wellbeing*, ako aj duševné zdravie predstavujú holistický celok, predominanty, ktoré je nutné skúmať súčasne, nakoľko fungujú ako organický celok. Na komplexnú kvalitu života mladých ľudí, ako aj na ich duševné zdravie vplyvajú pozitívne, ale aj negatívne širokospektrálne faktory. V tabuľke číslo 1. sú jednotlivé kategórie, ako aj subkategórie faktorov uvedené na základe štúdie Národnej zdravotníckej služby vo Veľkej Británii⁸ a na základe výskumu realizovaného organizáciou v Austrálii s názvom *Mission Australia: Together we stand*.⁹ Počas výskumu v oblasti duševného zdravia je žiadúce začlenenie uvedených identifikátorov (Tabuľka č.1) podľa toho, s akou vekovou skupinou sa daný výskum uskutočňuje. WHO zdôrazňuje približnú eskaláciu duševných problémov medzi 18. a 20. rokom života, pričom väčšina týchto duševných problémov začína približne v 14. roku života detí.¹⁰ Počas každej etapy života je preto potrebné dbať na využívanie správnych kvantifikátorov. Kým v 14. roku života dieťaťa bude dôležitejšie analyzovať domáce a školské prostredie v zmysle kvality života a duševného zdravia, v 18. až 20. roku života bude napríklad potrebné taktiež zahrnúť finančných a pracovných reálií. Sociálne siete predstavujú samostatnú kategóriu, ktorá najmä v posledných rokoch zásadne ovplyvnila život mladých ľudí. Pozitívne aj negatívne. V ďalšej časti nášho príspevku sa budeme venovať vplyvu

⁶ Európska Komisia. *EU Youth Strategy*. 2019. [online]. [2020-03-11]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/youth/policy/youth-strategy_en>.

⁷ EUR-Lex. *Rozdelenie právomocí v rámci Európskej únie*. 2016. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aai0020>>.

⁸ NHS. *How to access mental health services*. 2019. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<https://www.nhs.uk/using-the-nhs/nhs-services/mental-health-services/how-to-access-mental-health-services/>>.

⁹ Mission Australia Annual Report 2019. *We stand together with Australians in need, until they can stand for themselves*. 2019.

¹⁰ WHO. *Child and adolescent mental health*. 2019. [online]. [2020-04-14]. Dostupné na: <https://www.who.int/mental_health/maternal-child/child_adolescent/en/>.

sociálnych sietí na duševné zdravie mladých ľudí, ktorý sme zisťovali prostredníctvom dotazníkového prieskumu v podmienkach Slovenskej republiky.

Tabuľka č. 1 - Kvantifikátory/faktory ovplyvňujúce kvalitu života mladých ľudí.

Všeobecné kvantifikátory	Ďalšie ovplyvňujúce faktory	
Domáce prostredie	- Rozvod - Domáce násilie - Sociálna starostlivosť	- Nízky príjem domácnosti - Disharmónia - Konflikty v rodine
Školské prostredie	- Problémy so štúdiom - Šikana - Emočné zneužívanie	- Sociálna exklúzia - Slabé vzdelanie - Vylúčenie zo štúdia
Financie		
Diskriminácia		
Sociálne siete		
Drogy, alkohol, gambling		
Telesný vzhľad, priatelia, zdravie budúcnosť		
Práca, využívanie voľného času, možnosť výberu / voľby		

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe štúdie Národnej zdravotníckej služby vo Veľkej Británii v kombinácii s výskumom realizovaným organizáciou v Austrálii s názvom *Mission Australia: Together we stand*.

3 Výsledky

Vplyv sociálnych sietí na duševné zdravie mladých sme zisťovali prostredníctvom prieskumného dotazníka, medzi respondentmi od 18. do 30. roku. Prieskum prebiehal online formou a jeho reprezentatívnosť sme si vypočítali na základe vzorca, ktorý je uvedený v obrázku č. 1. Na základe Štatistického úradu Slovenskej republiky¹¹ sme vygenerovali celkový počet mužov a žien vo veku od 18 do 30 rokov v podmienkach Slovenskej republiky. Celkový počet potenciálnych respondentov, respektíve základný súbor v našom prieskume predstavoval hodnotu 845 006 (433 031 žien a 411 975 mužov), z čoho sme si na základe vzorca (obrázok č. 1)¹² vypočítali štatistickú

¹¹ Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Štatistika v súvislostiach, Hlavné trendy populačného vývoja v SR v roku 2016*. 2017. [online]. [2020-03-25]. Dostupné na: <https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/0af9ef47-685a-4ded-8853-5e5a9aed5c01/STATISTIKA_V_SUVISLOSTIACH_Hlavne_trendy_populacneho_vyvoja_v_SR_v_roku_2017>.

¹² FMK. *Vzorka*. 2020. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <http://fmk.sk/vzorka/?fbclid=IwAR1tYC4ubxprP2aph247983e3uDbGxmhkYi0ARm1D_QDu98LaqX-jP6GcpY>.

hodnotu výberového súboru, teda minimálnu potrebnú vzorku návratnosti na úrovni čísla 385, ktorú bolo žiadúce dosiahnuť v zmysle reprezentatívnosti našich výsledných dát.

Obrázok č. 1 -Vzorec na výpočet veľkosti vzorky.

$$n = \frac{(z^2 \times p \times (1 - p)) + e^2}{e^2 + z^2 \times p \times \frac{(1 - p)}{N}}$$

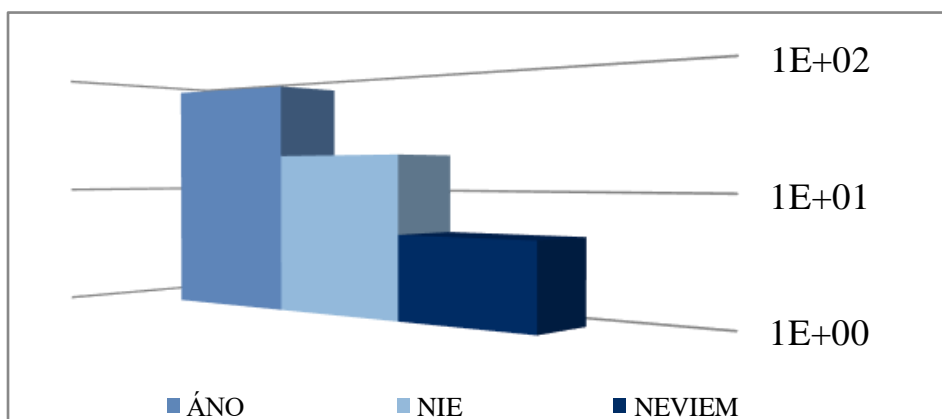
Zdroj: <www.fmk.sk/vzorka/>.

Počas fázy priebehu prieskumu sme niekoľkokrát rozposielali dotazník v rámci platform sociálnych sietí, konkrétne išlo o Facebook a Instragram. Po troch týždňoch realizácie prieskumu bola jeho návratnosť relatívne kladná. Z celkového minimálneho reprezentatívneho počtu odpovedí respondentov, ktorý sme si pred realizáciou prieskumu vypočítali (výberový súbor: 385), sme získali 362 odpovedí po ukončení prieskumu. Návratnosť má v týchto intenciách pozitívnu tendenciu, aj keď sme nedosiahli úplnú úroveň výberového súboru. Okrem reprezentatívnosti návratnosti bolo naším zámerom dosiahnuť reprezentatívnosť v regionálnom (krajskom) meradle, ako aj v kontexte pohlavia. V otázke regionálnej návratnosti, kde sme získali odpovede od respondentov zo všetkých krajov (Bratislavský kraj 15,5%, Trnavský kraj 15%, Trenčiansky kraj: 9,4%, Nitriansky kraj: 23,5%. Žilinský kraj: 9,9%, Banskobystrický kraj: 10,3%, Prešovský kraj: 11,3%, v Košickom kraji sme zaznamenali najmenší percentuálny počet respondentov a to: 5,2%) v kontexte Slovenskej republiky, môžeme deklarovať celkovú úspešnosť. Návratnosť v rámci pohlavia však nedosiahla želanú percentuálnu hodnotu, keďže 71,4% odpovedí v dotazníku vyplnili respondenti ženského pohlavia. Podľa sociologického výskumu, ktorý realizoval Inštitút pre verejné otázky v roku 2012, využíva až 57% mužov sociálne siete v Slovenskej republike.¹³ V zmysle budúceho realizovania ďalšieho výskumu bude potrebné zvoliť kombináciu viacerých foriem dotazovania, ktoré by viedli k väčšej proporcionalite návratnosti v rámci pohlavia. Z pohľadu veku náš dotazník získal odpovede od všetkých vopred určených vekových kategórií (od 18 do 30 rokov), pričom najviac odpovedí sme získali od respondentov vo veku 24 (13,1%), ďalej vo veku 23 (12,2%), od 25-ročných (11,7%), 21-ročných (9,9%), 22-ročných (9,4%), 18-ročných (8,9%), 20-ročných (8%), 19-ročných (7,5%), 26-ročných (6,6%), 27-ročných (5,6%), 28-ročných (2,3%), 29-ročných (2,3%), 30-ročných (2,3%).

Dotazník bol určený pre tých respondentov, ktorí sú užívateľmi sociálnych sietí, keďže dôležitou premennou bol v našom prieskume práve vplyv sociálnych sietí na duševné zdravie mladých ľudí. Študenti predstavovali najvyšší podiel respondentov (65,7%), druhý najvyšší percentuálny podiel respondentskej základne boli mladí ľudia, ktorí sú už evidovaní na pracovnom trhu (24,4%). Keďže bol náš dotazník určený pre mladých ľudí od 18 do 30 rokov, obsiahli sme aj určitú časť respondentov zo stredných škôl, z celkového percentuálneho podielu odpovedí dotazník vyplnilo 12,7% respondentov zo stredných škôl. Jednou z primárnych otázok, na ktoré sme sa v dotazníku pýtali, bol denný časový interval venovaný sociálnym sieťam. Najviac mladých ľudí (41,3%) trávi na sociálnych sieťach denne od 1-3 hodín, avšak relatívne vysoké percento mladých ľudí (37,1) venuje svoj čas sociálnym sieťam od 3-5 hodín denne. Nepovšimnuté nemôžu zostať ani percentuálne údaje (16%) mladých ľudí, ktorí trávajú svoj čas na sociálnych sieťach viac ako 5 hodín denne. V rámci nášho prieskumu však boli pre nás dôležitejšie údaje zobrazujúce vplyv sociálnych sietí na mladých ľudí a taktiež do akej miery ovplyvňujú sociálne siete ich produktivitu.

¹³ VELŠIC, M.: *Sociálne siete na Slovensku*. Bratislava : IVO, 2012, s. 18.

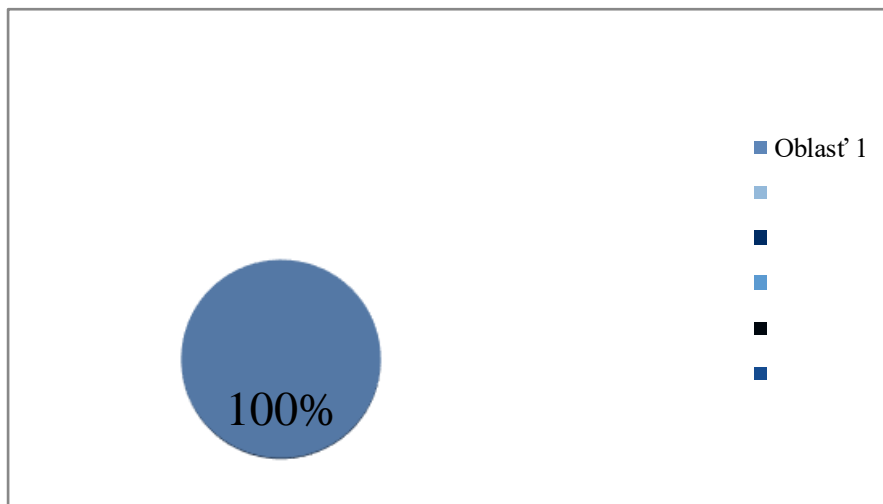
Z realizovaného prieskumu odpovedalo 52,1% mladých ľudí, že sociálne siete majú pomerne výrazný vplyv na ich osobný život. Vo väčšine prípadov ide o už spomínanú zníženú produktivitu. Znížená miera pozornosti a sústredenia sú ďalšími najčastejšími konzekvenciami príliš častého trávenia času na sociálnych sieťach, ktoré uviedli respondenti. Z grafu č. 1 je zrejmé, že využívanie sociálnych sietí má zásadný vplyv na produktivitu mladých ľudí, inak povedané, využívanie sociálnych sietí znižuje každodennú produktivitu mladých ľudí. Kontinuálne sme sa v našom prieskume sústredili na duševné zdravie, pričom jednou z kľúčových otázok bolo, či môžu sociálne siete podľa respondentov ovplyvniť aj ich duševné zdravie.



Graf č. 1 - Sociálne siete/Produktivita.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Graf č. 2 poukazuje na mieru vplyvu sociálnych sietí na duševné zdravie mladých ľudí, pričom 41% respondentov súhlasí so stanoviskom uvádzajúcim sociálne siete, ako jeden z faktorov, ktoré môžu negatívne ovplyvniť duševné zdravie mladých ľudí, 39% respondentov uviedlo, že so stanoviskom úplne súhlasia.



Graf č. 2 - Reakcia na stanovisko: Sociálne siete môžu negatívne ovplyvniť duševné zdravie mladých ľudí.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Ku koncepčne významným oblastiam v našom dotazníku bola osobná skúsenosť s duševnými poruchami. Naším cieľom bolo zistiť, či mali mladí ľudia alebo niekto z ich okolia osobnú

skúsenosť s duševnými poruchami. 73,7% respondentov odpovedalo, že mali oni alebo niekto z ich blízkeho okolia osobnú skúsenosť s duševnými poruchami, pričom k najčastejším poruchám duševného zdravia mladých ľudí patria podľa odpovedí respondentov depresie, vysoký nekontrolovateľný stres, poruchy príjmu potravy (anorexia, bulímia), závislosti (najčastejšie drogy a alkohol), GAD (generalizovaná úzkostná porucha), ADHD (porucha hyperaktivity s deficitom pozornosti) a sebapoškodzovanie. Naším zámerom bolo zistiť, či na výskyt a eskaláciu vyššie vymenovaných duševných porúch vplyvajú sociálne siete. Okrem masívneho znižovania produktivity mladých ľudí vplyvajú podľa uvedených odpovedí sociálne siete na nárast závislosti, nie však od alkoholu alebo drog, ale závislosť od samotných sociálnych sietí, ďalej na výskyt depresií v zmysle nízkeho sebavedomia a sebapoškodzovania a vytvárania komplexov, ale aj binárne, a to v náraste príliš vysokého sebavedomia, ktoré hraničí s narcistickou poruchou osobnosti, ADHD a vytváranie imaginárneho sveta súvisiaceho s pocitom “dokonalosti”, ktoré podľa respondentov sociálne siete produkujú. Podľa odpovedí respondentov ich sociálne siete nútia premýšľať, prečo nie sú dostatočne dobrí. Zároveň je z výsledkov dotazníka zrejmé, že sociálne siete nemajú priamy súvis a impakt na vytváranie vysokého, nekontrolovateľného stresu, ďalej na výskyt porúch príjmu potravy, na GAD ani na vytváranie závislosti od alkoholu a drog. Pôvod vzniku týchto duševných porúch je preto potrebné hľadať v iných oblastiach.

Najviac respondentov uviedlo, že sociálne siete na nich vplyvajú pozitívne aj negatívne, pričom negatívne, ako sme uviedli, zapríčinením zníženej produktivity a výskytu vyššie spomenutých duševných porúch a iných problémov, ktoré sme uviedli. Sociálne siete sa mladým ľuďom v pozitívnom zmysle slova asociovali s možnosťou komunikácie s rodinou, priateľmi, spolužiakmi a pri získavaní dôležitých informácií o všeobecnom dianí vo svete. Na tomto mieste je potrebné dodať, že existencia sociálnych sietí má pridanú pozitívnu hodnotu najmä v situáciách, akou je napríklad COVID-19, kedy po nutnosti obmedzenia sociálnej interakcie v offline prostredí, znamenali sociálne siete dôležitý nástroj na udržiavanie sociálnych väzieb.

Väčšina vysokoškolských inštitúcií vo svete v súčasnosti inštitucionalizovala v rámci svojich štruktúr psychologické poradne, ktorých cieľom je ponúknuť psychologickú pomoc študentom, ktorí ju potrebujú. Nie sú zatiaľ známe dáta týkajúce sa efektivity a využívania týchto psychologických poradní v podmienkach Slovenskej republiky. Inými slovami, v súčasnosti nevieme deklarováť, či sú psychologické poradne jediným vhodným spôsobom na eliminovanie duševných porúch alebo duševnej nestability mladých ľudí, respektíve študentov na vysokých školách. Respondenti sa v našom dotazníku vyjadrili, že by viac prijali, ak by sa o svojich duševných poruchách mohli zdôveriť svojej rodine alebo kamarátom (62%). Z tohto predpokladu však plynie potreba zabezpečenia školení mladých ľudí vrátane rodinných príslušníkov, čo zároveň predstavuje nový, inovatívny spôsob riešenia duševných porúch. Zavádzanie tohto modelu odporúča aj EÚ prostredníctvom Stratégie pre mládež.¹⁴ Holandsko je jednou z krajín, ktorá zaviedla model tzv. rovesníckej ambasádorskej pomoci (*Peer Ambassadors*) v oblasti duševného zdravia. Prostredníctvom tejto iniciatívy sú mladí ľudia školení v oblasti prvej pomoci svojim rovesníkom v prípade, ak sa ocitnú v duševnej nestabilite.¹⁵ Model školenia v oblasti prvej pomoci v konexte duševných porúch môže predstavovať víziu a zároveň spôsob riešenia duševných porúch mladých ľudí v budúcnosti. Tento spôsob si však vyžaduje určitú mieru legislatívnej podpory, ľudský a finančný kapitál.

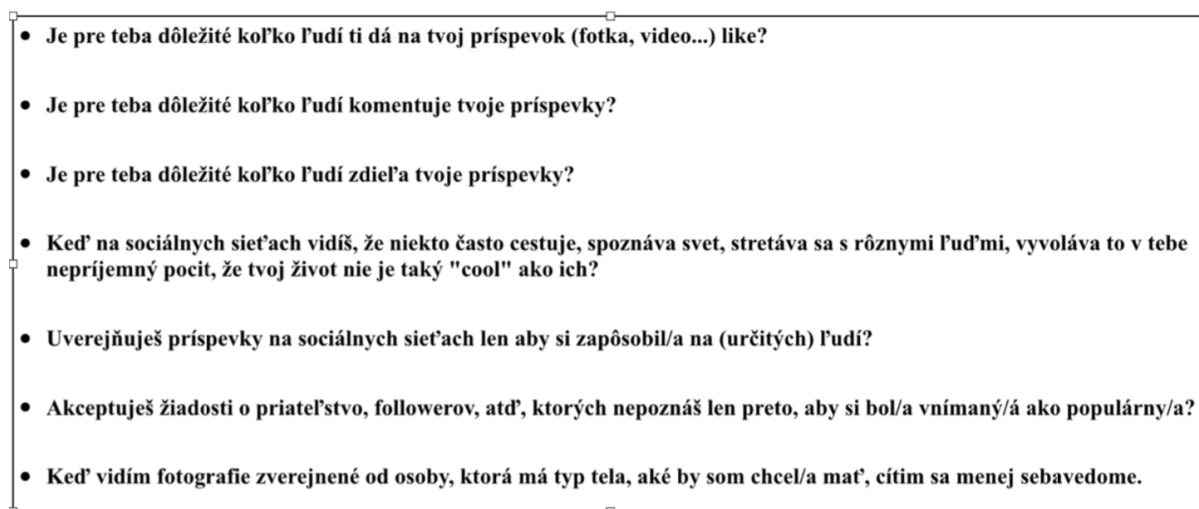
V kontexte konkrétnych sociálnych sietí a ich vplyvu na duševné zdravie mladých ľudí sme zisťovali, ktoré sociálne siete vplyvajú najviac pozitívne, najviac negatívne a neutrálne na mladých

¹⁴ Európska Komisia. *EU Youth Strategy*. 2019.

¹⁵ WEINGARTEN, R.: *The development of peer support in the Netherlands, Brasil and Israel*. American Psychological Association. 2012.

Ľudí a ich duševné zdravie, pričom sme do možností v dotazníku uviedli nasledujúce sociálne siete: Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, Medium, TikTok, Tinder + alternatívy a Reddit. Z uvedených sociálnych sietí vplyva na mladých ľudí a ich duševné zdravie najviac pozitívne YouTube, najviac negatívne Instagram a neutrálne Facebook. Negatívny vplyv Instagramu na duševné zdravie mladých ľudí môže plynúť z toho predpokladu, že práve táto sociálna sieť najviac vytvára mladým ľuďom falošný obraz o "dokonalých" životoch, ktoré si asociujú s obsahom fotiek rôznych používateľov. V tomto kontexte sa u mladého človeka môže objaviť nízke sebavedomie, komplexy a z toho plynúca depresia.

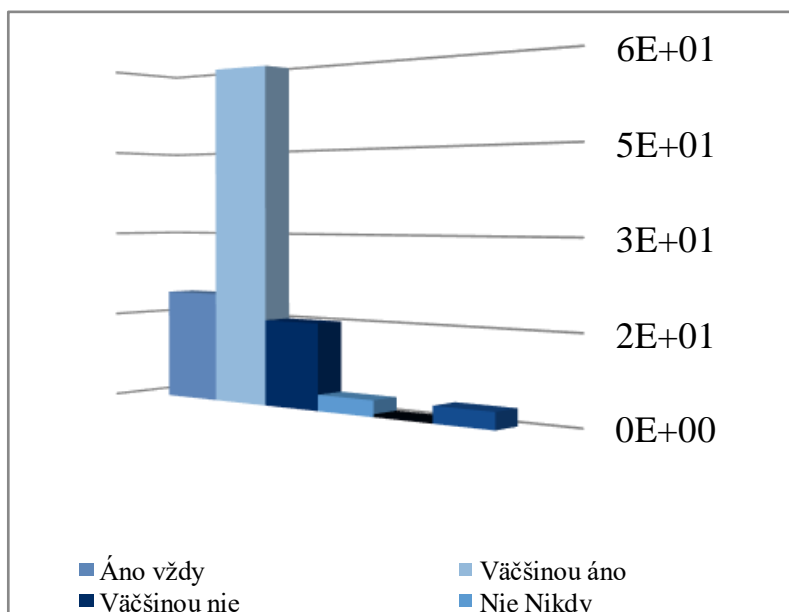
V ďalšej časti nášho dotazníka sme chceli zistiť reakciu mladých ľudí na vopred uvedené stanoviská. Na obrázku č.2 sú zaznamenané jednotlivé stanoviská, pričom naši respondenti odpovedali, či s daným stanoviskom úplne súhlasia, súhlasia, ani nesúhlasia ani súhlasia, nesúhlasia alebo úplne nesúhlasia. Na základe odpovedí na jednotlivé stanoviská je pre mladých ľudí menej dôležité kto ich príspevky komentuje, alebo kto ich zdieľa, mladí ľudia si nezvyšujú popularitu na základe získaných priateľov/followerov na sociálnych sieťach. Pre mladých ľudí sú podľa našich respondentov na sociálnych sieťach skôr dôležité "like" na jednotlivých príspevkoch, z čoho môžeme predikovať potrebu zvyšovania popularity a sebavedomia, čo má priamu koreláciu aj s tým, že často uverejňujú príspevky, aby zapôsobili na (určitých) ľudí, čo vyplýva z odpovedí respondentov. Keď mladí ľudia vidia na sociálnych sieťach ľudí, ktorí často cestujú dochádza u nich k zníženiu sebavedomia rovnako, ako keď vidia príspevky od osoby, ktorá má typ tela, aký by chceli mať oni samotní.

- 
- Je pre teba dôležité koľko ľudí ti dá na tvoj príspevok (fotka, video...) like?
 - Je pre teba dôležité koľko ľudí komentuje tvoje príspevky?
 - Je pre teba dôležité koľko ľudí zdieľa tvoje príspevky?
 - Keď na sociálnych sieťach vidíš, že niekto často cestuje, spoznáva svet, stretáva sa s rôznymi ľuďmi, vyvoláva to v tebe nepríjemný pocit, že tvoj život nie je taký "cool" ako ich?
 - Uverejňuješ príspevky na sociálnych sieťach len aby si zapôsobil/a na (určitých) ľudí?
 - Akceptuješ žiadosti o priateľstvo, followerov, atď, ktorých nepoznáš len preto, aby si bol/a vnímaný/á ako populárny/a?
 - Keď vidím fotografie zverejnené od osoby, ktorá má typ tela, aké by som chcel/a mať, cítim sa menej sebavedome.

Obrázok č. 2 - Názory na jednotlivé stanoviská.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Sociálne siete z časti taktiež vplyvajú na vytváranie si alternatívnej osobnosti. 14, 1% z respondentov odpovedalo, že sa ocitli na sociálnych sieťach v situácii, kedy sa prezentovali ako osoby, ktorými v skutočnosti nie sú, pričom 15% uviedlo, že na túto otázku nevedia odpovedať a 7% sa k otázke vytvárania alternatívnej osobnosti na sociálnych sieťach nechcelo vyjadriť. 66% respondentov sa na sociálnych sieťach nikdy neprezentovali ako osoby, ktorými v skutočnosti nie sú, čo je v zmysle zdravého mentálneho sebavedomia pozitívne číslo.



Graf č. 3 - Zverejnený obsah/skutočné pocity.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

V podobnom kontexte bola otázka týkajúca sa zverejneného obsahu na sociálnych sieťach. Naším cieľom bolo zistiť, či obsah (fotka, video, status a pod.) zverejnený na sociálnych sieťach, odráža ich skutočné pocity/nálady alebo za zverejnený obsah skrývajú to, čo reálne cítia. Z grafu č. 3 vidíme, že obsah zverejnený na sociálnych sieťach väčšinou kopíruje skutočné nálady mladých ľudí. Na opačnej názorovej osi sa nachádza stanovisko mladých ľudí, ktorých zverejnený obsah väčšinou nikdy nereflektuje ich skutočné pocity. Táto odpoveď bola tretia najfrekvencovanejšia.

Záver

Monitoring duševného zdravia je zapríčinením mnohých fenoménov v spoločnosti (zvýšená náročnosť pracovného trhu, regionálne či ekonomické rozdiely, neistá budúcnosť, domáce či školské prostredie a mnohé iné celospoločenské výzvy) nevyhnutný. V súčasnosti sa však mnohé krajiny tejto oblasti nevenujú, navyše len malé percento štátov alokuje finančný či ľudský kapitál do oblastí duševného zdravia, zväčša existujú len stratégie bez reálnej implementácie, bez skutočných aktivít a krokov, ktoré by viedli k zníženiu počtu, prevencii a liečbe duševných porúch u mladých ľudí predstavujúcich budúcnosť našich spoločností, našich ekonomík.

Sociálne siete patria k faktorom ovplyvňujúcim duševné zdravie mladých ľudí, ako sme sa dozvedeli v našom prieskume. Na jednej strane ide o pozitívny vplyv, najmä ak berieme v úvahu, že sociálne siete predstavujú nástroj komunikácie a sociálnej interakcie, ktorá môže byť pre mladých ľudí zásadná, napríklad počas pandémie COVID-19. Existencia sociálnych sietí bola v tomto ohľade prínosná, mladí ľudia počas pandémie mohli pokračovať v štúdiu alebo im bolo umožnené komunikovať so svojou rodinou a s kamarátmi. Na druhej strane však sociálne siete vplyvajú na mladých ľudí aj negatívne. Komplexne sociálne siete vytvárajú mladým ľuďom asociáciu "dokonalého" sveta. Instagram vplyva na mladých ľudí najviac negatívne, čo môže súvisieť práve s vytváraním si osobných idolov, vzorov, ktoré táto sociálna platforma produkuje na základe príspevkov rôznych používateľov. Mladí ľudia si vplyvom tohto predpokladu systematicky prestávajú uvedomovať realitu, čo vedie k vzniku duševných porúch, respektíve k nárastu duševnej

nestability. Duševné poruchy, ktoré sociálne siete ovplyvňujú, sú nízke sebavedomie vedúce k depresiám, komplexom alebo sebadeštrukcii alebo naopak vysoké sebavedomie hraničiace s narcistickou poruchou osobnosti. Výskyt týchto duševných porúch ovplyvnených aj sociálnymi sieťami boli najčastejšími odpoveďami našich respondentov vrátane ADHD (porucha hyperaktivity s deficitom pozornosti) a GAD (generalizovaná úzkostná porucha). Naopak sociálne siete nemajú priamy súvis s výskytom porúch príjmu potravy (anorexia, bulímia), či so vznikom a eskaláciou vysokého, nekontrolovateľného stresu alebo so závislosťami na drogách a alkohole. Sociálne siete skôr vytvárajú závislosť od nich samotných.

Vplyv sociálnych sietí na mladých ľudí vrátane ich duševného zdravia je evidentný a pravdepodobne neodvratiteľný. Najmä z tohto dôvodu je skôr potrebné sa venovať liečbe a prevencii duševných porúch, ktoré spôsobujú aj sociálne siete. Jedným z možných inovatívnych spôsobov, ako tento negatívny trend odstrániť, sú školenia pre mladých ľudí, rodinných príslušníkov alebo aj učiteľov v oblasti podávania prvej pomoci mladým ľuďom, ktorí sa ocitnú v duševnej nestabilite. Tento model môže predstavovať jedno z riešení, prostredníctvom ktorých by sa predchádzalo nárastu duševných porúch u mladých ľudí. V súčasnosti poznáme príklady z niektorých krajín, ktoré sa pokúšajú zmierniť nárast duševných porúch. V Holandsku už niekoľko rokov funguje projekt, ktorého cieľom je vyškoliť mladých ambasádorov "Peer Ambassadors". Úlohou mladých ambasádorov je poskytnúť pomoc svojim rovesníkom, ktorí sa ocitli v situácii duševnej nestability. Školenie mladých ľudí, rodičov či učiteľov môže byť vhodnou alternatívou alebo skôr doplnujúcim prostriedkom na zníženie problémov spojených s duševným zdravím u mladých ľudí v našej spoločnosti.

Literatúra a zdroje:

- GALDERISI, A. et al.: Toward a new definition of mental health. In Official Journal of the world psychiatric association. 2015. Vol. 14, No. 2. [online]. [2020-03-13]. Dostupné na: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4471980/>>.
- EURÓPSKA KOMISIA.: *EU Youth Strategy*. 2019. [online]. [2020-03-11]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/youth/policy/youth-strategy_en>.
- EUR-lex.: *Rozdelenie právomocí v rámci Európskej únie*. 2016. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=LEGISSUM%3Aai0020>>.
- FMK.: *Výpočet veľkosti vzorky*. 2020. [online]. [2020-03-19]. Dostupné na: <http://fmk.sk/vzorka/?fbclid=IwAR1tYC4ubxprP2aph247983e3uDbGxmhkYi0ARm1D_QDu98LaqX-jP6GcpY>.
- OECD.: *Mental Health Performance Framework. Retrieved from*. 2019. [online]. [2020-03-14]. Dostupné na: <<http://www.oecd.org/health/health-systems/OECD-Mental-Health-Performance-Framework-2019.pdf>>.
- OECD.: *Mental Health and Work: Netherlands*. OECD Publishing. 2014. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <<https://books.google.sk/books?id=NXekBQAAQBAJ&pg=PA63&dq=mental+health+netherlands>>.
- KEYES, LM. *Mental Health as a Complete State: How the Salutogenic Perspective Completes the Picture*. 2014. [online]. [2020-03-17]. Dostupné na: <https://globalhealth.duke.edu/sites/default/files/event-attachments/mental_health_as_a_complete_state_-_keyes_2014.pdf>.
- MISSION AUSTRALIA.: *Annual Report*. 2019. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: Annual Report 2019.pdf.

NHS.: *How to access mental health services*. 2019. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<https://www.nhs.uk/using-the-nhs/nhs-services/mental-health-services/how-to-access-mental-health-services/>>.

ŠTATISTICKÝ ÚRAD SR. *Štatistika v súvislostiach, Hlavné trendy populačného vývoja v SR v roku 2017*. 2017. [online]. [2020-03-25]. Dostupné na:

<https://slovak.statistics.sk/wps/wcm/connect/0af9ef47-685a-4ded-8853-5e5a9aed5c01/STATISTIKA_V_SUVISLOSTIACH_Hlavne_trendy_populacneho_vyvoja_v_SR_v_roku_2017>.

VELŠIC, M.: *Sociálne siete na Slovensku*. 2012. Bratislava : Inštitút pre verejné otázky, 2012.

WHO.: *Promoting Mental Health*. Geneva : WHO Library Cataloguing-in-Publication Data, 2004.

WHO.: *Child and adolescent mental health*. 2019. [online]. [2020-04-14]. Dostupné na:

<https://www.who.int/mental_health/maternal-child/child_adolescent/en/>.

WEINGARTEN, R.: *The development of peer support in the Netherlands, Brasil and Israel*.

American Psychological Association. 2012. [online]. [2020-03-29]. Dostupné na:

<<https://doi.org/10.1037/h0094584>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Natália Mulinová

Fakulta sociálnych vied/Katedra politických vied

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Bučianska 4/A

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

natalia.mulinova@gmail.com

JAZYK A PRAVDA. MOŽNOSTI A LIMITY JAZYKA V KONTEXTE EPISTEMOLÓGIE

Language and Truth. Language Options and Limits in the Context of Epistemology

Branislav Oprala

Abstrakt

Od médií a mediálnych informácií 21. storočia sa viac než kedykoľvek predtým očakáva pravdivé a faktické informovanie. Pravda ako základný atribút dôveryhodného spravodajstva nebola vo svete plnom fake news, konšpirácií a mediálnej propagandy nikdy vyžadovaná nástojčivejšie. Jazyk ako nástroj ľudskej komunikácie vytvorený človekom, má však svoje jasne stanovené limity. Všetky poznatky, ktoré o svete máme, nadobúdame vďaka nemu. Jeden z najvýznamnejších smerov súčasnej filozofie – analytická filozofia však tvrdí, že priamy vzťah medzi jazykom a absolútne objektívnou realitou neexistuje. Kvôli nedokonalostiam jazyka a kvôli našim historickým, kultúrnym či sociálnym skúsenostiam pravdu len konštruujeme a prispôbujeme nášmu obrazu sveta. Sapir-Whorfova hypotéza navyše tvrdí, že chápanie reality a sveta sa dokonca odlišuje v rôznych národných jazykoch. Na faktické a pravdivé informovanie v médiách by sme samozrejme nikdy rezignovať nemali. Dôležité však je, uvedomiť si jeho možné obmedzenia a limity a zamerať sa taktiež na inú úlohu médií, typickú predovšetkým pre liberálnu demokraciu. Tou je odhaľovanie, otváranie a riešenie vážnych spoločenských tém a problémov, zachovávanie pozitívnych hodnôt a spoločenských štandardov, či zabezpečenie ontologickej bezpečnosti, formou kontinuálneho a neprerušeneho informovania verejnosti.

Kľúčové slová:

Epistemológia. Filozofia. Jazyk. Média. Mediálna pravda. Poznanie. Pravda.

Abstract

From media and media information in 21st century is more than ever expected to be truthful and factual. Truth, as an essential attribute of trustworthy news, has never been more demanded in a world full of fake news, conspiracy and media propaganda. Language as a human-made communication tool, however, has clear limits. We gain all the knowledge we have about the world through language. One of the most important directions of contemporary philosophy - analytic philosophy, however, claims that there is no direct relationship between language and absolutely objective reality. Because of language imperfections and our historical, cultural or social experiences, we are simply constructing and adapting the truth to our image of the world. Moreover, Sapir-Whorf's hypothesis asserts that the understanding of reality and the world even differs in different national languages. Of course, we should never give up on factual and truthful information in the media. It is important, however, to be aware of its possible limitations and to focus also on the other role of the media, which is particularly typical of liberal democracy. This is to uncover, open and address serious social problems, to maintain positive values and social standards, or to ensure ontological security, in the form of continuous and uninterrupted public information.

Key Words:

Epistemology. Knowledge. Language. Media. Media truth. Philosophy. Truth.

Úvod

V nasledujúcich kapitolách sa postupne budeme venovať definícii základných pojmov poznania, pravdy a jazyka. Ďalej náhľadom do filozofických smerov, ktoré sa otázkami pravdy a jazyka zaoberali a to od antickej filozofie a Aristotelovej formálnej logiky, až k súčasným smerom analytickej filozofie – logickú a lingvistickú analýzu jazyka. Čitateľovi priblížme teóriu jazykového relativizmu, nazývanú tiež Sapir-Whorfova hypotéza, ktorá sa na vzťah pravdy a jazyka zamieriava z lingvistického, sociologického a kultúrno-antropologického hľadiska. V záverečnej časti sa pokúsime do kontextu mediálnej pravdy zakomponovať formuláciu verejnej a privátnej sféry od autorov Coreiu a Perreiru, doplnenú definíciou pluralitného modelu mediálnej produkcie od Jiráka s Köpplovou.

1 Vymedzenie základných pojmov – epistemológia, pravda a jazyk

Epistemológia, z gréckeho slova *epistémé* (poznanie, znalosť),¹ inými slovami teória poznania, noetika alebo gnozeológia, je filozofická disciplína, ktorej hlavnými objektmi skúmania sú nasledujúce otázky:

- Čo je to poznanie?
- O čo sa poznanie opiera?
- Aké sú medze poznania?

Zaoberá sa teda poznaním, jeho možnosťami, cestami k nemu a prostriedkami, ako poznanie dosiahnuť.² Samotné poznanie definujeme ako nadobúdanie poznatkov, istý vzťah medzi poznávaním a poznávajúcim.³ Pre epistemológiu je dôležitý rozvoj vedy, ktorý prináša neustále nové otázky, ktorými sa môže zaoberať. Počas historického vývoja epistemológie môžeme pozorovať dva odlišné filozofické prístupy, ktoré počas rokov filozofi zastávali:⁴

Empirizmus – jeho základom je zmyslové vnímanie a skúsenosť. Je typický napríklad pre prírodné vedy. Empiristi, medzi ktorých zaradíme filozofov ako Francis Bacon, John Lock či David Hume, verili, že primárnym zmyslom poznania je zmyslová skúsenosť. Rozumu prikladali len druhotný význam.⁵

Racionalizmus – ktorého základy sa naopak odvíjajú od matematiky a logiky a kladie dôraz na odvodzovanie a racionalitu. Takzvaní racionalisti (René Descarte či Imanuel Kant) sa domnievali, že základné princípy ľudského poznania sú obsiahnuté v rozume človeka. Kládli teda primárny

¹ REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004, s. 51.

² *Teória poznania*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <http://dai.fmph.uniba.sk/~filit/fvt/teoria_poznania.html>.

³ *Poznanie*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Poznanie>>.

⁴ *Vlastnosti vedomostí (epistemológia)*. [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <http://edudocs.pro/19_279005_osobnosti-poznaniya-gnoseologiya.html>.

⁵ ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie*. [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <http://joza.pytel.sweb.cz/uvod_do_filozofie.pdf>.

dôraz na deduktívne uvažovanie, pričom zmyslové vnímanie bolo len pomocnou zložkou.⁶ Samotný Descartes vyslovil slávnú myšlienku v jeho diele Rozpravy o metóde: „*Cogito, ego sum.*“ V preklade z latinčiny: „*Myslím, teda som.*“⁷

Pravda, podľa Filozofickej hypertextovej encyklopédie, skrátené FILIT, znamená zodpovedanie skutočnosti či ideálu. Uvádza, že pravdu ako takú nie je možné mať či vlastniť, len na procese otvorenosti, teda prinášaní poznania, ktoré pravda poskytuje, participovať.⁸ Mnoho filozofov minulosti i súčasnosti uvádza, že pravdu je nevyhnutné poznávať pomocou zmyslov, predovšetkým zrakom a sluchom a taktiež pomocou oznamovania, teda rečou a písmom.⁹

Pravda, tak ako ju opisuje Šefčák, vychádzajúc pri tom z definícií niekoľkých akademických slovníkov, je: „*Súhlas výroku, výpovede, so skutočnosťou. Správne zmýšľanie, správny náhľad, správne tvrdenie, overené praxou, skúsenosťou a opozitum nepravdy, omylu či lži.*“¹⁰

Ako môžeme vidieť, definície pravdy ako Šefčák, tak i autori slovenskej Filozofickej hypertextovej encyklopédie, vedome či nevedome spájajú okrem iného taktiež s jazykom. Súhlas výroku so skutočnosťou. Napríklad súhlas tvrdenia, že Zem je guľatá, ktoré, či sa nám to páči alebo nie, musíme vykonať prostredníctvom jazyka s, na jazyku nezávislým faktom, že Zem skutočne guľatá je. Na to, aby sme mohli niečo označiť za pravdivé či nepravdivé, predsa za každých okolností potrebujeme jazyk.

Aj racionalizmus ako filozofický prístup v epistemológii, sa veľmi úzko spája s jazykom. Ako uvádza Anzenbacher vo svojej knihe Úvod do filozofie, každý spôsob racionálneho poznania, je prirodzene viazaný na jazyk:

„Existencia jazyka je nielen prostriedkom, ale aj predpokladom možnosti poznania. Je prostriedkom poznania, pretože poznanie samo sa môže pohybovať jedine v médiu jazyka.“

Na to, aby sme sa mohli jazyku v kontexte epistemológie venovať na nasledujúcich stranách, si však najprv musíme uviesť jeho samotné stručné definície.

Jazyk definuje Horecký ako nástroj myslenia, dorozumievania a ukladania poznatkov, ktorý je realizovaný takzvaným artikulovaným prúdom znakov (hlások) a sekundárne písmenami, či inými grafickými znakmi. Takýto jazyk Horecký nazýva prirodzeným, ľudským jazykom.¹¹

Durozoi s Russelom v ich Filozofickom slovníku dopĺňajú Horeckého definíciu o myšlienku jazyka ako systému, ktorý je vlastný určitému ľudskému spoločenstvu.¹²

⁶ ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie*. [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <http://joza.pytel.sweb.cz/uvod_do_filozofie.pdf>.

⁷ Tamtiež.

⁸ *Pravda*. [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Pravda>>.

⁹ *Alétheia*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Aletheia>>.

¹⁰ ŠEFČÁK, L.: *O pravdivosti v novinárstve (otázky etiky alebo práva). Otázky Žurnalistiky*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<http://www.aepress.sk/zurnal/full/oz0197e.pdf>>.

¹¹ HORECKÝ, J.: *Spoločnosť a jazyk*. Bratislava : Veda – Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1982, s. 6.

¹² DUROZOI, G., ROUSSEL, A.: *Filozofický slovník*. Praha : EWA Edition, 1994, s. 137.

Rysová s Čmehýlovou-Rašovou sa vo svojej práci *Lingvistické minimum k masmediálnym štúdiám*, venujú jazyku veľmi podrobne. Jazyk podľa nich, okrem primárnej dorozumievacej funkcie, obsahuje aj kognitívnu funkciu jazyka. Práve tá človeku umožňuje rozmýšľať a tvoriť myšlienky, orientovať sa vo svete, či pochopiť prostredie. Ako tvrdia: „*Jazyk je nástrojom myslenia, pomocou ktorého rozlišujeme osoby, veci a súvislosti.*“ Následné abstraktné myslenie v pojmoch či súdoch je, ako uvádzajú, možné vyjadriť navonok iba v reči, pretože len reč dokáže pretvoriť zmyslové vnímanie na niečo skutočné, racionálne.¹³ Jazyk sa podľa nich však podieľa taktiež na určení vecí, ktoré vidíme a spôsobu, ako ich vnímame a pozeráme sa na ne. Má teda aj reprezentatívnu funkciu. Nielenže pomenúva veci, ale taktiež prezrádza všetko o používateľoch daného jazyka, o dobe, v akej ho spoločenstvo používalo, či o aktuálnych sociálnych, politických a ekonomických vzťahoch.¹⁴

Ďalšiu definíciu jazyka poskytuje Černík. Širšie vymedzenie jazyka podľa neho definuje semiotika a to ako systém znakov, predmetov, obrazov či objektov. Tie plnia zástupnú funkciu označenia iných objektov a slúžia na formulovanie a vyjadrovanie myšlienok. Teda ako prostriedok ľudskej komunikácie.¹⁵

Z vyššie uvedených definícií môžeme v skratke a v širšom slova zmysle opísať jazyk ako ľudmi vytvorený a vyvíjajúci sa komplexný systém určený na dorozumievanie, ktorý je síce globálne založený na jednotných semiotických pravidlách, avšak geograficky vytvárajúci samostatné útvary národných jazykov a tým taktiež predpoklady na vznik unikátnych spoločenských kultúr, následne národností a krajín.

2 Pravda a jazyk vo filozofii

Na to, aby sme dokázali pochopiť možnosti a limity jazyka v kontexte pravdy a poznania a v záverečnej časti práce boli schopní nájsť odpovede na otázky ako chápať hranice pravdivého informovania v médiách, je pre nás dôležitý predovšetkým náhľad do filozofických smerov, ktoré sa otázkami pravdy a jazyka zaoberali.

Vzťahom medzi poznaním a jazykom sa zaoberala už **antická filozofia**. Jazyk označovala za prírodný jav a zároveň nástroj nemenného a univerzálneho ľudského rozumu.¹⁶ Aristoteles v ním vytvorenej **formálnej logike**, ktorú chápal ako náuku o formálnej správnosti myslenia a hovorenia, už svet vnímal predovšetkým prostredníctvom bežného jazyka.¹⁷ Vplyvu jazyka z epistemologického hľadiska sa následne filozofia počas rôznych historických období venovala mnohokrát.

Posledným veľkým obratom filozofie však bola **analytická filozofia**. Práve tá je označovaná za najrozšírenejší a najsilnejší prúd filozofie 20. storočia. Je poznačená, tak ako koniec-koncov celé predchádzajúce storočie, príklonom k vede a technike a najcharakteristickejším znakom je jej obrat práve k jazyku. Medzi jej hlavných predstaviteľov patrili Gottlob Frege, Bertrand Russel či jeden

¹³ RYSOVÁ, A., ČMEHÝLOVÁ-RAŠOVÁ, D.: *Lingvistické minimum k masmediálnym štúdiám*. Trnava : FMK UCM v Trnave, 2019, s. 94.

¹⁴ Tamtiež, s. 95.

¹⁵ ČERNÍK, V a kol.: *Teória poznania. Úvod do dialektiky ako logiky poznania*. Bratislava : Nakladateľstvo Pravda, 1986, s. 101-102.

¹⁶ *Jazyk (antika)*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Jazyk+antika>>.

¹⁷ *Formálna logika*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Logika+formalna>>.

z najvýznamnejších filozofov uvedeného obdobia – Ludwig Wittgenstein. Pri analytickej filozofii vychádzali z tvrdenia, že všetko poznanie, či už svetské alebo vedecké, vychádza z jazyka. Vďaka jazyku poznávame svet, formulujeme myšlienky. Jazyk je teda prostriedkom poznania a preto by podľa nich malo byť základným poslaním filozofie pracovať na jeho analýze. Analytická filozofia sa preto ako vedná disciplína veľmi logicky opiera o filozofiu jazyka, ontológiu, či epistemológiu, ale predovšetkým, o logickú analýzu jazyka.¹⁸ Tá skúma jazyk ako niečo objektívne, empiricky dané, čo môže byť jednoznačne analyzované.¹⁹ Jej cieľom by malo byť prenikať do významu slov a slovných spojení, odhaľovať ich skryté významy či ujasňovať a spresňovať nejasné a hmlisté jazykové konštrukcie, na základe ktorých, si, podľa analytických filozofov, častokrát vytvárame nepresné, či dokonca klamlivé obrazy o svete.²⁰

Analytická filozofia jazyka sa delí na dva hlavné smery:

Spomínaná **Logická analýza jazyka**, ktorá považuje každodenný, alebo takzvaný bežný jazyk, teda bežnú, každodennú komunikáciu v konkrétnom národnom jazyku, za veľmi nepresnú a mnohoznačnú. Môžeme teda tvrdiť, že v snahe o opis nezmenenej skutočnosti/pravdy/faktu v bežnom, hovorovom jazyku môže dochádzať kvôli nejednoznačnosti a nepresnosti daného jazyka k nesprávnej interpretácii. Filozofi sa preto v logickej analýze jazyka pokúšali vytvoriť nový, veľmi presný umelý jazyk, ktorý by nepresnosti bežného jazyka odstránil. Pomôcť im v tom ako nástroj mala predovšetkým už vyššie spomínaná formálna logika. Implementovaný mal byť predovšetkým do prírodných vied, avšak jeho cieľom malo postupne postupne malo byť tento jednotný a exaktný jazyk implementovať do všetkých vedných disciplín.²¹

Druhým základným smerom je **lingvistická analýza jazyka**. Tá sa naopak nesnaží vytvoriť kombinácií normálneho, každodenného jazyka. Takého, aký bežne využívame v hovorovej reči v práci, v domácnosti, či škole.²²

Aj podľa Gálíka dominujú súčasným filozofickým prístupom predovšetkým teórie, ktoré opäť primárne vychádzajú z poznania jazyka. Konštruktivistické teórie pravdy označujú jazyk ako do seba uzatvorený symbolický a kultúrny fenomén, ktorý nemá priamy vzťah s realitou. A keďže všetky znalosti začínajú jazykom a poznanie reality sa tak tvorí práve vďaka nemu, aj poznanie reality samotnej je podľa týchto teórií len sprostredkované.²³

3 Vzťah medzi vnímaním sveta, myslením a jazykom

Zaujímavé vzťahy dotýkajúce sa semiotiky, lingvistiky, sociológie či kultúrnej antropológie navyše odhaľuje ďalšia významná teória nazývaná **Sapir-Whorfova hypotéza**. Tá tvrdí, že vnímanie sveta je úzko ovplyvnené štruktúrou jazyka a v rôznych svetových jazykoch sa výrazne odlišuje.²⁴ To, že pomocou jazyka zásadným spôsobom vnímame, chápeme a interpretujeme svet

¹⁸ *Analytická filozofia*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Filozofia+analyticka>>.

¹⁹ ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie*. [online]. [2020-04-09]. Dostupné na: <http://joza.pytel.sweb.cz/uvod_do_filozofie.pdf>.

²⁰ *Analytická filozofia*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Filozofia+analyticka>>.

²¹ ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie*. [online]. [2020-04-09]. Dostupné na: http://joza.pytel.sweb.cz/uvod_do_filozofie.pdf

²² Tamtiež.

²³ GÁLIK, S.: On Ontological Definition of Media Truth and the Role of Media. In *European Journal of Science and Theology*. 2018. Vol. 15, No. 1, s. 2.

²⁴ RYSOVÁ, A., ČMEHÝLOVÁ-RAŠOVÁ, D.: *Lingvistické minimum k masmediálnym štúdiám*. Trnava : FMK UCM

okolo nás na tejto hypotéze nie je až takým zaujímavým a prekvapivým faktom. Koniec-koncov, takúto teóriu poskytuje už základná Aristotelova formálna logika. Najzaujímavejším poznatkom tejto, **teórie jazykového relativizmu**, ako sa tiež inak nazýva, je zjednodušené fakt, že interpretácia reality, teda pomenúvanie pravdy, či faktu, je v každom jazyku odlišné. Rozdiely medzi národmi a ich jazykmi teda spôsobujú taktiež rozdiely v myšlienkových pochodoch a tým rôznu interpretáciu tej istej reality. Niečo, čo je považované za absolútnu pravdu či fakt v jednej kultúre a v jednom jazyku, môže v inom byť úplne inak. Podľa tejto teórie nie sú žiadne dva jazyky natoľko podobné, aby mohli reprezentovať absolútne rovnakú sociálnu realitu, keďže, ako je dokázané, nie všetky svetové jazyky fungujú podľa rovnakých lingvistických pravidiel. Ako tvrdí Whorf, rozdiely medzi jazykmi v tzv. Standard European Average type, do ktorého patria napríklad Angličtina, Francúzština, Nemčina, ale aj Slovenčina, sú pomerne malé. Naopak, pri exotických jazykoch sa ukázali rozdiely v jazykoch ako oveľa väčšie. Hoci sa Sapir-Whorfova hypotéza neskôr stretla aj so značnou kritikou, podnietila výskumníkov z oblasti lingvistiky viac analyzovať sociálny a kultúrny aspekt jazykov²⁵, ktorý môže mať zásadný vplyv na chápanie a interpretáciu reality naprieč krajinami a jazykovými systémami.

Analytická filozofia jazyka aj konštruktivistické teórie pravdy sa v základných tvrdeniach zhodujú. Zároveň sa k jazyku stavajú pomerne nedôverčivo. Realita je ľuďmi tvorená a sprostredkovaná pomocou jazyka. Ten však minimálne analytická filozofia považuje za nepresný, mnohoznačný a príliš všeobecný. Konštruktivistická teória pravdy zase len za sprostredkovanie reality, nie za realitu samotnú. Sapir-Whorfova hypotéza navyše prináša poznatok, že každý národ môže mať pohľad na neskreslenú realitu, pravdu, či fakt odlišný nielen kvôli kultúrnym, sociologickým, či geopolitickým rozdielom, ale aj kvôli rozdielom v samotných svetových jazykoch.

4 Obraz mediálnej pravdy

Sme teda od reality v jej skutočnej, nezmenenej podobe kvôli všetkým vyššie spomenutým nedokonalostiam jazyka naozaj takí vzdialení? Hoci sa zdá, že áno, je vôbec nevyhnutné klásť si otázku, do akej miery je a dokáže byť samotný jazyk presným sprostredkovaním reality? Uvedomenie si možností a limitov jazyka je dôležité minimálne vo vzťahu k našim očakávaniam o miere pravdivého mediálneho informovania. Vieme, že poznanie reality je oveľa zložitejší proces, než sa nám doposiaľ mohlo javiť. Budeme vďaka tomu informácie poskytované médiami vnímať inak? A môžeme sa stať v ich prijímaní tolerantnejší?

Súčasná filozofia, ako sme spomenuli na predchádzajúcich stranách, má najbližšie ku konštruktivistickým teóriám, ktoré vychádzajú z poznania jazyka, ktorý nemá priamy vzťah s realitou.²⁶ To by v kontexte mediálnej pravdy znamenalo nemožnosť absolútne objektívneho a neskresleného informovania. Hoci sa médiá častokrát radi hrdia, že poskytujú pravdivé fakty a objektívne spravodajstvo, nie je to možné už len pri vzatí do úvahy všetkých limitov jazyka, ktoré sme uviedli na predchádzajúcich stranách. A ako tvrdí Gálik, médiá navyše informácie preberajú jedno od druhého. Ich forma sa teda mení v závislosti od toho, akým spôsobom danú informáciu subjektívne pochopia a svojím vlastným chápaním prepíšu novinári v rôznych médiách.²⁷ Jiráček s Köpplovou v knihe Masová média k téme mediálnej pravdy navyše pridávajú ďalší aspekt. Sociálnu konštrukciu reality, pri ktorej taktiež vychádzajú z konštruktivistických prístupov k štúdiu

UCM v Trnave, 2019, s. 132.

²⁵ Tamtiež, s. 133.

²⁶ GÁLIK, S.: On Ontological Definition of Media Truth and the Role of Media. In *European Journal of Science and Theology*. 2018, Vol. 15, No. 1, s. 2.

²⁷ Tamtiež, s. 3.

mediálnej produkcie. Tie tvrdia, že to, čo člen istého spoločenstva považuje za objektívnu realitu nie je nič iné, než výsledok historického, sociálneho a kultúrneho konštruovania reality. Zjednodušene – nie skutočná, objektívna pravda, ale pravda, na ktorej sa isté spoločenstvo historickým, sociálnym a kultúrnym vývojom zhodlo, že pravdu reprezentovať bude. Médiá takúto sociálnu konštrukciu reality reprezentujú, keďže: „Pravidla určujú o čem se dá a o čem se nedá mluvit a jak se dá hovořit o tom, o čem mluvit lze.“ Médiá v takomto prípade nepodávajú informácie o nezmenenej, skutočnej, realite, ale ju svojím vlastným, subjektívnym spôsobom, samé vytvárajú.²⁸

Ak sa zhodneme na tom, že podávanie absolútne neskreslených, faktických informácií v médiách nie je z objektívnych príčin možné na sto percent, (hoci v žiadnom prípade netvrdíme, že by sa k faktom mediálni pracovníci nemali za každých okolností čo najviac približovať) aká by mala byť úloha seriózných, mienkotvorných médií? Veľký rozpor v očakávaniach spoločnosti a v mediálnej realite vidí Gálik. Súčasnú situáciu považuje za boj medzi dvoma extrémnymi rozpormi. Volaním po absolútne neskreslenom, faktickom mediálnom informovaní a totálnou rezignáciou na pravdu, ktorú môžeme vidieť u časti súčasnej generácie, ktorá v mediálnom a internetovom priestore neverí prakticky ničomu a nikomu (predovšetkým nie oficiálnym autoritám a inštitúciám). Tak ako väčšina vecí, nič nie je čierno-biele. Limity absolútneho a neskresleného informovania sú mýtom, ktorý médiá nemôžu nikdy dosiahnuť.²⁹ Niektorí mediálni odborníci sa preto prikláňajú k názoru, že v médiách je dôležitejšia tzv. **formulácia verejnej a privátnej sféry**.³⁰

V tejto oblasti poskytujú mimoriadne zaujímavý pohľad autori A. V. Perreira a J. C. Correia. Tí mediálnu pravdu nechápu v epistemologickom zmysle, ale viac v širšom, pragmatickom zmysle. Zhodujú sa v tom, že základnou úlohou spravodajských médií je formulácia verejných a súkromných sfér – teda nastoľovanie a otváranie tém a vnútorných spoločenských konfliktov, ktoré však nie sú pre spoločnosť negatívne, ale prispievajú k jej postupnému vylepšovaniu. Pracovníci médií vyjadrujú a reprezentujú to, čo už v spoločnosti existuje.³¹ Inými slovami, podporujú a zachovávajú jej pozitívne hodnoty a štandardy, kritizujú javy a skutočnosti, s ktorými daná spoločnosť objektívne celospoločensky bojuje.

S Correiom a Perreiom sa v tejto dôležitej úlohe médií zhodujú aj Jiráček s Köpplovou: „*Na vztah mezi obsahy mediálních produktů a společností, ve které média působí, tak lze nahlížet jako na vztah, který přispívá k zajištění její stability, neboť každá společnost se snaží zajistit si vlastní trvalou existenci.*“³² Takúto stabilitu podľa nich môže predstavovať takzvaný pluralitný model mediálnej produkcie. Ten je podľa nich typický predovšetkým pre liberálnu demokraciu a postavený na hodnotách, predstavách a postojoch spoločnosti, ktoré má mediálna produkcia v takomto modeli reflektovať a reprezentovať, v snahe uspokojiť publikum.³³

²⁸ JIRÁK J., KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál. 2015, s. 273.

²⁹ GÁLIK, S.: On Ontological Definition of Media Truth and the Role of Media. In *European Journal of Science and Theology*. 2018, Vol. 15, No. 1, s. 5.

³⁰ Tamtiež, s. 4.

³¹ PEREIRA, J., CORREIA, J. C.: *Between facts and news: Journalism, common sense knowledge and public sphere*. In *Estudos em Comunicacao no1*, 305-316. [online]. [2020-04-11]. Dostupné na: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/correia-joao-vizeu-alfredo-between-facts-and-news.pdf>>.

³² JIRÁK J., KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál. 2015, s. 273.

³³ Tamtiež, s. 274.

Záver

Na základe týchto poznatkov by teda mali byť médiá odrazom občianskej spoločnosti a jej sociálneho správania – či už v pozitívnom, alebo negatívnom zmysle a zachovávať jej **ontologickú bezpečnosť**, ktorej podstatou je kontinuálne zabezpečovanie poskytovania informácií o záležitostiach v spoločnosti a vo svete. Úlohou médií je pretvárať zložité koncepty o svete a jeho fungovaní do zjednodušeného jazyka, ľahko pochopiteľného pre bežných ľudí, čím im zároveň pomáha porozumieť každodennej sociálnej, politickej či kultúrnej realite. Nedostatok informácií naopak vedie k nedostatočnému pocitu bezpečnosti. Preto je za každých okolností lepšie informovať nepresne, ako neinformovať vôbec. Dobře informovaný občan sa totiž oveľa viac a lepšie stotožňuje s demokratickým verejným priestorom než ten, ktorému sú informácie odopierané, či zatajované.³⁴

Literatúra a zdroje:

- ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie*. Praha : Portál, 2004.
- ANZENBACHER, A.: *Úvod do filozofie* [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <http://joza.pytel.sweb.cz/uvod_do_filozofie.pdf>.
- Alétheia*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Aletheia>>.
- Analytická filozofia*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Filozofia+analyticka>>.
- ČERNÍK, V. a kol.: *Teória poznania: Úvod do dialektiky ako logiky poznania*. Bratislava : Pravda, 1987.
- DUROZOI, G., ROUSSEL, A.: *Filozofický slovník*. Praha : Nakladatelství EWA, 1994.
- Formálna logika*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Logika+formalna>>.
- GÁLIK, S.: On Ontological Definition of Media Truth and the Role of Media. In *European Journal of Science and Theology*. 2018, Vol. 15, No. 1. ISSN 1842 – 8517.
- HORECKÝ, J.: *Spoločnosť a jazyk*. Bratislava : Veda – Vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 1982.
- Jazyk (antika)*. [online]. [2020-04-08]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Jazyk+antika>>.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B.: *Masová média*. Praha : Portál, 2015.
- PEREIRA, J., CORREIA, J. C.: *Between facts and news: Journalism, common sense knowledge and public sphere*. In *Estudos em Comunicacao no1*, 305-316. [online]. [2020-04-11]. Dostupné na: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/correia-joao-vizeu-alfredo-between-facts-and-news.pdf>>.
- Pravda*. [online]. [2020-03-20]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Pravda>>.
- Poznanie* [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<http://dai.fmph.uniba.sk/~kravcik/filit/pojem.php?obl=Poznanie>>.
- REIFOVÁ I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004.
- RYSOVÁ, A., ČMEHÝLOVÁ-RAŠOVÁ, D.: *Lingvistické minimum k masmediálnym štúdiám*. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2019.

³⁴ PEREIRA, J., CORREIA, J. C.: *Between facts and news: Journalism, common sense knowledge and public sphere*. In *Estudos em Comunicacao no1*, 305-316. [online]. [2020-04-11]. Dostupné na: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/correia-joao-vizeu-alfredo-between-facts-and-news.pdf>>.

ŠEFČÁK, L.: *O pravdivosti v novinárstve (otázky etiky alebo práva). Otázky Žurnalistiky*. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na : <<http://www.aepress.sk/zurnal/full/oz0197e.pdf>>.
Teória poznania. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <http://dai.fmph.uniba.sk/~filifvt/teoria_poznania.html>.
Vlastnosti vedomostí (epistemológia). [online]. [2020-03-20]. Dostupné na : <http://edudocs.pro/19_279005_osobnosti-poznaniya-gnoseologiya.html>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Branislav Oprala
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
branislavoprala@gmail.com

DIGITÁLNE HUMANITNÉ VEDY, KULTÚRNE DEDIČSTVO A KREATÍVNY PRIEMYSEL: PRIENIK OBLASTÍ V ČINNOSTIACH KATEDRY MEDIAMATIKY A KULTÚRNEHO DEDIČSTVA SLUŽIACICH NA JEJ PROPAGÁCIU

Digital Humanities, Cultural Heritage and Creative Industry: Intersecting Areas in the Activities of the Department of Media and Cultural Heritage to Promote it

Dominika Orlová – Matej Somr

Abstrakt

Mediamatiku a kultúrne dedičstvo môžeme chápať ako interdisciplinárny vedný odbor v oblasti humanitných vied s prepojením na soft-informatiku, prácu s informáciami, nové médiá, komunikáciu, kultúrne dedičstvo a digitalizáciu. Je súčasťou agendy kreatívneho a kultúrneho priemyslu vedenom na Ministerstve kultúry Slovenskej republiky od roku 2011. Cieľom príspevku je poukázať práve na prienik oblastí digitálnych humanitných vied, kultúrneho dedičstva a kreatívneho priemyslu v činnostiach Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva slúžiace na jej propagáciu. Na konkrétnych projektoch vedených pod katedrou si uvedieme, akým spôsobom majú možnosť všetky zložky navzájom spolupracovať medzi sebou. Zároveň poukážeme na ich schopnosti vytvoriť „marketingový produkt“ konkrétnej inštitúcie, ktorý v tomto prípade zastáva unikátny zdroj zvýšenia si konkurencieschopnosti v rámci danej oblasti a získa unikátnu výhodu oproti iným študijným programom v odbore mediálne a komunikačné štúdiá.

Kľúčové slová:

Digitalizácia. Digitálne humanitné vedy. Mediamatika. Kreatívny priemysel. Kultúrne dedičstvo.

Abstract

Mediamatics and cultural heritage can be understood as an interdisciplinary science discipline in the field of humanities with links to soft-computer science, information work, new media, communication, cultural heritage and digitization. It forms a part of the agenda of creative and cultural industries guaranteed by the Ministry of Culture of the Slovak Republic since 2011. The aim of the paper is to point out the penetration of digital humanities, cultural heritage and creative industry in the activities of the Department of Media and Cultural Heritage. On the examples of concrete projects led by the Department of Media and Cultural Heritage the cooperation of all components will be presented. At the same time, we will point out their ability to create a “marketing product” of a particular institution, which in this case holds a unique source of increased competitive ability within a given field and gains a unique advantage over other study programs in media and communication studies.

Key words:

Digital Humanities. Digitization. Mediamatics. Creative industry. Cultural heritage.

Úvod: Digitálne humanitné vedy

Humanitné vedy (duchovná veda, spoločensko-humanitná veda, humanistika, spoločenská veda) sa zaoberajú skúmaním oblastí ako právo, etika, filozofia, jazykoveda, religionistika, sociológia, pedagogika a iné. V zahraničných publikáciách sú označované rôznymi termínmi. Vo vede a výskume v anglickej kultúre sa používajú prevažne výrazy humanities alebo social sciences, na území Francúzska ide o pojmy ako lettres a science humaines.

Patrí medzi základných 6 skupín odborov vedy a techniky. Centrálny informačný portál pre výskum, vývoj a inovácie ¹ uvádza podrobnejšie členenie humanitných vied na území Slovenskej republiky do nasledujúcich podskupín:

- historické vedy a archeológia,
- filologické vedy,
- filozofické vedy, etika a teologické vedy,
- vedy o kultúre a umení,
- ostatné odbory humanitných vied.

Humanitné vedy ako komplexný balíček rôznych disciplín ponúkajú pochopiť rôzne aspekty tohto sveta. Nachádzajú medzi nimi asociácie, podieľajú sa na formovaní kritického myslenia, poskytujú možné stratégie pri riešení úloh či problémov. Na základe ich flexibility a interdisciplinárnosti sú schopné vytvárať pomyselný most medzi ostatnými odbormi vied a techniky. Predstavujú aj dôležitú zložku spoločnosti v kontexte vzdelávania i kultúry.

Obrovský význam týchto vied sa podľa Emila Višňovského skrýva v predovšetkým: „v *hlbke a presvedčivosti reflexie, sebareflexie, analýzy a interpretácie spoločenských javov a trendov v ich súvislostiach, v pochopení problémov, v ktorých sa my ľudia sami zamotáваме. V „rozmotávaní“ týchto problémov, teda v koncipovaní ich strategických riešení alebo aj vízií. Takisto v tlmočení výsledkov našich výskumov koncepcií celej spoločnosti. Spoločenské a humanitné vedy by mali ľudom prinášať nádej, že budúcnosť existuje, a aj keď je otvorená a neznáma, odvíja sa v mnohom práve od toho, ako myslíme a konáme už dnes.*“²

Výskumy disciplín humanitných vied vytvárajú a využívajú zdroje rôzneho typu, respektíve pôvodu. Hovoríme o písomných, obrazových, zvukových, audiovizuálnych, trojrozmerných a napokon elektronických zdrojoch, ktoré predstavujú napríklad knihy, rukopisy, archíválie, obrazy, sochy, mapy, zvukové záznamy a pod. Reprezentujú bohatstvo humanitných vied vyprodukované vedeckými, výskumnými alebo umeleckými činnosťami. Ich cieľom je spolupodieľať sa na hodnotách kultúrneho dedičstva a pamäti každého národa.³

1 Splynutie digitalizácie a humanitných vied

Digitálne humanitné vedy (DHV) vytvárajú prienik medzi oblasťami informačno-komunikačných alebo digitálnych technológií a humanitnými odbormi. Kooperácia týchto „dvoch svetov“ spočíva vo využívaní systematického využívania digitálnych zdrojov v humanitných vedách, ich efektívna analýza pri pokuse uplatniť ich do praxe.⁴ Zavádzanie digitálnych nástrojov a metód do štúdia

¹ *Humanitné vedy*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/bkqI>>.

² KOVÁČOVÁ, K.: *Podpredseda SAV Višňovský: Humanitné vedy môžu pomôcť pochopiť zložitosť sveta*. Publikované dňa 20. 01. 2017. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/ywTW>>.

³ MAJEROVÁ, J.: Digitálne humanitné vedy. In *MKD revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve*, 2018, roč. 5, č. 2, [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/02_2018/02_2018_majerova.pdf>.

⁴ DRUCKER, J.: *Intro to digital humanities*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <http://dh101.humanities.ucla.edu/?page_id=13>.

humanitných vied prináša nový pohľad na distribúciu vedomostí, kde tlačené slovo už nie je hlavným médiom prenosu informácií.⁵ Informačno-komunikačné technológie (IKT) v kontexte digitálnych humanitných vied sú vnímané v piatich módoch. DHV ich chápu ako nástroj, objekt skúmania, médium, svojím spôsobom aj výskumné laboratórium a napokon miesto aktivít.⁶ Názov vznikol aj pre zastrešenie konkrétnych aktivít i štruktúr medzi humanitnými vedami a IKT.⁷

Proces digitalizácie sa stal základným stavebným prvkom pri realizácii výskumu v humanitných disciplínach. Obrovský význam nachádza predovšetkým v pamäťových inštitúciách ako knižnice, archívy, múzea a pod. Zahraničná prax poukazuje na dobré príklady toho, aké užitočné výsledky prinášajú prepojenia akademických knižníc priamo s ich výskumnými strediskami. Na podnet toho začali vzniknúť strediská špecializované priamo na digitálne humanitné vedy. Vytvárajú vhodné podmienky pre výskumných pracovníkov, ale zároveň ponúkajú študentom príležitosť priamo podieľať sa na riešení výskumných projektov, čo ich pripravuje pre profesionálnu prax.³

Podľa Majerovej³ by mali digitálne humanitné vedy slúžiť ako:

- platforma schopná tvoriť špecializované digitálne knižnice s plnohodnotným obsahom prepojeným na konkrétne oblasti humanitných vied,
- platforma, ktorá dokáže identifikovať obsah/objekt, kategorizovať ho a napokon sprístupniť,
- platforma, ktorá umožní vytvárať nové diela,
- príležitosť na vznik nových partnerstiev pri spolupráci na projektoch.

2 Kultúrne dedičstvo

Ďalšia veľmi podstatná oblasť, ktorú rozoberieme, je kultúrne dedičstvo (KD). Ide o dôležitú zložku samotnej podstaty našej katedry. Ústredným cieľom nasledovnej časti je zostaviť všeobecný prehľad o danej sfére, ktorý nám poskytne užitočný náhľad do problematiky a odkryje možné prepojenia.

Deklarácia NRSR z roku 2001 o ochrane KD definuje KD nasledovným spôsobom:

„Kultúrne dedičstvo Slovenskej republiky je nenahraditeľným bohatstvom štátu a jeho občanov, je dokladom vývoja spoločnosti, filozofie, náboženstva, vedy, techniky, umenia, dokumentom vzdelanostnej a kultúrnej úrovne slovenského národa, iných národov, národnostných menšín, etnických skupín a jednotlivcov, ktorí žijú alebo v minulosti žili na území Slovenska.“⁸

Existuje množstvo rôznych delení KD. Pre naše účely sme zvolili kategorizáciu od UNESCO, ktorá prehľadne poskytuje niekoľko hlavných kategórií KD:

- **Kultúrne dedičstvo:**

- **Hmotné kultúrne dedičstvo:**

- hnutelné kultúrne dedičstvo (obrazy, sochy, mince, rukopisy)
- nehnuteľné kultúrne dedičstvo (pamiatky, archeologické nálezy atď.)
- kultúrne dedičstvo pod vodou (vraky lodí, podvodné ruiny a mestá)

⁵ BURDICK, A. et al.: *Digital Humanities*. Cambridge : The MIT Press, 2012, s. 9.

⁶ SVENSSON, P.: *The landscape of digital humanities*. In *Digital Humanities Quarterly*, 2010, Vol. 4, No. 1, [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<http://digitalhumanities.org/dhq/vol/4/1/000080/000080.html>>.

⁷ SVENSSON, P.: *Humanities Computing as Digital Humanities*. In *Digital Humanities Quarterly*, 2009, Vol. 3, No. 3, [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<http://digitalhumanities.org/dhq/vol/3/3/000065/000065.html>>.

⁸ *Deklarácia Národnej rady Slovenskej republiky o ochrane kultúrneho dedičstva z 28. 2. 2001, uverejnená v zbierke zákonov SR pod číslom 91/2001*. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/oJZ0>>.

Nehmotné kultúrne dedičstvo:

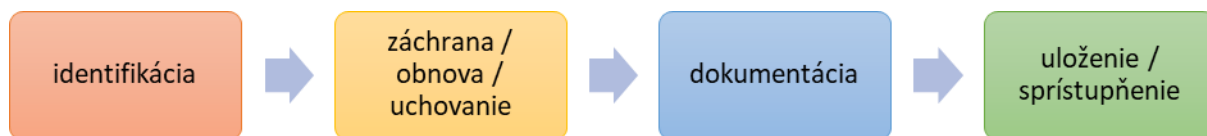
- ústne tradície, múzické umenie, rituály
- **Prírodné dedičstvo:** prírodné lokality s kultúrnymi aspektmi, ako sú kultúrne krajiny, fyzické, biologické alebo geologické útvary
- **Dedičstvo v prípade ozbrojeného konfliktu** ⁹

„Hnutelné súčasti KD sú uchovávané a prezentované v pamäťových inštitúciách ako sú múzeá, galérie, archívy a knižnice. Najvýznamnejšie hnutelné pamiatky sú vyhlásené za hnutelné národné kultúrne pamiatky. Nehnutelnú časť kultúrneho dedičstva predstavuje pamiatkový fond. Tvoria ho národné kultúrne pamiatky (hrady, zámky, kaštiele, sakrálne stavby, meštianske domy, pamiatky ľudového staviteľstva, technické pamiatky).“¹⁰

K nehmotným veciam podľa Deklarácie NRSR patria aj „importované diela a myšlienky, ktoré našli na Slovensku miesto a uplatnenie.“⁷

Avšak tieto záležitosti môžeme logicky zaradiť aj do kategórie nehmotného dedičstva. „K nehmotnému dedičstvu patrí napríklad tanec, hudba, zvyky, tradície, remeslá, jazyky či iné nehmotné prejavy tradičnej ľudovej kultúry. Väčšina nehmotných pamiatok je sústredená v pamiatkových rezerváciách a pamiatkových zónach. Časť kultúrneho dedičstva je sústredená v múzeách v prírode.“¹¹

KD však nie je iba súborom kultúrnych predmetov alebo tradícií z minulosti. Je to tiež výsledok procesu výberu, ktorý charakterizuje každú ľudskú spoločnosť. Boli sme, sme a aj budeme neustále zapojení do procesu rozhodovania - čo je hodné zachovania pre budúce generácie a čo nie z kultúrnych ale aj politických dôvodov. Ide o proces uchovávanía alebo upadania do zabudnutia.¹²



Obrázok č. 1 - Priebek potrebných krokov a činností súvisiacich s kultúrnym dedičstvom.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Ochrana a starostlivosť o pamiatky je všeobecnou snahou chrániť pamiatky pre ich hodnoty. Kľúčovou snahou procesov pamiatkovej starostlivosti je zachovanie autenticity pamiatok. Prostriedky starostlivosti sú nielen neintervenčné (preventívne), ale aj intervenčné. Patrí medzi ne konzervácia, reštaurátorstvo či rekonštrukcia. Avšak pretože ide o všeobecnú spoločenskú snahu, s pamiatkovou starostlivosťou súvisí aj šírenie odbornej a obecnej osvety v pamiatkach.¹³

Pri záchrane KD ide často o súperenie s časom alebo nedostatkom financií. V dnešnej dobe je preto veľmi dôležitým krokom dokumentácia formou digitalizácie kultúrneho dedičstva, nakoľko tak môžeme zabezpečiť uchovanie určitej podoby, aj keby už nebolo možné pôvodnú pamiatku zachrániť. Digitalizácia kultúrneho dedičstva nesie i ekvivalent pridanej hodnoty. Vďaka nej môžeme totižto svetu sprístupniť veľké množstvo dát ku ktorým by väčšina ľudí nemala vôbec dosah. Sprístupnenie značného objemu zdigitalizovaného materiálu miliardám ľudí je možné v relatívne krátkom čase skrz internetový priestor. Avšak priebek digitalizácie je náročný na čas a rovnako aj na finančné zdroje. Ľudstvo si našťastie túto nevyhnutnosť uvedomuje a snaží sa

⁹ What is meant by "cultural heritage"? [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/dlR9>>.

¹⁰ KAČÍREK, E.: *Kultúrne dedičstvo Slovenska*. Bratislava : Muzeológia a kultúrne dedičstvo, o. z., 2016, s. 4.

¹¹ Tamtiež, s. 110.

¹² FRANCHI, E.: *What is Cultural Heritage?* [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/gAKX>>.

¹³ HORÁK, P., NEJEDLÝ, V.: *Základní pojmy v péči o kulturní dědictví*. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2013, s. 13.

digitalizovať čoraz väčšmi. Existuje množstvo projektov digitalizácie v pamäťových a fondových inštitúciách nielen Slovenskej republiky, ale aj celého sveta.

V roku 2019 sa na festivale IXPO konala prezentácia expozície 12 národných projektov, ktoré vznikli v rámci: „*Operačného programu Informatizácie spoločnosti - Prioritná os 2 - Rozvoj pamäťových a fondových inštitúcií a obnova ich národnej infraštruktúry*“. K projektom digitalizácie kultúrneho dedičstva s využitím nenávratného finančného príspevku sa pristúpilo v roku 2012: „*Projekty OPIS PO2 umožnili vybudovať na Slovensku v oblasti kultúry kompletnú infraštruktúru. Vybudovali sa digitalizačné pracoviská vo viacerých inštitúciách, ktoré zaisťujú pokračovanie digitalizácie aj po skončení projektov. Vznikli dátové úložiská, v ktorých sú zdigitalizované objekty kultúrneho dedičstva bezpečne uložené.*“ Pribeh realizácie projektov OPIS PO2 je plánovaný do roku 2021.¹⁴

Veľmi pekný a úspešný príklad projektu digitalizácie a informatizácie je Slovakiana – kultúrne dedičstvo Slovenska, ktorá vznikla práve vďaka OPIS PO2.¹⁵ Celosvetovo známy príklad projektu podobného druhu je Google Arts & Culture, ktorý založil v roku 2011 Google Cultural Institute iniciatívu kooperáciou 17 medzinárodných múzeí.¹⁶

3 Kreatívny priemysel

Kreativita a inovácie spadajú do jednej agendy pod názvom kreatívny a kultúrny priemysel, ktorú Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky vedie od roku 2011. Obidve zložky zohrávajú veľmi dôležitú úlohu v rámci Slovenska pri rozvoji a inovovaní oblasti ako kultúra či tvorivosť, zasahujúce aj do iných odvetví hospodárstva.

Ministerstvo kultúry SR na svojej webovej stránke rozlišuje kreatívny a kultúrny sektor podľa Európskej komisie vychádzajúcej zo štúdie Ekonomika kultúry z roku 2006 (KEA). Do kultúrneho sektora môžeme radiť napríklad tradičné umenie (výtvarné a divadelné umenie, kultúrne dedičstvo a samotný kultúrny priemysel (film, audiovizia, televízne a rozhlasové vysielanie, počítačové hry, hudba, vydavateľská činnosť). Kreatívny sektor v sebe zahŕňa kreatívny priemysel (dizajn, architektúra a reklama) a príbuzné oblasti ako je vývoj softvéru.¹⁷

Kreatívny a kultúrny priemysel sú dve separátne oblasti, ktoré zastrešujú ich špecifické priradené zložky. Pričom medzi sebou vytvárajú pomyselný most na základe čoho dochádza ku kooperáciám medzi umením, kultúrou, podnikaním a samotnými technológiami.

Podľa Martina Reguliho z Nadácie F. A. Hayeka, nejde o priemysel v klasickom slova zmysle. Viacero kreatívnych ľudí nemá primárny záujem podnikat' a vytvárať nové pracovné miesta. To by malo byť záujmom každej krajiny zmeniť a využiť to smerom k podnikateľským aktivitám. Moderátorka v diskusnom bloku Biznis televízie TA3, Daniela Piršelová, poukázala na prieskum odborníkov v danej oblasti (kreatívne mestá vo vnímaní Richarda Floridu). Výsledkom bolo zistenie, že prestíž, moc a peniaze sa viac orientujú do duševného vlastníctva. Určitý prieskum mierený na západ dokazuje schopnosť kreatívnych ľudí meniť prostredníctvom inovatívnych nápadov (projektov) mesto alebo región, v ktorom žijú, na atraktívnu lokalitu. Na základe toho sa

¹⁴ Otvorenie virtuálnej expozície... [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/guEV>>.

¹⁵ Slovakiana. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://www.slovakiana.sk/>>.

¹⁶ Google arts & Culture. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://artsandculture.google.com/>>.

¹⁷ FRANKOVÁ, M.: *Kultúrny a kreatívny priemysel*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/czM6>>.

mesto, respektíve región stávajú konkurencieschopnými voči iným a prilákať tým potenciálnych nových obyvateľov, alebo dokonca v rámci cestovného ruchu aj turistov.¹⁸

Problematiku kreatívnych miest analyzujú mnohí autori. K najväčšej autorite v tejto oblasti patrí americký ekonóm Richard Florida. Vo svojej knihe *The Rise of The Creative Class* z roku 2002 predstavil koncept kreatívnej triedy (talentované osoby), kde sa zameriava na meranie príslušných atribútov k tvorbe kreatívnych miest. Florida ich v publikáciách nazýva 3T: technológie, talent a tolerancia. Definované premenné neslúžia na tvorbu kreativity alebo kreatívnych miest. Ich hlavná úloha spočíva predovšetkým na vyjadrenie predpokladaných faktorov prítlačivosťou s cieľom prilákať práve kreatívnu triedu ľudí.¹⁹

Na základe výskumu Richarda Floridu môžeme tvrdiť, že kreatívny priemysel využíva place marketing (marketing miesta) a place branding (značka miesta) ako svoje nástroje na dosiahnutie vytýčených cieľov atraktívniť určitú lokalitu (mesto, región, krajina). Príprava plánu a návrhu stratégie pre budovanie kreatívnych miest za pomoci kreatívnej triedy.

Richard Florida²⁰ spája koncept kreatívnej triedy s rastom miest, predovšetkým po ekonomickej stránke. Mestá založené na tolerantnosti, otvorenosti inovatívnym nápadom a bohatom kultúrnom živote majú obrovský potenciál pritiahnuť práve spomínanú kreatívnu triedu ľudí. Takéto lokality sú „zlatou baňou“ pre mnohé spoločnosti.

V oficiálnom dokumente Ministerstva kultúry, médií a športu Spojeného kráľovstva znie vymedzenie termínu kreatívny priemysel nasledovným spôsobom: „*Tie odvetvia, ktoré majú svoj pôvod v individuálnej tvorivosti, zručnostiach a talentoch a ktoré majú potenciál pre bohatstvo a tvorbu pracovných miest prostredníctvom generovania a využívania duševného vlastníctvo.*“²¹

Jednoduchšie chápanie významu poňali Švédi. Kreatívny priemysel definujú ako sektor, ktorý zahŕňa všetko od filmového priemyslu, skrz divadelné, hudobné až výtvarné umenie. Ďalej do tejto agendy zahŕňajú všetky aktivity spoločenského významu, napr. kultúrno-spoločenské centrá. Vo Švédsku sem radia aj samotný potravinový priemysel s prepojením na gastronómiu, branding a napokon turizmus. Na základe vyššie uvedených príkladov môžeme uviesť, že ide o prepojenie medzi tradičnými odvetvami priemyslu s umením a kreativitou.²²

4 Marketingový produkt ako výsledok prieniku troch oblastí

Český historik a slovakista, doc. PhDr. Michal Stehlík, PhD., v otázke, či môžu humanitné vedy vytvárať nejaký produkt, ktorý by bol obchodovateľný a prispieval tak k hospodárskemu rastu, jednoznačne vyjadril svoj nesúhlas. Podľa jeho tvrdení ide o nebezpečné približovanie sa k pojmu, akým je kreatívny priemysel. Ako sám ďalej uvádza, humanitné vedy sú ťažko kvantifikovateľná kvalita, ich hlavná úloha spočíva v určovaní medziľudských vzťahov, pomáha nachádzať identitu, nastavujú spoločnosť ako takú, predovšetkým prinášajú nové poznatky v sociálnej, náboženskej,

¹⁸ REGULI, M., PIRŠELOVÁ, D.: *Kreatívny priemysel (diskusia)*. Vysielané dňa 11. 11. 2015. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/tIK4>>.

¹⁹ WINKLER, T.: Úvod do konceptu kreatívnych miest s dôrazom na teóriu Richarda Floridu. In *Slovenský národopis*, 2017, roč. 65, č. 3, s. 312.

²⁰ FLORIDA, R.: *Cities and the Creative Class*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/yIZX>>.

²¹ *Creative Industries Economic Estimates of Departmer for culture, Media & Sport from January 2016*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/twHQ>>.

²² *Kreatívny priemysel - ako na to?* [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/ckZ4>>.

národnej a národnostnej oblasti.²³ Podľa nášho názoru nie je správne popierať, že humanitné vedy by mohli v rámci kreatívneho priemyslu poskytnúť určitý „produkt“. Na základe kooperácií zložiek, vedecko-výskumným činností je možné nielen prinášať nové teoretické poznatky, ale aj „produkty“ v podobe projektov a predovšetkým ich výstupov. Tie môžu byť výsledkom aj samotnej inštitúcie, v tomto prípade Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva (KMKD) slúžiace na jej propagáciu a prospešnú využiteľnosť v praxi.

Nielen činností ako také, ale aj predmety študijného programu sú postavené a vedené takým spôsobom, aby vychovávali ďalšiu generáciu odborníkov schopných analyzovať, vytvárať a spolu participovať na ďalších projektoch vychádzajúcich zo základných znalostí súvisiacich s humanitnými vedami v kombinácii s kultúrnym dedičstvom, kreatívnym priemyslom a napokon digitálnymi humanitnými vedami. Vytvára to unikátnu možnosť prispôbovať sa rýchlo rozvíjajúcej sa dobe a pripraviť kvalifikovanú osobu s flexibilnými schopnosťami.

Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva nie je len jedným z odborov na Fakulte humanitných vied Žilinskej univerzity v Žiline, ktorý prináša iba teoretické znalosti z tejto oblasti, snaží sa vďaka svojej flexibilitate nahromadené poznatky pretransformovať do praktickej a využiteľnej podoby.

V konferenčnom príspevku si ďalej uvedieme niekoľko zaujímavých oblastí, respektíve si predstavíme konkrétne príklady projektov vedené pod touto katedrou, ktoré v sebe zahŕňajú vyššie spomenuté okruhy a vďaka ich prieniku mohli vzniknúť projekty slúžiace ako „marketingové produkty“ pri prezentovaní katedry na rôznych veľtrhoch vysokých škôl.

4.1 Intelektuálne dedičstvo a vedecká komunikácia 1500-1800 so slovenskými vzťahmi ako súčasť európskej histórie a identity

Projekt vedený pod agentúrou APVV sa zameriava predovšetkým na historické vedy a zároveň využíva poznatky z oblasti knižnično-informačnej vedy. Hlavným výstupom sú inovatívne (digitálne) spôsoby spracovania vedeckej komunikácie a intelektuálneho dedičstva odbornej komunity s možnosťou ich sprístupnenia širokej verejnosti vo forme atraktívnych prezentácií dokumentov. Ide o zber a analýzu materiálovej dokumentácie (konkrétne vedecká korešpondencia) medzi našimi vzdelancami v rokoch 1500-1800 s prepojením na našu vedu, politickú scénu, hospodárstvo či vzdelanie.²⁴

V októbri 2019 na konferencii Kultúrne dedičstvo v 21. storočí bližšie porozprávali o projekte doktorka Eva Augustínová (prodekanka pre vzdelávanie a marketing na FHV UNIZA; vedúca Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva) a doktor Matúš Formanek (prodekan pre kvalitu a rozvoj na FHV UNIZA). Primárny cieľ spočíva vo vybudovaní komunikačnej siete osobností z radov slovenských vzdelancov na základe ich listovej komunikácie s výsledkom zobrazit' ich osobné, odborné a vedecké vzťahy. Nahromadené dáta tohto projektu slúžia nielen na využitie ich v slovenskej dimenzii, ale aj tej celoeurópskej. Ako doktorka Augustínová spomenula, projekt sa nesústreďuje len na tradičný charakter výskumu, jeho súčasťou je aj interdisciplinárne poňatie v novších formách. Originálnosť projektu spočíva v unikátnom získaní poznatkov a dokladov o metódach a formách vedeckej komunikácie v novoveku vo vzťahu ku vzdelancom „našej“ proveniencie.

²³ *Význam humanitných vied sa nedá vtesnať do ekonomických parametrov.* [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/pzQ9>>.

²⁴ *Intelektuálne dedičstvo a vedecká komunikácia 1500-1800 so slovenskými vzťahmi ako súčasť európskej histórie a identity (INDED).* [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/ptP0>>.

„Projekt prispeje k poznaniu vedeckých a kultúrnych transferov a overí hypotézu o integrovaní vzdelaneckej komunity na území dnešného Slovenska do širších vzdelaneckých sietí. Overí aj formy ich udržiavania a rozvíjania (korešpondencia, peregrinácia, knižný obchod...) a bude registrovať a uchovávať doklady o týchto procesoch. Prispeje k poznaniu intelektuálnej komunikácie a transferov v národnej aj medzinárodnej rovine, keďže reflektovanie vzdelaneckých aktivít v skúmanom období stále podlieha stereotypným interpretáciám (nerozvinutosť infraštruktúr komunikácie, absencia vedeckých centier a pod.), ktoré sa pri hlbšom skúmaní (pozri biografie niektorých osobností daného obdobia, vydaná korešpondencia a pod.) ukazujú ako neopodstatnené. Publikovanie výsledkov prispeje k etablovaní poznatkov slovenských humanitných disciplín v tomto výskumnom rámci.“²⁵

Zobierané poznatky bolo potrebné patričným spôsobom spracovať do vhodnej vizuálnej podoby, ktoré by boli schopné konečnému používateľovi čo najpresnejšie interpretovať vzťahy medzi našimi vzdelancami. Doktor Formanek účastníkom konferencie predviedol technické zákulisie databáz spojené s projektom. Na konkrétnom príklade presne popísal základnú architektúru celého systému, priblížil akým spôsobom sú tieto databázy naplnené a konvertované do vhodnej prezentačnej formy.

Mnohé záznamy v odbornej literatúre poukazujú na to, že vzdelanci žijúci v tomto období „pestovali“ bohatú korešpondenciu. Pomocou praktického výskumu bolo možné na základe zozbieraných dát docieľiť vizuálne zobrazenie spomínaných výsledkov. Vizualizácia pomáha prinášať bližší a detailnejší pohľad na komunitu vo vedeckej sfére a zároveň umožňuje sledovať a zachytávať kvalitatívne ukazovatele.²⁶

4.2 Výskum katalógov historických knižníc ako fenoménu kultúrneho dedičstva Slovenska a Slovákov

Projekt registrovaný pod agentúrou VEGA sa zameriava na získanie informácií a materiálov týkajúce sa dokumentov katalógov historických knižníc na Slovensku od 13. storočia až po rok 1918, pričom na základe výskumu bolo nutné hranicu skúmania dejín knižníc posunúť až na začiatok 12. storočia.²⁷ Bohatú súčasť kultúrneho dedičstva na Slovensku tvoria najmä historické knižnice. Tie tvoria základný kameň poznatkov o intelektuálnej, kultúrnej, výchovno-vzdelávacej a spoločenskej úrovni našej krajiny, nášho národa. Výskum na tomto projekte poukazuje práve na predošlé fakty, ako aj poukazuje na obrovský vklad, respektíve prínos do európskeho kultúrneho dedičstva.

Projekt²⁶ už teraz ponúka sumár najvýznamnejších výsledkov, ktoré dosiahol v rámci výskumu:

1. Objavenie rukopisu k dejinám knižníc pracovne nazývaného Katalógy historických knižníc
2. Databáza Katalógy historických knižníc
3. Bibliografia k dejinám knižníc na Slovensku
4. Vedecká kolektívna monografia Historické knižnice na Slovensku do roku 1918
5. Odborné a vedecké štúdie k dejinám knižníc na Slovensku
6. Podnietenie výskumu a rekonštrukcia historickej knižnice (Spolok Živena)

²⁵ AUGUSTÍNOVÁ, E., FORMANEK, M.: *Výskumné projekty realizované v oblasti kultúrneho dedičstva v prostredí Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva*. Príspevok prezentovaný na interdisciplinárnej konferencii Kultúrne dedičstvo v 21. storočí. Žilina, 23. 11. 2019.

²⁶ FORMANEK, M., KAJANOVÁ, M.: *Vizualizácia vedeckej komunikácie pomocou open source softvéru na analýzu grafov a sietí*. In *Vedecká komunikácia 1500 – 1800 II : Zborník príspevkov z vedeckej konferencie*, Žilina : Žilinská univerzita, 2019.

²⁷ *O katalógu historických knižníc*. [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/kEN7>>.

Podľa riešiteľov projektu nie sú tieto výsledky v konečnej fáze. Očakávajú v rámci svojej vedecko-výskumnej časti na Fakulte humanitných vied Žilinskej univerzity v Žiline, že bude dochádzať k ich aktualizácii.

Veľký význam projektu sa pripisuje jeho schopnosti uchovania, interpretácie a využívania nahromadeného písomného kultúrneho dedičstva v pamäťových inštitúciách na Slovensku. Bolo možné vytvoriť archív, ktorý bude mať v sebe zakomponované najdôležitejšie informačné dokumenty zamerané na dejiny knižníc na Slovensku.

„Na základe pramenného výskumu sa podarilo zdokumentovať 4574 knižníc (resp. informácií o ich katalógoch), ktoré pôsobili na území Slovenska od začiatku 12. storočia do roku 1918, z toho 2376 s potvrdením existencie katalógu historickej knižnice s uvedením popisu dokumentu – katalógu, miesto jeho súčasného uloženia, počtu evidovaných titulov, literatúre, ktorá sa doposiaľ venovala katalógom alebo knižnici, u ostatných (2198) s uvedením základných informácií o knižnici, možnej existencii katalógu a sekundárnymi informáciami, ktoré v rámci ďalších výskumov i interaktívnej spolupráce s odborníkmi i laikmi bude sprostredkované cez otvorenú informačnú databázu verejne dostupnú v internetovom priestore.“²⁸

4.3 Podpora prostriedkov virtuálnej reality v procese prezentácie KD

Ďalším z projektov katedry je *„Podpora prostriedkov virtuálnej reality v procese prezentácie kultúrneho dedičstva. Vznikol v roku 2019 na základe internej grantovej výzvy vedenia Žilinskej univerzity v Žiline určenej primárne pre začínajúcich vedekopedagogických zamestnancov.“²⁹* Bol taktiež prezentovaný v októbri 2019 na konferencii Kultúrne dedičstvo v 21. storočí. Projekt bol zameraný na digitalizáciu vybraných predmetov kultúrneho dedičstva, ich prezentáciu a výskum aplikovaný na procesy moderného vzdelávania. Projekt mal za úmysel poukázať na fakt, že rozšírená a virtuálna realita nie sú využiteľné iba skrz herný priemysel, ale eventuálne by sa dali aplikovať aj na vzdelávací proces.²⁹ Čiže v tomto bode môžeme vidieť paralelu plnohodnotného prieniku všetkých spomínaných oblastí.

Riešitelia projektu digitalizovali objekty metódou 3D modelovania a vytvorené modely umiestnili do virtuálneho prostredia softvéru UNITY (používa sa aj na vývoj 3D PC hier).³⁰ Hlavným cieľom projektu bolo *dokázať porovnať schopnosť študentov pri zapamätaní si informácií o vybraných objektoch kultúrneho dedičstva.*²⁹ Porovnávali tradičnú formu prezentácie s prezentáciou vo virtuálnej realite.³¹ Praktický výskum pozostával z testovania študentov a bol zameraný na overenie kvality/úrovne zapamätaných informácií o prezentovaných predmetoch. Študenti boli náhodne rozdelení do 2 skupín bez toho aby poznali podrobnosti. Jedna skupina bola vystavená tradičnej forme prehliadky a druhá prezentácii vo virtuálnej realite. Následne všetci vyplnili dotazník.³² Zo záveru však vyplynula vopred nepravdepodobná hypotéza. Štatisticky bola skupina s VR o 11,26% horšia v zapamätaní si informácií ako skupina s tradičnou formou.³³ Autori projektu si výsledok

²⁸ AUGUSTÍNOVÁ, E.: Výsledky výskumného projektu Výskum katalógov historických knižníc ako fenoménu kultúrneho dedičstva Slovenska a Slovákov. In *MKD revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve*, 2017, roč. 4, č. 1, [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/emru>>.

²⁹ FILIP, V., FORMANEK, M., HNAT, A.: Návrh riešenia komparácie moderného a tradičného spôsobu prezentácie vybraných objektov kultúrneho dedičstva. In *Ikaros*, 2019, roč. 23, č. 3, [online]. [2020-04-09]. Dostupné na: <<http://ikaros.cz/node/18979>>.

³⁰ FORMANEK, M., FILIP, V., HNAT, A.: *Komparácia moderného a tradičného spôsobu percepcie informácií o vybraných objektoch kultúrneho dedičstva*. [Elektronický dokument]. Žilina : Žilinská univerzita v Žiline, 2019. s. 20.

³¹ Tamtiež, s. 12.

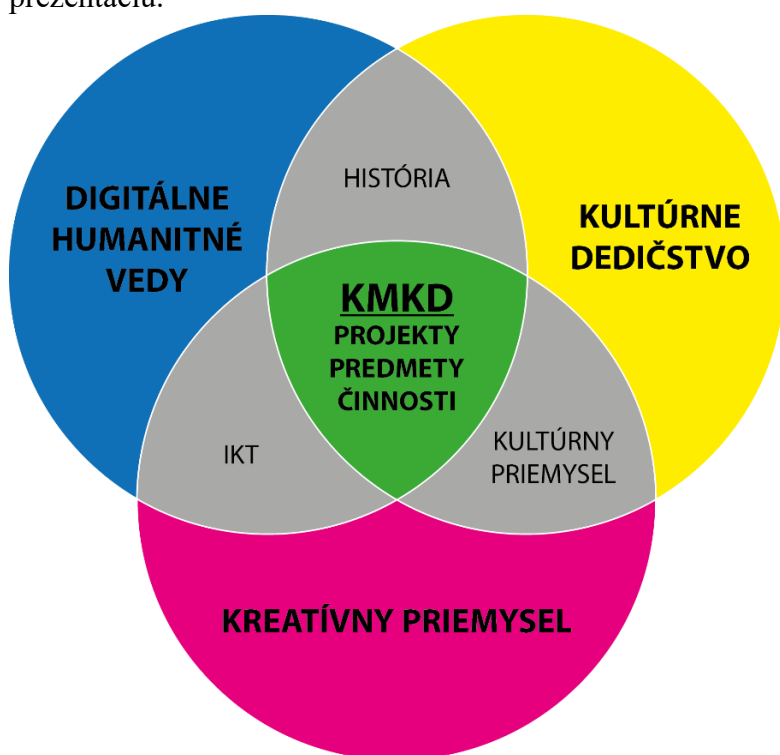
³² Tamtiež, s. 16.

³³ Tamtiež, s. 30.

spájajú s „, tzv. wow efektom, kedy sa používateľ sústreďí viac na technológiu, efekty a možnosti interakcie s ňou spojené, než na samotný objekt, ktorý sa mu prezentuje. Odhadujú, že keď sa VR stane bežne používanou technológiou, dôjde k minimalizácii wow efektu.“³⁴ Napriek vstupným investíciám podľa nich VR prináša viac pozitív ako negatív, nakoľko sa zefektívňuje prezentácia objektov KD, a zabezpečuje sa ochrana originálov, úspora času a nákladov z cestovania.³⁵

Záver

Z nášho príspevku vyplýva, že primárna podstata Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva tvorí prirodzené prieniky medzi digitálnymi humanitnými vedami, kultúrnym dedičstvom a napokon aj kreatívnym priemyslom. Ide o moderný dynamický odbor, ktorý sa neustále vyvíja a plynie s dobou. Najlepšie môžeme tieto atribúty vidieť na príkladoch projektov KMKD. Okrem toho sa vďaka projektom a iným činnostiam KMKD pozitívne zviditeľňuje, prezentuje spoločnosti a propaguje svoje myšlienky. Prienik oblastí, ktoré spájajú možnosti našej katedry je pre nás obrovskou výhodou, nakoľko sa vyznáme vo viacerých problematikách naraz a nepotrebujeme externých riešiteľov. Vieme zastat' všetky potrebné zložky - od nápadu cez realizáciu až po samotnú prezentáciu.



Obrázok č. 2 - Prienik digitálnych humanitných vied, kultúrneho dedičstva a kreatívneho priemyslu.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

KMKD tvorí už v podstate od svojho počiatku prienik s dotýčnými oblasťami. Prienik je zakotvený v smeroch, ktoré sa dajú u nás študovať a v kombinácii predmetov v študijných plánoch katedry. Bakalárske štúdium u nás zabezpečuje 3 smery: technicko-informačný smer, kultúrne dedičstvo a mediálno-manažérske smer. Tieto smery sú so sebou neoddeliteľne prepojené a navzájom sa

³⁴ FORMANEK, M., FILIP, V., HNAT, A.: *Komparácia moderného a tradičného spôsobu percepcie informácií o vybraných objektoch kultúrneho dedičstva*. [Elektronický dokument]. Žilina : Žilinská univerzita v Žiline, 2019. s. 33.

³⁵ Tamtiež, s. 34.

dopĺňajú, pričom sa venujeme všetkým oblastiam naraz a dokážeme neustále produkovať interdisciplinárne výsledky. Vďaka našim kreatívnym schopnostiam a zručnostiam sa dokážeme taktiež úspešne propagovať. Vieme vytvoriť „marketingový produkt“, ktorý je základom k zvýšeniu konkurencieschopnosti v rámci danej oblasti a tým môžeme získať unikátnu výhodu oproti iným študijným programom v odbore mediálne a komunikačné štúdiá.

Literatúra a zdroje:

AUGUSTÍNOVÁ, E.: Výsledky výskumného projektu Výskum katalógov historických knižníc ako fenoménu kultúrneho dedičstva Slovenska a Slovákov. In *MKD revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve*, 2017, roč. 4, č. 1, ISSN 1339-777X. [online]. [2020-04-07]. Dostupné na <https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/01_2017/01_2017_augustinova.pdf>.

AUGUSTÍNOVÁ, E., FORMANEK, M.: *Výskumné projekty realizované v oblasti kultúrneho dedičstva v prostredí Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva*. Príspevok prezentovaný na interdisciplinárnej konferencii Kultúrne dedičstvo v 21. storočí. Žilina, 23. 11. 2019.

BURDICK, A. et al.: *Digital Humanities*. Cambridge : The MIT Press, 2012.

Creative Industries Economic Estimates of Department for culture, Media & Sport from January 2016. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/twHQ>>.

Deklarácia Národnej rady Slovenskej republiky o ochrane kultúrneho dedičstva z 28. 2. 2001, uverejnená v zbierke zákonov SR pod číslom 91/2001. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/oJZ0>>.

DRUCKER, J.: *Intro to digital humanities*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <http://dh101.humanities.ucla.edu/?page_id=13>.

FILIP, V., FORMANEK, M., HNAT, A.: Návrh riešenia komparácie moderného a tradičného spôsobu prezentácie vybraných objektov kultúrneho dedičstva. In *Ikaros*, 2019, roč. 23, č. 3, ISSN 1212-5075. [online]. [2020-04-09]. Dostupné na <<http://ikaros.cz/node/18979>>.

FLORIDA, R.: *Cities and the Creative Class*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/yIZX>>.

FORMANEK, M., FILIP, V., HNAT, A.: *Komparácia moderného a tradičného spôsobu percepcie informácií o vybraných objektoch kultúrneho dedičstva*. [Elektronický dokument]. Žilina : Žilinská univerzita v Žiline, 2019.

FORMANEK, M., KAJANOVÁ, M.: Vizualizácia vedeckej komunikácie pomocou open source softvéru na analýzu grafov a sietí. In *Vedecká komunikácia 1500 – 1800 II : Zborník príspevkov z vedeckej konferencie*, Žilina : Žilinská univerzita, 2019.

FRANCHI, E.: *What is Cultural Heritage?* [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/gAKX>>.

FRANKOVÁ, M.: *Kultúrny a kreatívny priemysel*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kreativny-priemysel-165.html>>.

Google arts & Culture. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://artsandculture.google.com/>>.

HORÁK, P., NEJEDLÝ, V.: *Základní pojmy v péči o kulturní dědictví*. Pardubice : Univerzita Pardubice, 2013.

Humanitné vedy. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/bkqI>>.

Intelektuálne dedičstvo a vedecká komunikácia 1500-1800 so slovenskými vzťahmi ako súčasť európskej histórie a identity (INDED). [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/ptP0>>.

KAČÍREK, Ľ.: *Kultúrne dedičstvo Slovenska*. Bratislava : Muzeológia a kultúrne dedičstvo, o. z., 2016.

KOVÁČOVÁ, K.: *Podpredseda SAV Višňovský: Humanitné vedy môžu pomôcť pochopiť zložitost sveta*. Publikované dňa 20. 01. 2017. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/ywTW>>.

Kreatívna ekonomika. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/lzD6>>.

Kreatívny priemysel - ako na to?. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://www.bratislavaregion.eu/sk/aktuality/74/kreativny-priemysel---ako-na-to>>.

Kreatívny priemysel na Slovensku. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://profil.kultury.sk/sk/kreativny-priemysel-na-slovensku/>>.

MAJEROVÁ, J.: Digitálne humanitné vedy. In *MKD revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve*, 2018, roč. 5, č. 2. ISSN 1339-777X. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na <https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/02_2018/02_2018_majerova.pdf>.

Otvorenie virtuálnej expozície. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/guEV>>.

O katalógu historických knižníc. [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <http://historickekniznice.uniza.sk:8080/o_katalogu_HK.pdf>.

PARRISH, D.: *Creative Industries definitions*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://www.davidparrish.com/creative-industries-definitions/>>.

REGULI, M., PIRŠELOVÁ, D.: *Kreatívny priemysel (diskusia)*. Vysielané dňa 11. 11. 2015. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/tIK4>>.

Slovakiana. [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://www.slovakiana.sk/>>.

SVENSSON, P.: Humanities Computing as Digital Humanities. In *Digital Humanities Quarterly*, 2009, Vol. 3, No. 3, ISSN 1938-4122. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<http://digitalhumanities.org/dhq/vol/3/3/000065/000065.html>>.

SVENSSON, P.: The landscape of digital humanities. In *Digital Humanities Quarterly*, 2010, Vol. 4, No. 1, ISSN 1938-4122. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<http://digitalhumanities.org/dhq/vol/4/1/000080/000080.html>>.

WINKLER, T.: Úvod do konceptu kreatívnych miest s dôrazom na teóriu Richarda Floridu. In *Slovenský národopis*, 2017, roč. 65, č. 3, s. 308-320. ISSN 1335-1303.

What is meant by "cultural heritage"? [online]. [2020-01-04]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/dlR9>>.

Význam humanitných vied sa nedá vtesnať do ekonomických parametrov. [online]. [2020-04-07]. Dostupné na: <<https://lnk.sk/pzQ9>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Dominika Orlová
Fakulta humanitných vied, Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Žilinská univerzita v Žiline
Univerzitná 8215/1
010 26 Žilina
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
dominika.orlova@fhv.uniza.sk

Mgr. Matej Somr
Fakulta humanitných vied, Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Žilinská univerzita v Žiline
Univerzitná 8215/1
010 26 Žilina
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
matej.somr@fhv.uniza.sk

VIZUÁLNA REFLEXIA OBDOBÍ PANDÉMIE PROSTREDNÍCTVOM MÉDIA FOTOGRAFIE

Visual reflection of the pandemic period through medium of photography

Kristián Pribila - Juliána Odziomková

Abstrakt

V príspevku sa venujeme teoretickému vymedzeniu žurnalistickej a reportážnej fotografie a ich jednotlivým podžánrom. Ďalej definujeme estetiku a jej základnú kategorizáciu. V druhej časti príspevku zobrazujeme žurnalistické a reportážne fotografie z čias svetových pandémieí, konkrétne Španielskej chrípky a COVID-19. Choroby, ktoré ovplyvnili celý svet, jedna presne pred sto rokmi, druhá dnes. I napriek obrovskému časovému skoku je na fotografiách jasný odkaz, a to že i napriek rozvoju spoločnosti ako činiteľa kultúrnych zmien, základná evolučná podstata spoločnosti je stále rovnaká, sú ňou v prvom rade biologické ľudské bytosti. Až na ďalších úrovniach možno hovoriť o kultúrnych, technologických, ekonomických, či iných vlastnostiach spoločnosti.

Kľúčové slová:

Estetika. Pandémia. Reportážna fotografia. Žurnalistická fotografia.

Abstract

The paper deals with the theoretical definition of journalistic and reportage photography and their individual sub-genres. Next we define aesthetics and its basic categorization. In the second part of the paper we show journalistic and reportage photos from the time of world pandemics, namely Spanish flu and COVID-19. Diseases that affected the whole world, one exactly one hundred years ago, the other today. Despite a huge time jump, there is a clear message in the photographs that, despite the development of society as an agent of cultural change, the fundamental evolutionary nature of society is still the same, primarily biological beings. It is only at other levels that we can talk about the cultural, technological, economic or other characteristics of society.

Key words:

Aesthetics. Journalistic photography. Pandemic. Reportage photography.

Úvod

Médium fotografie je od svojho vzniku najrozšírenejším vizuálnym záznamovým médiom. Okrem možnosti umeleckej sebareprezentácie vnímania reality ponúka v rámci žurnalistickej a reportážnej fotografie vytvorenie obrazov aktuálnej reality. A ako možno vidieť v druhej časti nášho príspevku, archivácia fotografických materiálov vytvára vizuálny obraz o minulosti a prítomnosti, pričom tu poukazujeme prostredníctvom reflexie a komparácie vzájomné paralely pandemickej situácie vtedy a dnes.

1 Žurnalistická fotografia

Fotografia v dnešnej spoločnosti zohráva dôležitú rolu predovšetkým ako komunikačné médium. Je špecifická tým, že je schopná upriamiť pozornosť na niektoré vlastnosti javu, zdôrazniť ich, upútať pozornosť a prehĺbovať informácie. Podľa Lofaja nemôže žiadny komunikačný prostriedok predstaviť realitu tak zblízka, ako práve fotografia. Je to predovšetkým reportáž a dokument, ktoré z fotografie robia najdôležitejší objav modernej doby. Fotoreportéri nás robia očitými svedkami udalostí, ktoré vo svete prebiehajú a núti nás premýšľať.¹

Žurnalistická fotografia je podľa Lábovej špecifická forma informácie, ktorá prostredníctvom odrazu objektívnej reality komunikuje príjemcovi správu o tejto realite, odpovedajúc na otázky: „Kde?“, „Kto?“ a „Čo?“.²

Druhy a žánre novinárskej fotografie

Fotografia je, podobne ako iné záznamové techniky, médium, ktoré môže mať dve základné funkcie – dokumentárnu a umeleckú (estetickú). Ich základnými charakteristickými znakmi je, že dokumentárna fotografia sa snaží čo najvernejšie zachytiť objektívnu realitu a umelecká fotografia zachytáva túto realitu subjektívnym pohľadom. V médiách sa vyskytujú fotografie všetkých druhov a žánrov. Mediálna fotografia je niečo úplne iné ako novinárska (žurnalistická) fotografia, resp. fotografia v novinách. Je jasné, že novinárska fotografia je najviac zastúpená v novinách, ale vyskytuje sa aj v televízii a predovšetkým v nových médiách, čiže na internete.³

Novinársku fotografiu rozdelíme na dva základné druhy:

- spravodajskú
- reportážnu

„Pre spravodajské žánre je typické chápanie fotografie ako neskreslenej reprodukcie skutočnosti, vizuálny popis oznamovaného faktu, kde ako limitujúci prvok vystupuje požiadavka na totožnosť zobrazenia so zobrazovaným. Ich podstatou je verná správa o skutočnosti, obrazové svedectvo.“⁴

Podľa Lofaja je spravodajská fotografia založená na akceptovaní skutočnosti, pričom jej dominantnými znakmi sú vecnosť, jasnosť a stručnosť zobrazenia pri dôslednom rešpektovaní reality. Cieľom spravodajskej fotografie je obrazovými prostriedkami oznámiť čerstvú informáciu, objektívne, výstižne a pohotovo zobraziť skutočnosť. Autor ďalej hovorí, že reportážna fotografia má iné ambície, pretože pre ňu samotnú fakt nie je cieľom, ale východiskom. Reportážna fotografia sa neuspokojuje s oznámením faktu, ale tento fakt skúma, hľadá jeho podstatu a zmysel, interpretuje ho. To znamená, že reportážna fotografia je menej závislá na aktuálnosti a pohotovosti, ale že sa na fakty pozerá viac analyticky, pričom sa dotýka aj tém dlhodobejšieho významu. Z formálneho hľadiska využíva aj niektoré postupy umeleckej fotografie, takže je viac autorská a sugestívnejšia.⁵

Tieto dva druhy novinárskej fotografie sa v praxi často prelínajú, čiže jeden druh preberá prvky toho druhého.

Oba druhy fotografie majú svoje žánre, ktoré sú sčasti analogické verbálnej žurnalistike, ale majú aj špecifické fotografické žánre.

¹ LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996, s. 55.

² LÁBOVÁ, A.: *Základy fotožurnalistiky II*. Praha : Státní pedagogické nakladatelství, 1990, s. 52.

³ Tamtiež, s. 54.

⁴ LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996, s. 59.

⁵ Tamtiež, s. 60-62.

Žánre novinárskej fotografie

Slovenská odborná literatúra rozlišuje nasledovné žánre novinárskej fotografie:

Spravodajské žánre

Spravodajské žánre novinárskej fotografie majú mnoho spoločných znakov so slovnou žurnalistikou. Má však menej žánrov a v porovnaní so slovným spravodajstvom je fotografické spravodajstvo značne obmedzené, pretože fotografia – vzhľadom na svoje výrazové možnosti – môže informovať iba o niektorých skutočnostiach.

Pri popise žánrov spravodajskej fotografie treba brať do úvahy aj skutočnosť, že fotografia môže vystupovať ako samostatná výpoveď, ale aj ako súčasť viacerých fotografií, resp. ako doplnok textovej správy.⁶

- **Fotografická správa**

V porovnaní so slovnou správou nedokáže fotografická správa odpovedať na základné otázky kto?, čo?, kedy?, kde?, ako? a prečo?. Väčšinou informuje iba o tom, čo sa stalo, niekedy, pochopiteľne vidieť aj aké to malo následky. Okrem toho je niekedy z fotografie zrejmá aj odpoveď na otázku kto?, najmä ak fotografická správa zachytáva známu osobnosť. Ale iba výnimočne môže fotografická správa vypovedať o tom, kedy a kde sa niečo stalo a už vôbec nie prečo sa to stalo. Preto fotografická správa prakticky nemôže existovať bez sprievodného textu, ktorý by mal byť komplementárny, čiže dopĺňať obrazovú informáciu, neopakovať z fotografie zrejmé skutočnosti, nehovoriac o tom, že by im nemal odporovať. Mal by to byť text stručný, presný a vecný.⁷

- **Agentúrna fotospráva – aktualita**

V súvislosti s týmto dosť problematickým žánrom Lofaj upozorňuje na jeho premeny v poslednom čase, ktoré spôsobili, že z prevažne oficiálnej a protokolárnej fotografie sa stáva živšia, na reakcie aktérov (najmä politikov) zameraná fotografia. V súčasnosti sa agentúrna aktualita v novinách vyskytuje pomerne zriedkavo.⁸

- **Fotoreferát (rozšírená obrazová správa)**

Rozšírenú obrazovú správa tvorí viacero fotografií, ktoré vo svojom celku ponúkajú čitateľom obsiahlejšiu informáciu o nejakej udalosti, pričom ju neanalyzujú, iba popisujú a zachovávajú chronologický postup. Aj v tomto prípade je text pod fotografiou síce nutný, ale aj tak je iba doplnkom.⁹

- **Ilustrovaná správa**

V tomto žánri spravodajskej fotografie sa vzťah medzi textom a obrazom mení, text sa stáva dôležitejším a fotografia ho dopĺňa – ilustruje, čím sa text stáva názornejším. Mnohé veci popisované v textoch si človek nedokáže presne predstaviť (napr. vzhľad budovy, dôsledky zemetrasenia a pod.) a fotografia mu v jeho nedostatočnej predstavivosti môže pomôcť. Fotografia v tomto prípade obohacuje text.¹⁰

- **Vecná ilustrácia**

⁶ LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996, s. 62.

⁷ Tamtiež, s. 62.

⁸ Tamtiež, s. 63.

⁹ Tamtiež, s. 64.

¹⁰ Tamtiež, s. 65.

Je to obyčajne fotografia, ktorá čitateľovi názorne približuje obsah alebo tému textového materiálu. Má mnoho spoločného s ilustrovanou správou, avšak nie je natoľko viazaná na aktuálnosť. Môže to byť snímka účastníka rozhovoru alebo predmetu, ktorý je úzko spätý s pojednávanou témou.¹¹

Reportážna fotografia

Zatiaľ čo spravodajské žánre sa v odbornej literatúre považujú za vykryštalizované, žánre reportážnej fotografie nie sú vraj natoľko jednoznačné, pretože reportážna fotografia prechádza dynamickým vývojom.

Podobne ako žánre spravodajskej fotografie, aj žánre reportážnej fotografie sú sčasti odvodené od slovných beletristických žánrov ako sú reportáž, fejtón alebo glosa. Spoločný majú prístup k skutočnosti a využívanie umeleckých prostriedkov, aj keď to robia odlišnými vyjadrovacími prostriedkami. Pochopiteľne, fotožurnalistika má aj svojské žánre, aké sa v slovnej žurnalistike nevyskytujú.¹²

- Reportážny portrét

Na rozdiel od aranžovaného portrétu, reportážny portrét je momentka, ktorá zachytáva aktéra v akcii, často bez toho, aby o tom vôbec vedel. Takýto portrét nemá za úlohu verne zobraziť tvár zobrazovaného, ale vystihnúť jeho charakteristické črty, prípadne aj duševné vlastnosti a stavy človeka, ktoré sa obyčajne prejavujú v jeho mimike. Reportážny portrét je jedným z najpoužívanejších žánrov novinárskej fotografie vôbec.¹³

- Titulná fotografia

Tzv. titulka je hlavná snímka na prvej strane časopisu, ktorá sa zvykne hodnotiť ako vizitka časopisu. Podľa Lofaja je úlohou tejto fotografie, u ktorej sa formálna a technická dokonalosť chápu ako samozrejmosť, ukázať buď nové fakty alebo priniesť nový pohľad na známe javy. Okrem toho má – a to sa v súčasnosti stáva jej prvoradým cieľom – zaujať čitateľa a naznačiť niečo o obsahu časopisu. Charakter titulnej fotografie by mal byť určovaný obsahovým zameraním časopisu, avšak táto zásada sa v poslednej dobe veľmi nedodržiava a na titulné stránky širokej škály populárnych (pre široké publikum) časopisov sa dostávajú takmer výlučne populárne osobnosti.¹⁴

- Fotoglosa

Fotoglosu zaraďuje Ján Lofaj k reportážnym. Základnými nástrojmi v glose (podobne ako v písanej) je nadsádzka, irónia alebo satira. Podstatou fotoglosy je postreh fotografa, ktorý často nepotrebuje žiaden sprievodný text. Fotoglosa často používa sériu snímok.¹⁵

- Fotoreportáž

Fotoreportáž Lofaj charakterizuje ako dokumentárno-výtvarnú výpoveď o aktuálnom spoločenskom jave, ktorá je myšlienkovým výrazným a kompozične uzavretým celkom, spravidla pozostávajúcím z niekoľkých snímok a stručného textu a ktorý vydáva osobné svedectvo autora o podstate, vzťahoch, súvislostiach či príčinách zobrazenej skutočnosti. Pritom dynamika a dej sú hlavnými prostriedkami na odhalenie podstaty zobrazenej skutočnosti alebo javu. Fotoreportáž je najvýznamnejším časopiseckým žánrom, skutočné fotoreportáže sa však v časopisoch vyskytujú zriedka a za reportáž sa vydávajú aj série fotografií. Fotoreportáž bola na vrchole v časoch rozkvetu obrázkových časopisov. Ich sláva však už dávnejšie pominula.¹⁶

¹¹ LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996, s. 66.

¹² Tamtiež, s. 68.

¹³ Tamtiež, s. 70.

¹⁴ Tamtiež, s. 71.

¹⁵ Tamtiež, s. 72-73.

¹⁶ Tamtiež, s. 75-76.

- **Fotofejtón**

Tento žáner novinárskej fotografie je ešte zriedkavejší ako fotoreportáž. Nielen u nás, pretože všade vo svete sa žurnalistika sústreďuje na fakty a vyhýba sa beletrizovaniu. Dalo by sa povedať, že fotofejtón má mnoho spoločného s fotoglosou, pretože aj tento žáner sa opiera o nadsádzku, humor a iróniu. Líši sa tým, že autor môže zasahovať do skutočnosti a manipulovať s objektom, že môže využívať aj štylistické prostriedky, zveličenie a deformáciu. Okrem toho, dôležitú funkciu v tomto žánri zohráva text, zatiaľ čo fotoglosa sa dokáže obísť aj bez textu. Textom sa do podoby fotofejtónu dajú poskladať aj fotografie, ktoré pôvodne nemuseli mať nič spoločného.¹⁷

2 Estetika a fotografia

Zuska hovorí, že predmetom estetiky je estetická situácia. Tvorí ju niekoľko základných zložiek, ktoré sa podľa neho môžu stávať hlavnými predmetmi estetického skúmania, a to bez toho, aby sa vytratilo zapojenie skúmaného čiastkového predmetu do situácie ako celku. Príkladom situácie, kedy je zosilnený len jeden z pólův estetickej situácie je známy výrok „proti gustu žiaden dišputát“. Celkovo môžeme v estetickej situácii rozlíšiť estetický objekt, teda to, čo esteticky vnímame a toho, kto esteticky vníma – má estetický zážitok. Dôležitou zložkou estetickej situácie je podľa Zusku aj „faktor genézy“, teda vzniku a pôvodu estetického objektu. Teda vo sfére umenia ide podľa neho o faktor autorstva. Základnú schému tvoriacu jadro estetického skúmania definuje ako: AUTOR – ESTETICKÝ OBJEKT – POZOROVATEĽ.¹⁸ Umelecké dielo môže fungovať podľa neho aj inak, než ako estetický objekt, napríklad ako vhodná investícia. Ak však má umelecké dielo fungovať ako umelecké dielo, musí byť estetickým objektom. Preto je podľa Zusku každé umelecké dielo estetickým objektom. O vzťahu medzi estetickým objektom a umeleckým dielom hovorí ako o logickej inklúzii.¹⁹ Fotografia sa úplne líši od všetkých ostatných umeleckých druhov. Nemôže totiž vzniknúť bez toho, že by sa pred kamerou neodohrávali skutočné udalosti a nestáli reálni ľudia. Preto médium fotografie je a zostane umením zobrazujúcim, predmetným či figuratívnym. Môžeme ju dokonca do istej miery považovať za nový druh obrazového písma, ktorým môže autor písať spravodajské oznámenie, súkromné vyznanie, vedecký výskum, ale aj básnicku myšlienku. V ktoromkoľvek z týchto odborov sa môže silnejšou alebo slabšou mierou uplatniť jej estetická funkcia. Fotografia preto môže byť buď konštatovaním skutočnosti alebo estetickým odrazom skutočnosti a stala sa postupne dokumentom ľudstva, jeho výpovedí a spovedí, kritikom a sudcom skutkov človeka, výrazom tvorivej ľudskej fantázie, obrazotvornosti.²⁰

Estetické kategórie vo fotografii

- krásne

Vo fotografii môžeme povedať, že ide o súlad obsahotvorných a formotvorných prvkův výsledného umeleckého obrazu, poskytujúceho umelecký a emocionálny zážitok. Dominantné zložky sa budú vždy líšiť v závislosti od jednotlivých žánerův fotografie (pri reportážnej fotografii obsahotvorné, atď.). Krása fotografie sa odráža v sile faktu, ktorá na nás pôsobí emocionálne, v zmysle poskytnutia estetického zážitku, prostredníctvom kompozičného riešenia a tvarového uchopenia námetu.

- vznešené

¹⁷ LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996, s. 77.

¹⁸ ZUSKA, V.: *Estetika*. Praha : TRITON, 2001, s. 20-21.

¹⁹ Tamtiež, s. 22.

²⁰ HREHOVÁ, D.: *Estetika a kultúra*. [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kultúra>.

Kategória súvisí predovšetkým s človekom. S veľkým hrdinským činom jednotlivca alebo skupiny, veľkosťou sebaobetovania a hlbokomyseľnosťou ducha a činu. Môže súvisieť, okrem krásna, aj s inými príbuznými estetickými kategóriami – s dramatickosťou, pátosom, dokonca s tragickosťou zachytávajúcou prežitú hrôzu a utrpenie. Najčastejšie ho vidieť v očiach človeka, vo výraze tváre, črte, v gestách či v mimike. Nie každé krásno je zároveň aj vznešené.²¹

- tragické

Médium fotografie má svoje špecifiká a vlastné umelecké prostriedky, vďaka ktorým dokáže vyjadriť tragické práve tak silno ako iné druhy umenia. Tragické vo výtvarných umeniach disponuje obmedzenejšími možnosťami vyjadrenia. Ohraničenými statickosťou prejavu, ktorý sa nemôže rozvíjať v čase. Vyjadriť tragické pomocou fotografie je o to náročnejšie, že fotograf čerpá z reálneho života a dej, ktorý zachytáva si nemôže vymyslieť, narežirovať ho, či ľubovoľne meniť.

- škaredé

O škaredom môžeme hovoriť ako o novej umeleckej kvalite. Ako sa hovorí „to čo dennodenne stretávame prestáva esteticky pôsobiť“, našu pozornosť vždy upúta niečo nové a to vtedy, keď ide o nový pohľad a nový aspekt či chápanie starých vecí. Hoci už fotografované predmety neslúžia svojmu účelu ako pôvodne, je tu možnosť ich znovuobjaviť, znovuzrodiť v umeleckých kreáciách podľa zámeru autora. Na zničených predmetoch dennej potreby totiž stále cítiť dotyk ľudskej ruky a práce, vyjadrujúci vzťah medzi človekom a neživým svetom.

- komické

Na rozdiel od iných druhov umenia sa táto kategória vo fotografii až tak nevyvinula. Vyskytuje sa skôr ako akési osvieženie a tématické obohatenie. Obrazové osvieženie sa totiž vo fotografii vyžaduje najmä z dôvodu uspokojenia túžieb publika. Médium fotografie je schopné vyjadriť komické práve tak, ako iné hodnoty, a navyše, už tým, že sa viaže na objektívnu fyzickú realitu, pôsobí veľmi presvedčivo a účinne.

- groteskné

V bežnom ponímaní sa často zamieňa s komickým, smiešnym či vtipným. Má však nádych kritiky ako akási karikatúra či grimasa skutočnosti.²²

3 Fotografické zobrazenie globálnej pandemickej situácie

V časoch, kedy pandémie koronavírusu rozširuje svoje chápadlá do každej trhliny v našej spoločnosti a naša planéta obnovuje svoj kolobeh bez nás, práve médium fotografie ukazuje a zároveň potvrdzuje kroniky histórie, viery a mytológie, že Zem a jej obyvatelia boli korisťami neviditeľných patogénov už mnohokrát.²³ Pre účely reflexie situácie a komparácie, využívame fotografie z obdobia pandémie španielskej chrípky, ktorá sa udiala pred presne storočím dozadu, a aktuálnej pandémie COVID-19, ktorej začiatky sa v súčasnosti datujú na druhú polovicu roka 2019.

²¹ HREHOVÁ, D.: *Estetika a kultúra*. [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kultura>.

²² Tamtiež.

²³ COWELL, A.: Photos From a Century of Epidemics. In: *New York Times*. [online]. [2020-04-12]. Dostupné na: <<https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>>.

Španielska chrípka

V modernej histórii bola zatiaľ bez pochyb najväčšou pandémiou práve Španielska chrípka, ktorá vypukla na konci Prvej svetovej vojny. Trvala od roku 1918 do roku 1919 a zobrala zo sebou viac obetí než práve nedávno skončená Prvá svetová vojna. Podľa odhadov, ktoré do dnešného dňa nevieme, či sú správne, na ňu zomrelo viac než 50 miliónov ľudí. A je to práve médium fotografie, vďaka ktorému môžeme hľadať paralely medzi životom počas pandémie pred storočím a dnes.

COVID-19

V modernej histórii sa začali opakovať pandémie spôsobené neviditeľnými patogénmi oveľa častejšie ako v minulosti. Môžeme povedať, že veľký vplyv na tomto fakte má rastúci globalizmus a dostupnosť cestovania.



Obr. č. 1 - Núdzová nemocnica v Kansase 1918.

Zdroj: Photos From a Century of Epidemics. In: *nytimes.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>.

Obr. č. 2 - Núdzová nemocnica vo Wuhane 2020.

Zdroj: In pictures: The novel coronavirus outbreak. In: *edition.cnn.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://edition.cnn.com/2020/03/19/world/gallery/novel-coronavirus-outbreak/index.html>

Prvé dve fotografie zobrazujú narýchlo vytvorené núdzové nemocnice. Tak ako v minulosti, ani dnes svet nie je pripravený na pandémiu takýchto rozmerov, a preto sa ľudia ošetrujú v provizórnych podmienkach, často hygienicky nedostačujúcich, s nízkym počtom potrebného zdravotníckeho personálu. Napadnuté krajiny si pomáhajú, spoločnosť sa prepája, jednotlivé a predtým vôbec nesúvisiace sociálne skupiny podávajú pomocnú ruku jedna druhej. Na fotografiách je z hľadiska vizuálnej estetiky zobrazená najmä tragickosť, teda tak na prvý pohľad fotografie pôsobia, pri dlhšom vnímaní však zobrazujú aj ľudskú silu a snahu o prežitie, boj pudu sebazáchovy a vzájomnej pomoci a tolerancie.



Obr. č. 3 - Súdne pojednávanie v San Franciscu 1918.

Zdroj: Photos From a Century of Epidemics. In: *nytimes.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>.

Obr. č. 4 - Ustanovujúce schôdza parlamentu SR 2020.

Zdroj: Ustanovujúca schôdza parlamentu. In: *domov.sme.sk* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://domov.sme.sk/g/154757/ustanovujuca-schodza-parlamentu?gref=https%253A%252F%252Fdomov.sme.sk%252F%252Fdomov.sme.sk%252F%252F22363493%252Fparlament-ustanovujuca-schodza-poslanci-novi.html&photo=p6187219>.

Ďalšia dvojica fotografií prezentuje nutné zhromaždenia davov ľudí, i napriek bezpečnostným opatreniam. Sociálna potreba združovania sa neútlacha ani počas pandemických stavov a v niektorých situáciách je z legislatívneho hľadiska nevyhnutná.



Obr. č. 5 - Baseballový zápas 1918.

Zdroj: Photos From a Century of Epidemics. In: *nytimes.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>.

Obr. č. 6 - Dievča počas online hodiny baletu 2020.

Zdroj: In pictures: The novel coronavirus outbreak. In: *edition.cnn.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://edition.cnn.com/2020/03/19/world/gallery/novel-coronavirus-outbreak/index.html>.

Ďalší pár fotografií zobrazuje voľnočasové (športové) aktivity vtedy a dnes, pričom rozvoj technológií umožňuje v súčasnosti zažívať „bežný“ život i prostredníctvom virtuálneho sveta, bez fyzického opustenia bezpečia vlastného domova. Existuje oveľa viac možností využitia voľného času priamo z domova, čo však dlhodobo nevie nahradiť pocit slobody. Tragikomickosť fotografií poukazuje na ľudskú zraniteľnosť v časoch pandémie. Spoločné prežívanie chvíľ je popretkávané pocitom izolovanosti kvôli povinnému noseniu rúšok či nepriamemu, iba digitálnemu, kontaktu prostredníctvom počítačov, pričom oba tieto spôsoby vytvárajú akúsi pomyselnú stenu, múr, zábranu medzi jednotlivcom a zvyškom sveta.



Obr. č. 7 - Zhromaždenie členov polície Seattle 1918.

Zdroj: Photos From a Century of Epidemics. In: *nytimes.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>.

Obr. č. 8 - Obyvatelia počas prejavu premiéra v Južnej Kórei 2020.

Zdroj: In pictures: The novel coronavirus outbreak. In: *edition.cnn.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://edition.cnn.com/2020/03/19/world/gallery/novel-coronavirus-outbreak/index.html>.

Pri štvrtej dvojici fotografií poukazujeme, v porovnaní s druhou dvojicou, na úroveň spoločenskej zodpovednosti v krízových momentoch. Reportážne fotografie tu zachytávajú davy ľudí, ktoré sa i napriek opatreniam zhromaždili. Na jednej strane chránení rúškami, na druhej strane vzájomne sa vystavujúci ochoreniam. Grotesknosť fotografií sa prelína s emóciou smútku, ktorá tu rezonuje pri uvedomení si, ako sa kultúrna spoločnosť dokáže a zároveň nedokáže brániť malému biologickému nepriateľovi.



Obr. č. 9 - Kopanie masových hrobov 1918.

Zdroj: Photos From a Century of Epidemics. In: *nytimes.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>.

Obr. č. 10 - Kopanie masových hrobov New York 2020.

Zdroj: In pictures: The novel coronavirus outbreak. In: *edition.cnn.com* [2020-04-13]. Dostupné na: <https://edition.cnn.com/2020/03/19/world/gallery/novel-coronavirus-outbreak/index.html>.

Na záver prezentujeme fotografie „vtedy a dnes“, kde sa z dôstojného pochovávanía a rozlúčky so zosnulými blízkymi stala nedôstojná ale nevyhnutná činnosť, zabezpečujúca ochranu živých. Z ľudského tela sa stal nebezpečný objekt, vznešenosť sa transformuje na tragickosť, smútok z prežívania straty sa premieňa na smútok z nemožnosti rozlúčky a uchovania si dôstojnej pamiatky. Kultúrna spoločnosť sa počas storočí mení, ale základné emocionálne a biologické nastavenia nám i napriek kultúrnej evolúcii zostávajú, ako biologickým bytostiam, rovnaké.

Záver

Žurnalistická a reportážna fotografia sú už neoddeliteľnou súčasťou zachovávaní spomienok na minulosť, vizuálne dopĺňajú naše predstavy o tom, ako bolo kedysi a ako je dnes. Na uvedených fotografiách vidíme, že i napriek rýchlemu napredovaniu globálneho vývoja v mnohých sférach života, ľudstvo samotné tento vývoj nedokáže dobehnúť. Ak by to tak bolo, dokázali by sme veľmi pravdepodobne v dnešnej situácii zastaviť šírenie pandemickej situácie v jej skorých začiatkoch. Pričom pri komparatívnom pohľade na fotografie spred storočia a spred pár dní je mnoho obrazov takmer identických. Svet sa za desaťročia zmenil, podstata ľudskej duše však ostáva rovnaká.

Literatúra a zdroje:

COWELL, A.: Photos From a Century of Epidemics. In: *New York Times*. [online]. [2020-04-12]. Dostupné na: <<https://www.nytimes.com/2020/03/20/world/europe/coronavirus-aids-spanish-flu-ebola-epidemics.html>>.

HREHOVÁ, D.: *Estetika a kultúra*. [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kultura>.

In pictures: The novel coronavirus outbreak. In: *edition.cnn.com*. [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <<https://edition.cnn.com/2020/03/19/world/gallery/novel-coronavirus-outbreak/index.html>>.

JAKUBČO, J.: Ustanovujúca schôdza parlamentu. In: *domov.sme.sk*. [online]. [2020-04-13].

Dostupné na: <<https://domov.sme.sk/g/154757/ustanovujuca-schodza-parlamentu?ref=https%253A%252F%252Fdomov.sme.sk%252F%252F22363493%252Fparlament-ustanovujuca-schodza-poslanci-novi.html&photo=p6187219>>.

LÁB, F., LÁBOVÁ, A.: *Soumrak fotožurnalistiky?* Praha : Karolinum, 2009.

LÁBOVÁ, A.: *Základy fotožurnalistiky II*. Praha : SPN, 1990.

LOFAJ, J.: *Fotografia v novinách*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1996.

LOFAJ, J.: *Reportážna fotografia*. Bratislava : Osvetový ústav, 1989.

LOFAJ, J.: *Základy fotožurnalistiky*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1989.

ZUSKA, V.: *Estetika*. Praha : TRITON, 2001.

Kontaktné údaje:

Mgr. Kristián Pribila

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

kristianpribila@gmail.com

Mgr. Juliána Odziomková

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

juliana.odziomkova@gmail.com

VEĽKÉ A OTVORENÉ DÁTA V ŽURNALISTIKE

Big and open data in data journalism

Ján Proner

Abstrakt

Článok sa venuje pojmu dátová žurnalistika, konkrétnejšie jednému z procesov dátovej žurnalistiky. Ide o prvý krok pri tvorbe dátového príbehu, a tým je samotný zber dát. V úvode článku opíšeme, aké majú dáta využitie v žurnalistike, prečo by s nimi mali novinári pracovať a kde sa dajú dáta využiť. Samotná dátová žurnalistika sa stala trendom vo svetových redakciách a postupne sa tlačí aj do tých Slovenských. Svetové, súkromné, ale aj štátne organizácie začali sprístupňovať voľne dostupné dáta, v ktorých môžu novinári hľadať nové príbehy. Cieľom článku je ozrejmiť aj pojmy veľké dáta (big data) a otvorené dáta (open data), ako k nim majú novinári prístup a ako sa s nimi pracuje v novinárskych redakciách.

Kľúčové slová:

Big data. Dátová žurnalistika. Dáta. Otvorené dáta.

Abstract

The article deals with the concept of data journalism, more specifically one of the processes of data journalism. This is the first step in creating a data story, and that is the data collection itself. At the beginning of the article we will describe what data are used in journalism, why journalists should work with them and where the data can be used. Data journalism itself has become a trend in world newsrooms and is gradually being pushed to the Slovak ones as well. Global, private, but also governmental organizations have begun to make freely available data in which journalists can search for new stories. The aim of the article is to clarify the concepts of big data (open data) and open data (open data), how journalists have access to them and how to work with them in newsrooms.

Key words:

Big Data. Data. Data journalism. Open data.

Úvod

Historický vývoj žurnalistiky sa postupne inovoval s príchodom tlače, fotografie, internetu, grafických prvkov, počítačovými editormi a začiatkom 21.storočia aj dátami. Vývoj naďalej pokračuje. Zo samotnej žurnalistiky vzišli aj ďalšie podkategórie, alebo jej vývojové fázy. Do týchto podkategórií zaradujeme aj dátovú žurnalistiku. Jedna zo základných definícií opisuje dátovú žurnalistiku ako súbor prístupov, schopnosti a nástrojov, ktoré využívajú v žurnalistike dáta.¹ Steve Doig, profesor a jeden z pionierov dátovej žurnalistiky, zadefinoval tento pojem ako nový spôsob získavania informácií. Tak ako novinári získavajú informácie z rozhovorov, či dokumentov, dátoví žurnalisti hľadajú informácie a tajomstvá v dátach. Sila dátovej žurnalistiky spočíva v tom,

¹ KENG, K., SER, K.: *Best practice for data journalism*. [online]. [2018-09-11]. Dostupné na: <<https://bit.ly/2zWNutP/>>.

že novinár dokáže nájsť príbehy, ktoré by bolo klasickým spôsobom vytvoriť náročné alebo nemožné.² Rovnako môžeme dátovú žurnalistiku charakterizovať ako proces, prístup ku dátam, ktorý dokáže: zozbierať, vyčistiť, zorganizovať, analyzovať, vizualizovať a publikovať dáta vo forme, ktoré podporia žurnalistický výstup. Ak sa pozrieme na samotné dáta, tie sa stali silným nástrojom, ktorý sa v žurnalistike začal využívať na dennej báze, najmä s príchodom otvorených dát. Dáta sú nástroj, podobne ako ďalšie základné nástroje žurnalistiky, úvodzovky, grafy, či fotografie. Dáta v podobe čísel, alebo štatistík sa v žurnalistike využívali už od jej samotného zrodu. Čo sa však zmenilo je technológia, ktorá dokáže čísla úspešne analyzovať a pretransformovať na príbehy.³

1 Dáta a žurnalistika

V súčasnosti žijeme vo svete dát, tvoríme ich s každým našim klikom, pohybom, či platbou kartou. Môže ísť aj o komunikáciu na sociálnych sieťach, vyhľadávanie informácií, nahrávanie fotiek na instagram, alebo záznamy z nášho online nakupovania. Analýzou dát môžeme často rozoznať problémy skôr, ako spôsobia určitú škodu.⁴ Analýza dát vie odhaliť, alebo ponúknuť nový uhol pohľadu na vybranú problematiku. Novinár dokáže prostredníctvom analýzy dát odhaliť rôzne významy a prepojenia. Pomocou dát, dokáže premeniť niečo abstraktne do konkrétnej podoby, s ktorou sa vie stotožniť každý čitateľ.⁵ Dáta nám odhaľujú prepojenia z rôznych oblastí. Problematika môže byť široká - od spravodajstva, dopravy, športu, počasia, či financií. Dokážu nám ukázať, ako sa v časovom horizonte vyvíja napríklad realitný trh, politika, kriminalita, nezamestnanosť a pod. Dáta otvárajú príležitosť, ako poukázať na jednotlivé prepojenia a súvislosti. Rovnako môžeme prostredníctvom dát overiť a podporiť naše zistenia, fakty a tvrdenia. Dáta nezvyknú klamať a ukazujú nám jasné vzory správania alebo vývoja, ktoré môžu pomôcť zlepšiť náš každodenný život. Ak popíšete reálnu situáciu prostredníctvom dát, môžete priamo vyzvať a upozorniť na jednotlivé nedostatky a prepojenia v systéme.⁶

Ako sme spomínali, dátová žurnalistika vychádza z dát, a preto je veľmi dôležité, aby s nimi novinári vedeli pracovať. Meyer vo svojej knihe *precision journalism* hovorí o dvoch hlavných fázach pri práci s dátami. Vstupná fáza, pozostáva zo zberu a analýzy dát, zatiaľ čo výstupná fáza predstavuje prípravu dát, ktoré prijíma čitateľ. Následne rozdeľuje tieto dve fázy do šiestich procesov, ako pracovať s dátami. Ide o fázy zberu, úschovy, výberu, analýzy, redukcie a odprezentovanie dát.⁷

Pri procesoch dátovej žurnalistiky musíme spomenúť samotný zber dát, kde ich hľadať a ako s nimi pracovať. Kde nájsť dáta práve pre váš projekt? Medzi základné nástroje pri hľadaní dát môžu byť práve vyhľadávače. Google, ale aj iné vyhľadávače, vám vedia vyhľadať súbory podľa ich typu. Napríklad, môžete vyhľadávať iba excelovské súbory. Ak zadáte do vyhľadávača *filetype:XLS* (kľúčové slovo), alebo *filetype:CVS kľúčové slovo*) ako napríklad *filetype:XLS nezamestnanosť*. Google vám nájde súbory, ktoré budú v XLS formáte a týkajú sa nezamestnanosti. Rovnako to

² REMINGTON, A.: "Social science done on deadline": Research chat with ASU's Steve Doig on data journalism. [online]. [2018-12-20]. Dostupné na: <<https://journalistsresource.org/tip-sheets/research/research-chat-steve-doig-data-journalism-social-science-deadline>>.

³ GRAY, J., BOUNEGRU, L., CHAMBERS, L.: *The data journalism handbook*, Sebaspol : O'Reilly Media, 2012, s. 4.

⁴ PACULA, P.: *Data Journalism is the Punk of Our Times*. [online]. [2014-07-14]. Dostupné na: <<https://en.ejo.ch/digital-news/data-journalism-punk-times>>.

⁵ GRAY, J., BOUNEGRU, L., CHAMBERS, L.: *The data journalism handbook*. Sebaspol : O'Reilly Media, 2012, s. 4.

⁶ Tamtiež, s. 11.

⁷ MEYER, P.: *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Method*. Maryland : Rowman & Littlefield, 2002, s. 7.

platí, ak by ste hľadali celé databázy. *Filetype:MDB* alebo *filetype:SQL* a Google vyhľadá databázy podľa vášho zamerania. V tomto prípade sa ale môže stať, že nenájdete dáta, ktoré hľadáte. Ďalšia možnosť je využiť dátové úschovne. Za posledných pár rokov vzniklo mnoho dátových portálov, ktoré zhromažďujú dátové sety. Príkladom sú stránky ako *datacatalogs.org*, *guardian government data*, *The data hub*, *Európsky dátový portál*, *Eurostat* či mnoho iných. Ďalším prístupom ako získať dáta je priamy prístup od vládnych inštitúcií a obráti sa na zákon *211/2000 Z.z. o slobodnom prístupe k informáciám*,⁸ ktorý umožňuje verejnosti prístup ku informáciám. Zákon nariaďuje verejným inštitúciám, štátnym orgánom a orgánom územnej samosprávy poskytovať informácie vzťahujúce sa k ich činnosti. Tu sa však často stretnete s problémom, že dáta sú vo rozličných formátoch, alebo môžu byť poškodené.

Rovnako sa môže stať, že na dáta od danej inštitúcie budete čakať niekoľko mesiacov. Ďalšiu možnosťou ako získať dáta je scrapping. Ide o proces zberu informácií z webových stránok, ktoré sú pretransformované do excelovského formátu. Je to jeden z neúčinnějších spôsobov ako získať dáta z webu. Jednoduchým príkladom využitia scrappingu môžu byť aj zozbierané dáta zo sociálnych sietí. Tie nám budú ukazovať správanie užívateľov na stránke - aký post ich zaujíma, na aké video si užívateľ klikne, alebo akú reklamu nechce zobraziť. Tieto dáta sa následne analyzujú a používateľovi sa ponúka obsah, ktorý ho najviac zaujíma. Avšak, pri jednotlivých spôsoboch získavania dát stoja nástrahy. Dolovanie dát a scrapping si vyžaduje znalosť programovania a pokročilé technické zručnosti. Pri otvorených dátach sa často stretávame s pojmom „Dirty data“ čiže špinavé dáta. Tento pojem je spojený s potrebou štandardizovať zozbierané dáta a upraviť ich do podoby, s ktorou sa dá ďalej pracovať. Mnoho dát môže byť aj chybných alebo nekompletných. Verejné inštitúcie síce otvoria a sprístupnia jednotlivé dátové sety, ale často sú vo formátoch ako pdf, ktoré treba následne konvertovať.⁹ Vyžiadanie informácií od verejných inštitúcií je zase časovo náročné, pričom vaša žiadosť nemusí byť vždy akceptovaná.

2 Veľké a otvorené dáta

Dáta sú všade, tvoríme ich každou minútou a ich množstvo neustále narastá. Zdieľané súbory, fotky a videá na sociálnych sieťach, online transakcie, maily, chaty, rezervácie. Podľa prieskumov strávime denne na telefóne priemerne 3 hodiny. Zatiaľ, čo v roku 2008 to bolo len 25 minút.¹⁰ Aj to je príklad, ako rýchlo rastie počet dát, ktorý denne vyprodukuje a konzumujeme. Tento rastúci objem dát je spojený s pojmom „Big Data“ ale množstvo dát a ich sprístupnenie úzko súvisí aj s pojmom „open data“. Práve tieto dva pojmy budú predmetom tejto kapitoly. Priblížime, aký je potenciál a využitie veľkých a otvorených dát v dátovej žurnalistike.

Z technického hľadiska by sme mohli veľké dáta definovať ako situáciu, kedy sú dáta v takom enormnom množstve, že klasické informačné technológie ich už nedokážu efektívne spracovať.¹¹ Monino poznamenal, že názov veľké dáta neoznačuje len veľkosť dát, slovo „veľké“ odkazuje na dôležitosť a účinok, ktorý je obsiahnutý v týchto dátach, počas ich spracovania a analýzy.¹² V rámci využitia môžeme hovoriť o veľkých dátach ako o pojme, ktorý prezentuje rozličné stratégie

⁸ *Zákon o slobodnom prístupe k informáciám*. [online]. [2017-03-05]. Dostupné na: <<http://www.minv.sk/?zakon-o-slobodnom-pristupe-k-informaciam>>.

⁹ GRAY, J., BOUNEGRU, L., CHAMBERS, L.: *The data journalism handbook*. Sebaspol : O'Reilly Media, 2012, s. 155.

¹⁰ MEEKER, M.: *Internet Trends Report 2018* [online]. [2018-05-30]. Dostupné na: <<https://www.kleinerperkins.com/perspectives/internet-trends-report-2018/>>.

¹¹ ÖHLROST, F.: *Big data analytics: Turning big data into big Money*. New York : Gildan Audi., 2018, s. 6.

¹² MOMINO, J., SEDKAOUI, S.: *Big data, open data and data development*. London : Wiley, 2016, s. 34.

a prístupy ku masívnym dátovým setom a technológie, ktoré dokážu z toho množstva dát získať poznatky.¹³ Schönberger a Cukier píšú, že veľké dáta sú o pochopení jednotlivých vzťahoch a súvislosti, ktoré vznikajú medzi obrovskými množstvami informáciami, s ktorými sa denne stretávame.¹⁴ Ako sme spomenuli, množstvo dát konštantne narastá, výhodou je, že tieto dáta otvárajú nové možnosti pre médiá, ktoré ich môžu analyzovať. Pre novinárske redakcie, televízie, rádia, či iné mediálne organizácie predstavujú tieto dáta spôsob, ako môžu analyzovať svoje publikum, lepšie ho pochopiť a cielene im ponúknuť nové obsahy. Veľké dáta môžu predstavovať nástroje, ktoré môžu podporiť marketing, predajnosť, sledovať obľúbenosť produktov, pozorovať sledovanosť programov, identifikovať zmeny, ale rovnako aj obohatiť žurnalistické prejavy. Príkladom môže byť využitie veľkých dát v spravodajstve CNN, kde využívajú veľké dáta troma spôsobmi.

- Ako skoré upozornenie pre prichádzajúce spravodajstvo.
- Ako nástroj na pozorovanie publika. Aké veľké je publikum, akú technológiu využíva na prijímanie správ a aká je sledovanosť správ v reálnom čase.
- Ako zdroj súborov pre dátovú žurnalistiku.¹⁵

Využitie veľkých dát a rôznych algoritmov, ktoré sú s tým spojené, dokážu redakcie ponúkať čitateľom obsah, ktorý ich zaujíma. Obsah je viac personalizovaný podľa čitateľovho zámeru. Rovnaké algoritmy, ktoré ťažia z veľkých dát sa využívajú aj pri nákupných stratégiách. Stalo sa vám už niekedy, že ste si chceli kúpiť vybraný produkt online? Napríklad topánky. Navštívite niekoľko e-shopov. Váš pohyb na internete je zaznamenaný do vašej digitálnej stopy. Stopu dokáže algoritmus nájsť a ponúka vám obsah, ktorý ste hľadali predchádzajúci deň. Neskôr si uvedomíte, že reklamy, ktoré sa Vám počas surfovania na webe objavujú, sú úzko spojené s predajom a propagáciou obuvi.

Internet a obrovský tok dát podmienil vznik veľkých dát, ktoré môžu slúžiť viacerým odvetviam. S nárastom dát a otvorenosti internetu, súvisí aj pojem otvorené dáta. Otvorené dáta a webové sídla data.gov sa rozširujú po celom svete, pričom ich hlavná myšlienka je sprístupniť vládne informácie, ktoré majú slúžiť verejnosti. Otvorené dáta sú súkromné, alebo verejné digitálne súbory, ktoré sú produkované kolektívnymi orgánmi, alebo verejnými inštitúciami. Dáta sú s otvorenou licenciou, ktorá garantuje voľný prístup ku údajom pre každého, bez technologického, legislatívneho, alebo finančného obmedzenia.¹⁶ Definíciu otvorených dát sme našli aj na webovom portáli Slovensko.sk, kde je definovaná ako: „*Otvorené dáta sú informácie alebo údaje voľne a bezplatne dostupné pre každého za rovnakých podmienok, ktoré je možné použiť na akýkoľvek účel komerčného či nekomerčného charakteru. Sú sprístupnené na internete v štruktúrovanej forme, ktorá umožňuje ich hromadné strojové spracovanie.*“¹⁷

¹³ STONE, L.: *Big Data for Media* [online]. [2014-0-30]. Dostupné na: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/big-data-media/>>.

¹⁴ SCHONBERGER, V., CUKIER, V.: *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2013, s. 15.

¹⁵ STONE, L.: *Big Data for Media* [online]. [2014-0-30]. Dostupné na: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/big-data-media/>>.

¹⁶ MOMINO, J., SEDKAOUI, S.: *Big data, open data and data development*. London : Wiley, 2016, s. 24.

¹⁷ *Open Data – otvorené dáta*. [online]. [2018-01-18]. Dostupné na: <https://www.slovensko.sk/sk/zivotne-situacie/zivotna-situacia/_open-data-otvorene-data/>.

V príručke otvorených dát je pojem otvorené dáta zadefinovaný ako dáta, ktoré sú voľne dostupné, upravované a zdieľané kýmkoľvek a za akýmkoľvek účelom. Dôležité je, aby spĺňali najmä tieto tri náležitosti.

- Dostupnosť a prístup: Údaje musia byť dostupné ako celok, bez chýbajúcich nedostatkov. Dáta by mali byť dostupné na stiahnutie a v takej podobe, aby s nimi vedel užívateľ ďalej pracovať.
- Opätovné použitie a redistribúcia: Údaje sú poskytnuté za podmienok, že je dovolené ich opätovné použitie, ďalšia distribúcia a ich kombinácia s inými dátovými súborami.
- Univerzálne využitie: užívateľ musí byť schopný využiť a distribuovať dáta. Bez obmedzení, či ide o súkromné, komerčne alebo iné účely.¹⁸

Termín otvorené dáta odkazujú na dostupnosť dát, pričom tento termín bol prvý krát použitý v roku 2000 v Amerike a Anglicku. Práve tieto dve krajiny boli prvé, ktoré začali proces otvorených dát. Išlo o proces, kedy vládne organizácie po celom svete sprístupnili vládne dáta pre podporu transparentnosti a demokracie.¹⁹ Prvým webovým portálom na otvorené dáta sa stal portál Data.gov, pričom táto stránka ponúka otvorené dáta z vládnych organizácií USA.



Obrázok č. 1 - Datagov.sk.

Zdroj: [online]. Dostupné na: <<https://data.gov.sk/>>.

Stránka v súčasnosti ponúka 251 239 rôznych dátových súborov z oblasti vedy, vzdelávania, zdravotníctva, financií, ekosystému a pod.²⁰ V rámci slovenskej republiky funguje portál data.gov.sk ktorý „vznikol v rámci Iniciatívy pre otvorené vládnutie, ktorej zámerom je zlepšovanie vládnutia a spravovania vecí verejných cez zvyšovanie transparentnosti, efektivity a zodpovednosti. data.gov.sk je katalóg obsahujúci rôzne datasey od povinných osôb v SR“ a momentálne obsahuje 2293 datasetov.²¹

Filozofia, ktorá stojí za otvorenými dátami je jednoduchá, ponúknuť občanom voľný prístup ku údajom, ktoré môžu slobodne analyzovať, zdieľať a využiť ich v rámci kontroly verejných inštitúcií. Otvorené dáta pomáhajú a posilňujú demokratickosť a transparentnosť verejných

¹⁸ What is Open Data?. [online]. Dostupné na: <<http://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/>>.

¹⁹ MOMINO, J., SEDKAOUI, S.: *Big data, open data and data development*. London : Wiley, 2016, s. 24.

²⁰ The home of the U.S. Government's open data. [online]. Dostupné na: <www.data.gov/>.

²¹ Ústredný portál verejných služieb ľudom. [online]. Dostupné na: <<https://data.gov.sk/>>.

inštitúcií. Dáta sú otvorené a môže ich využívať ktokoľvek. Možnosť sa otvára aj pre dátových, či investigatívnych novinárov. Z rôznych dátových portálov môžu čerpať informácie, porovnávať ich, overovať s rôznymi tvrdeniami, alebo využívať ako fakty a podklady, pre svoje žurnalistické výstupy.

Záver

V minulosti bolo možné správy a informácie vytvárať predovšetkým prostredníctvom slov, alebo fotografií. Dnes sa hranice posunuli, žurnalisti môžu informovať cez dáta. Dátová žurnalistika využíva vyhľadávanie informácií v dátových zdrojoch, ktoré sú kľúčové a rovnako slúžia ako referencia pre príbeh. Ponúka nové možnosti a nástroje, ako pracovať v kombinácii s tradičnou žurnalistikou a schopnosťou vytvárať príbehy, ktoré sú založené na digitálnych zdrojoch. Paul Bradshaw v rámci dát poznamenal, že rovnako ako na iné zdroje, aj na tie dátové sa treba pozeráť s určitým skepticizmom. Treba hľadať odpovede na otázky ako: kto dáta zozbieral, ako boli zozbierané a aké informácie z nich dokážeme získať.²² Z tohto pohľadu je veľmi dôležité, aby mali novinári ku dátam kritický prístup a aby dátam slepo nedôverovali. Ako každý zdroj, aj dáta musia byť overené. V článku sme spomenuli, aké sú možnosti a dominanty dát v žurnalistike, ako sa s nimi dá pracovať a ako nám pomáhajú informovať o faktoch, či pozorovať rôzne trendy. Zdefinovali sme aj pojmy veľké a otvorené dáta. Aké majú vlastnosti, ale najmä ich využitie v novinárskej praxi. Spomenuli sme, ako dokážeme dáta vyhľadávať cez webové prehliadače, dátové úložiská, webstránky, alebo cez metódu scrappingu. Rovnako ako iné mediálne oblasti, aj žurnalistika sa vyvíja. Dátová žurnalistika ponúka prostriedky, ktoré klasickej žurnalistike chýbajú. Nástroje pre hľadanie dát v digitálnych zdrojoch, analýzu dát a ich vizualizáciu. Dnes, keď sa väčšina zdrojov digitalizuje, novinári majú možnosť a povinnosť byť týmto zdrojom nablízku. Samotný internet a dáta otvorili možnosti, o ktorých sa nám ani nesnívalo.

Literatúra a zdroje:

GRAY, J., BOUNEGRU, L., CHAMBERS, L.: *The data journalism handbook*. Sebaspol : O'Reilly Media, 2012.

HOWARD, A.: *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. [online]. [2018-09-11]. Dostupné na: <<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8Q531V1/>>.

KENG, K., SER, K.: *Best practice for data journalism*. [online]. [2018.09.11]. Dostupné na: <<https://www.kbridge.org/wp-content/uploads/2018/04/Guide-3-Best-Practices-for-Data-Journalism-by-Kuang-Keng.pdf/>>.

MEYER, P.: *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Method*. Maryland : Rowman & Littlefield, 2002.

MOMINO, J., SEDKAOUI, S.: *Big data, open data and data development*. London : Wiley, 2016.

OHLROST, F.: *Big data analytics: Turning big data into big Money*. New York : Gildan Audio, 2018.

PACULA, P.: *Data Journalism is the Punk of Our Times*. [online]. [2014-07-14]. Dostupné na: <<https://en.ejo.ch/digital-news/data-journalism-punk-times/>>.

REMYNGTON, A.: "Social science done on deadline": Research chat with ASU's Steve Doig on data journalism [online]. [2018-12-20]. Dostupné na: <<https://journalistsresource.org/tip-sheets/research/research-chat-steve-doig-data-journalism-social-science-deadline/>>.

SCHONBERGER, V., CUKIER, V.: *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Boston : Houghton Mifflin Harcourt, 2013.

²² GRAY, J., BOUNEGRU, L., CHAMBERS, L.: *The data journalism handbook*. Sebaspol : O'Reilly Media, 2012, s. 3.

STONE, L.: *Big Data for Media*. [online]. [2014-0-30]. Dostupné na:

<[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/big-data-media />](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/big-data-media/).

The home of the U.S. Government's open data. [online]. Dostupné na: <[www.data.gov/>](http://www.data.gov/).

Ústredný portál verejných služieb ľuďom. [online]. Dostupné na: <[https://data.gov.sk/>](https://data.gov.sk/).

What is Open Data? [online]. Dostupné na: <[http://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/>](http://opendatahandbook.org/guide/en/what-is-open-data/).

Zákon o slobodnom prístupe k informáciám. [online]. Dostupné na: <[http://www.minv.sk/?zakon-o-slobodnom-pristupe-k-informaciam/>](http://www.minv.sk/?zakon-o-slobodnom-pristupe-k-informaciam/).

Kontaktné údaje:

Mgr. Ján Proner

Univerzita sv. Cyrila a Metoda

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie J. Herdu 2

917 01 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

jan.proner@gmail.com

VPLYV POLITICKEJ A SOCIÁLNEJ REALITY NA REALITU MEDIÁLNU

Impact of political and social reality on media reality

Lubica Račková

Abstrakt

Koncom februára 2020 prešlo cez turecké hranice množstvo migrantov a utečencov. Slovenské médiá najprv informačne situáciu pokrývali. Neskôr sme však postrehli, že v viaceré dôležité témy zostali vynechané. V našom príspevku sa zameriame na okolnosti súvisiace s tureckými hranicami. Poukážeme na frekvenciu príspevkov na danú tému, i všeobecne na tematiku súvisiacu s migráciou v konkrétnych slovenských médiách. Analyzujeme, či skutočne došlo k poklesu správ a zmene frekvencii informovania a tematike migrácie. V závere interpretujeme udalosti, ktoré v slovenských médiách.

Kľúčové slová:

Hranice. Koronavírus. Migranti. Turecko. Utečenci.

Abstract

At the end of February 2020, many migrants and refugees crossed the Turkish borders. The Slovak media first covered the situation. However, we noticed that they were left out a number of important topics. In our contribution we focus on the circumstances that are related with the Turkish borders. We will point out the frequency of news on the topic, as well as the news related to migration in specific Slovak media in general. We analyze whether there has been a real drop in news and a change in the frequency of information and migration issues. In conclusion, we interpret events that have not been mentioned in Slovak media.

Key words:

Borders. Coronavirus. Migration. Refugees. Turkey.

Úvod do problematiky

Novinárske príspevky s tematikou migrácie sa za uplynulé roky stali súčasťou väčšiny médií. Niektorí novinári spracúvajú témy hodnotnejšie ako iní, a to s dôrazom na fakty a objektivitu, avšak šírili sa i dezinformácie, stereotypné hodnotenia a dehumanizačné metafory. Migrantov a utečencov niektorí novinári zjednodušene označovali ako „vlnu“, „príliv“ a podobne.¹ Od roku 2015, začiatku migračnej krízy, rôzni odborníci realizovali analýzy o migračnom a utečeneckom diskurze v slovenských médiách. Analyzovali jeho podoby, prepojenia na politiku či porovnanie s inými krajinami. Tému migrácie sa venuje napríklad i publikácia s názvom *Phantom Menace The Politics*

¹ CHUDŽÍKOVÁ, A.: *Obraz utečencov v médiách na Slovensku*. In HLINČÍKOVÁ, M., MESEŽNIKOV, G., (eds.): *Otvorená krajina alebo nedobytná pevnosť? Slovensko, migranti a utečenci*. 2016. Bratislava : *Inštitút pre verejné otázky* 2016, s. 101. [online]. [2016]. Dostupné na: <https://cz.boell.org/sites/default/files/otvorena_krajina_alebo_nedobytna_pevnost_slovensko_migranti_a_utecenci_e.pdf>.

and Policies of Migration in Central Europe. Dvojica autorov Karasová a Baláž v nej uviedla: „... mediálne pokrytie týchto „vln“ bolo omnoho hlučnejšie, než ich skutočná hlasitosť.“² Autori ilustrovali, že v skutočnosti išlo o počet ľudí, ktorý môžeme porovnať s 0,2-0,3 % obyvateľmi Európskej únie.³ Koncom februára 2020 nastala na tureckých hraniciach zmena. Situáciu sledoval i web euractiv, ktorý informuje o dianí v Európskej únii so zreteľom na slovenské súvislosti.⁴ „Hoci sa do Európy dostalo zatiaľ len niekoľko desiatok migrantov, v pohraničí čakajú tisíce,“ informoval web.⁵ Turecko je krajina, ktorá hostí najviac utečencov zo Sýrie.⁶

1.1. Analýza

V príspevku sa venujeme pokrývaniu správ s tematikou migrácie, s dôrazom na situáciu späť s tureckými hranicami. V kvantitatívnej časti analýzy analyzujeme frekvenciu i počet správ. K danej analýze nás viedlo nedostatočné pokrytie témy spojenej so zmenou pravidiel na tureckých hraniciach. Najprv sa mnohé slovenské médiá venovali aktualite. Následne však, približne od druhej polovice marca sme pozorovali pokles. Ako recipienta nás táto skutočnosť prekvapila. Keďže sa o problematiku zaujímate, zistili sme, že mnohé správy, ktoré sme našli na zahraničných spravodajských weboch, sa nevyskytli v niektorých slovenských médiách.

Pri analýze sme čiastočne i kvalitatívnu obsahovú analýzou interpretovali niektoré správy, no najmä sme vďaka vybranej metodike určili ich tematiku. Analýze sme podrobili správy z dvoch mesiacov, ktoré sme následne komparovali. Obdobia od 6.2. do 6.3. a od 7.3. do 6.3. Konkrétne 6. marec, ako hranicu, sme odvodili z našej hypotézy: Na menej častú frekvenciu a nižší počet správ v súvislosti s migráciou mal v skúmanom období vplyv výskyt Koronavírusu na Slovensku. Konkrétne 6.3. bol na Slovensku potvrdený prvý pozitívny pacient.⁷ Cieľom príspevku je poukázať na frekvenciu a počet správ v jednotlivých mesiacoch.

Médiá sme si vybrali na základe návštevnosti. Prvé miesto má spravodajský web Aktuality. Následne sme si vybrali bulvárne médium, aby sme na malom priestore dokázali ilustrovať diverzitu médií a ich pokrytia totožnej tematiky. Bulvárne médiá sa od seriózných líšia častým zjednodušením, či zneužívaním emocionálneho kontextu.⁸ Veverková, aktuálne už Cillingová, v roku 2014 charakterizovala periodikum Plus Jeden deň, uviedla, že jeho črtou je uverejňovanie správ, ktoré sa dajú označiť ako senzačné. V pozitívnom ohľade ide o časté správy so zaujímavosťami, v negatívnom o publikovanie s dôrazom na tragické témy a zločiny.⁹ Pluska

² KARASOVÁ, K., BALÁŽ, V.: International migration in Slovakia: Past, present and future In Kucharczyk, J., Mesežnikov, G., (eds.): *Phantom Menace The Politics and Policies of Migration in Central Europe*, 2018. Bratislava : Institute for Public Affairs, 2018, s. 17. [online]. Dostupné na: <http://www.ivo.sk/buxus/docs/publikacie/subory/Phantom_Menace_The_Politics_and_Policies_of_Migration_in_Central_Europe.pdf>.

³ KARASOVÁ, K., BALÁŽ, V.: International migration in Slovakia: Past, present and future In Kucharczyk, J., Mesežnikov, G., (eds.): *Phantom Menace The Politics and Policies of Migration in Central Europe*, 2018. Bratislava: Institute for Public Affairs, 2018, s. 17. [online]. [2018]. Dostupné na: <http://www.ivo.sk/buxus/docs/publikacie/subory/Phantom_Menace_The_Politics_and_Policies_of_Migration_in_Central_Europe.pdf>.

⁴ EURACTIV. [online]. [2016-07-01]. Dostupné na: <<https://euractiv.sk/o-nas/>>.

⁵ YAR, L.: *Erdoğan otvoril hranice, Únia sa pri ich strážení zatiaľ spolieha na Grékov*. [online]. [2020-03-04]. Dostupné na: <<https://euractiv.sk/section/vonkajsie-vztahy/news/erdogan-otvoril-hranice-unia-sa-pri-ich-strazeni-zatial-spolieha-na-grekov/>>.

⁶ UNHCR. [online]. [2020-04-09]. Dostupné na: <<https://data2.unhcr.org/en/situations/syria>>.

⁷ COVID 19 grafy [online]. [2020]. Dostupné na: <https://www.health.gov.sk/Clanok?covid-19-grafy>>.

⁸ LINCÉNYI, M., KOHUŤÁR, M.: *Fenomén bulvár na Slovensku*. Bratislava : Iris, 2009., s. 17.

⁹ VEVERKOVÁ, V.: *Bulvár a bulvarizácia dennej tlače*. Ljubljana: KUD Apokalipsa, 2014. s. 105.

klesla zo štvrtého miesta vo februári na piate miesto v marci 2020.¹⁰ Správy sme vyhľadávali na základe kľúčových slov „migranti“ a „utečenci“ v rubrikách určených na zahraničné správy.

1 Vplyv politickej reality na realitu mediálnu

V období, kedy sa Koronavírus začal rozširovať v Európskej únii, na tureckých hraniciach eskaloval konflikt. Turecký prezident Recep Tayyip Erdogan v piatok 28.2. povolil otvorenie hraníc.¹¹ Tento krok sledovali i nami vybrané médiá, konkrétne Aktuality 29.2. uviedli správu s titulkom: „*Turecko ponechá hranice otvorené pre migrantov smerujúcich do Európy.*“¹² Aj Pluska spracovala túto tému, 28.2. znel titulok správy, ktorá informovala o otvorení hraníc nasledovne: „*Turecko pohrozilo Európe vpustením sýrskych migrantov: Tu je dôvod!*“¹³

2 Pluska a hranice

„*Grécko sa rozhodlo ZAKROČIŤ: Stovky migrantov umiestnili na jedno miesto!*“¹⁴ znie titulok z 21.3. Zároveň titulok poslednej správy, ktorá sa vo analyzovanom období venovala tematike migrácie. Pluska v danom čase zverejnila osem správ s tematikou migrácie. Všetky obsahovo súviseli so situáciou na tureckých hraniciach.

Od 6.2. do 6.3. Pluska informovala o spomínanej tematike v piatich správach. Zaujímavé je, že tému začali evidovať až od 28.2. Teda od spomínaného dňa, kedy Turecko otvorilo svoje hranice. Dovtedy sme na webe našli príspevky o migrácii spojené najmä s parlamentnými voľbami na Slovensku v roku 2020. Následne však informovali so zvýšenou frekvenciou. Dokonca 2.2. na web pribudli v zahraničnej rubrike v danej tematike až tri správy. Ani jedna z analyzovaných správ neuviedla počet ľudí, ktorí prešiel cez hranice. Autori vo viacerých správach uviedli nepresný počet, ktorý zaobalili do nepresného počtu: „tisíce“.

Za najväčšie pochybenie považujeme, že Pluska informovala o otvorení hraníc, no nie o ich uzatvorení. Pomer správ sa nedá zhodnotiť ako dramatický pokles, keďže klesol z piatich na tri, no frekvencia správ sa výrazne zmenila. Od prvej správy, od 28.2., bolo informovanie časté, teda 28.2., 2.3. až tri správy a 6.3. jedna. V druhom sledovanom období, teda od 7.3. do 6.4. bola frekvencia nepravidelná, redaktori uverejnili tri správy, ktoré sa týkali migrácie, teda konkrétne situácie na tureckých hraniciach, prípadne i ľudí, ktorí z Turecka odišli. Správy pribudli 9., 11. a 21. marca.

3 AKTUALITY A HRANICE

„*Migrantov v Grécku umiestnili do uzavretého deportačného tábora,*“ znel titulok Aktualít 21.3. Išlo o identickú správu, akú zverejnila i Pluska rovnaký deň. Správa je zhodná, iba titulok je odlišný

¹⁰ NÁVŠTEVNOSŤ. [online]. [2020]. Dostupné na: <<https://medialne.etrend.sk/internet-grafy-a-tabulky.html>>.

¹¹ WILKS, A., KANTOURIS, C.: *Turkey opens gates into Europe as migrants gather on border.* [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://abcnews.go.com/International/wireStory/turkish-soldier-killed-northwest-syria-artillery-strike-69301654>>.

¹² *Turecko ponechá hranice otvorené pre migrantov smerujúcich do Európy.* [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/768398/turecko-ponecha-hranice-otvorene-pre-migrantov-smerujucich-do-europy/>>.

¹³ TASR, lkm.: *Turecko pohrozilo Európe vpustením sýrskych migrantov: Tu je dôvod!*. [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://www1.pluska.sk/spravy/zo-zahranicia/turecko-pohrozilo-europe-vpustenim-syrskych-migrantov-tu-je-dovod>>.

¹⁴ TASR, vga.: *Grécko sa rozhodlo ZAKROČIŤ: Stovky migrantov umiestnili na jedno miesto!* [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://www1.pluska.sk/spravy/zo-zahranicia/grecko-rozhodlo-zakrocit-stovky-migrantov-umiestnili-jedno-miesto>>.

a na webe pluska.sk badateľne bulvárneho charakteru. „*Celkovo 598 migrantov najskôr dopravili loďou do severogréckeho prístavu Kavala, odkiaľ ich previezli autobusmi do tábora nachádzajúceho sa severovýchodne od druhého najväčšieho mesta krajiny Solún...*“ informovali totožné správy.¹⁵

Pri analýze správ Aktualít nemožno tvrdiť, že to bola do 6.4. posledná informácia, no išlo o poslednú správu. 6.4. medzi viacerými notickami i jednu v spojitosti s migrantmi: „**9:12 - MALTA:** Úrady umiestnili v nedeľu do povinnej karantény asi 1000 migrantov z tábora Hal Far v južnej časti ostrova po tom, čo sa v tábore objavilo osem prípadov nákazy novým koronavírusom.*(TASR).*“¹⁶

Medzi 21.3. a 6.4. Aktuality informovali o migrácii okrajovo ešte v jednej správe. Tá oboznamovala o aktuálnych problémoch ľudí v núdzi, teda i mnohých migrantov, v Ríme. Tí totiž žijú najmä z príspevku charity, ktorý zbierajú mestskí pracovníci vo Fontáne di Trevi.¹⁷

Pri analýze správ z Aktualít v dvoch obdobiach je badateľný rozdiel v počte a vo frekvencii správ. Omnoho výraznejší ako pri webe pluska.sk. Aktuality od 6.2. do 6.4. uverejnili 57 správ, vrátane spomínanej noticky. Od 6.2. do 6.3. sme na webe aktuality.sk v rubrike Zahraničné správy identifikovali 37 správ. Výrazný pokles, 20 správ bolo uverejnených počas od 7.3. do 6.4., a to vrátane noticky, uvedenej správy z Talianska, ktorá sa iba okrajovo týkala migrácie a správy z 8.3. o slovenskej migrantke, žijúcej v Austrálii. Ide o výrazný pokles v počte správ. Okrem toho i o rozdiel vo frekvencii. Keďže v období po 21.3. ide len o spomínané nepatrné zmeny, teda obdobie šiestnástich dní bola situácia na tureckých hraniciach a ich okolí Aktualitami nepokrytá.

Aktuality však na rozdiel od Pluky informovali o situácii ohľadom migrácie vo svete intenzívne i pred otvorením tureckých hraníc. Publikovanie správ sa týkalo najmä výstavby nových zariadení pre migrantov a utečencov na gréckych ostrovoch. Túto tému redaktori Aktualít pokrývali od 10.2. do 28.2., a to konkrétne v šiestich správach. Médium pred koncom februára prinášalo správy o viacerých témach, pravidelne napríklad aj o migrantoch, ktorí sa dostali nelegálnym spôsobom do krajín Európskej únie. Po 28. februári informovali o riešeníach, ktoré pripravovali predstavitelia Európskej únie: „*Von der Leyenová gréckemu premiérovi Kyriakosovi Mitsotakisovi prisľúbila, že Únia poskytne Grécku na pomoc pri zvládaní nárastu počtu migrantov prichádzajúcich z Turecka sumu 700 miliónov eur, pričom polovicu z tejto sumy môže uvoľniť ihneď.*“¹⁸ Viacero správ sa týkalo i vyjadrení prezidenta Turecka alebo opatrení hraníc, napríklad správa z 2.3.: „*Európska agentúra pre pohraničnú a pobrežnú stráž (Frontex) súhlasila v pondelok s urýchleným zásahom proti prílivu migrantov na grécko-tureckých hraniciach.*“¹⁹ Identifikovali sme i témy, ktoré sa venovali problémom v táboroch a komunitných centrách pre utečencov a migrantov, ktoré sa na webe Plusky nevyskytli. Správa z 8.3. upozorňovala na požiar, pri ktorom horelo komunitné centrum One Happy Family, v ktorom žilo približne 1500 utečencov. Správa bola informačne hodnotná, uviedla, že na ostrove, kde centrum leží, boli v uplynulých týždňoch nepokoje. prezentovala i fakt, že spolu prišlo na Lesbos a štyri ďalšie grécke ostrovy od 28.2. 1700

¹⁵ *Migrantov v Grécku umiestnili do uzavretého deportačného tábora.* [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/775373/migrantov-v-grecku-umiestnili-do-uzavreteho-deportacneho-tabora/>>.

¹⁶ *Koronavírus: Česi otvoria viac obchodov, v Thajsku zomrel nakazený Maďa.* [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/780063/online-koronavirus-vo-svete-6-april-2020/>>.

¹⁷ *Koronavírus: Na COVID-19 v Taliansku už zomrelo vyše 10-tisíc ľudí.* [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/777660/koronavirus-na-covid-19-v-taliansku-uz-zomrelo-vyse-10-tisic-ludi/>>.

¹⁸ *Bruselski lídri navštívili grécko-turecké pohraničie.* [online]. [2020-03-03]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/769455/bruselski-lidri-navstivili-grecko-turecke-pohranicie/>>.

¹⁹ *Frontex súhlasil s urýchlenou operáciou grécko-tureckých hraniciach.* [online]. [2020-03-02]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/769105/frontex-suhlasil-s-urychlenou-operaciou-grecko-tureckych-hraniciach/>>.

migrantov.²⁰ Na rozdiel od webu pluska.sk, web aktuality.sk informovali aj o opätovnom zavretí tureckých hraníc 18. februára: „*Turecko v dôsledku pandémie koronavírusu uzavrie v stredu o polnoci hranice s Gréckom a Bulharskom.*“²¹

4 Vplyv sociálnej reality na mediálnu realitu

Spoločnými črtami oboch analyzovaných médií je pokles počtu správ i výrazná zmena vo frekvencii informovania o tematike migrácie. Sme si vedomí toho, že turecké hranice boli opätovne zatvorené, kvôli hrozbe Koronavírusu. No ich otvorenie trvalo devätnásť dní, počas ktorých prešlo do Európskej únie veľké množstvo ľudí. Napriek tomu už o týchto ľuďoch dve najčítanejšie slovenské médiá, jedno seriózne a druhé bulvárne, neponúkli na konci analyzovaného obdobia takmer žiadne informácie.

Keďže čísla sa odlišujú v závislosti od médií, zdrojov či pôvodu média, za relevantnú považujeme najmä štatistiku od Medzinárodnej organizácie pre migráciu, ktorá 2.3. uviedla, že turecko-grécke hranice dovtedy prekročilo 13 000 migrantov. <https://www.iom.int/news/more-13000-migrants-reported-along-turkish-greek-border> Na porovnanie, napríklad slovenské médiá Pravda, Nový Čas, TA3 a Týždeň prebrali vyjadrenie tureckého ministra vnútra ešte z 29.2.: „*Celkový počet migrantov, ktorí opustili našu krajinu cez Edirne do 19.02 h SEČ, je 36 776,*“ *napísal Soyly na Twitteri.*“²² Turecké médium dailysabah.com uviedlo vyjadrenie tureckého ministra obrany, ktorý prezentoval číslo 149 000 utečencov a migrantov dokopy. Na webe dailymail bola 1. marca uverejnená informácia, že cez turecké hranice prešlo za tri dni 75 000 migrantov. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-8061905/EU-high-alert-30-000-migrants-Turkeys-border-Greece-Bulgaria.html> 5.3. uverejnil web aktuality.sk: „*Grécko zastavilo takmer 35 000 migrantov, ktorí sa snažili nelegálne dostať na jeho územie, odkedy Turecko takmer pred týždňom otvorilo svoje hranice. Informovala o tom vo štvrtok agentúra Reuters s odvolaním sa na údaje gréckej vlády.*“²³ Web pluska.sk neinformoval ani raz o konkrétnom čísle ľudí, ktorí dokopy prešli cez otvorené hranice.

Okrem nezrovnalostí v počtoch, zníženom počte správ v druhom analyzovanom období a menej častej frekvencii po siedmom marci, považujeme za dôležité poukázať i na konkrétne dôležité témy, ktoré zostali vynechané. V súčasnosti prevažuje medzi domácim i zahraničným spravodajstvom informovanie o Koronavírusu. Je to zrozumiteľné, ide o mimoriadne náročnú situáciu a pandémiu, s ktorou sa svet ešte nestretol.²⁴

Napriek tomu považujeme za nesprávne vynechanie podstatných tém, ktoré taktiež súvisia s ľudskými životmi v ohrození. Hoci sú hranice už uzavreté, prešli cez ne tisíce ľudí. Aká je momentálne situácia v kempoch? Kde sa nachádzajú ľudia, ktorí sa do Grécka či Bulharska ešte nedostali, no odišli z Turecka? Čo sa stane s migrantmi, ktorí prišli na územie EÚ nelegálnym

²⁰ *V komunitnom centre pre utečencov na Lesbose vypukol požiar.* [online]. [2020-03-08]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/770730/grecko-v-komunitnom-centre-pre-utečencov-na-lesbose-vypukol-poziar/>

²¹ *Koronavírus: Turecko uzavrie hranice s Gréckom a Bulharskom.* [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/774362/koronavirus-turecko-uzavrie-hranice-s-greckom-a-bulharskom/>.

²² *Turecko otvorilo hranice smerom do Európy, prekročili ich už tisíce migrantov.* [online]. [2020-03-01]. Dostupné na: <https://www.tyzden.sk/svet/62820/turecko-otvorilo-hranice-smerom-do-euro-py-prekrocili-ich-uz-tisice-migrantov/>.

²³ *Grécko od minulého týždňa zastavilo na hraniciach takmer 35 000 migrantov.* [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/770143/grecko-od-minuleho-tyzdna-zastavilo-na-hraniciach-takmer-35-000-migrantov/>.

²⁴ *Major update to COVID-19 dashboard.* [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>.

spôsobom? Ako zvládajú pandémiu oni? Odpovede na tieto otázky sme v analyzovaných weboch, žiaľ, nenašli.

Momentálna pandémia, samozrejme, zasiahla i život migrantov a utečencov. Správa na webe [bbc.com](https://www.bbc.com) 27.3. informovala o varovaniach doktorov, humanitárnych pracovníkov a OSN pred prepuknutím koronavírusu v táborech pre utečencov zo Sýrie. „Zdravotní úradníci sa obávajú, že až 100 000 ľudí môže zomrieť, pokiaľ lekárske vybavenie nepríde dostatočne skoro.“²⁵ Nami analyzované médiá neinformovali ani o prípade pozitívnych ľudí na Koronavírus na ostrove Lesbos, kde je i utečenecký tábor Moria. 11. marca na hroziaci problém upozornil spravodajský web [theguardian.com](https://www.theguardian.com).²⁶ Na tému, ktorá súvisí s globálnou pandémiou informoval [The guardian](https://www.theguardian.com) i v správe o pripravovanom kempu pre utečencov a migrantov, kam chcú presunúť tisíce ľudí. Odborníci, ktorí monitorujú násilie práve súvisiace s hranicami upozornili, že ide iba o ďalší krok, ktorí vedie k potlačeniu ľudských práv migrantov a utečencov v Bosne a Hercegovine.²⁷

„Utečenecké tábory v Afrike, na Strednom východe a v Ázii sú plné traumatizovaných a podvyživených ľudí s obmedzeným prístupom k zdravotnej starostlivosti a k základným hygienickým zariadeniam, sú preto dokonalem množiacim sa miestom pre nákazu... Často chýba jedlo, voda a mydlo,“ informovala dvojica redaktorov [The New York Times](https://www.nytimes.com) 26. marca.²⁸

Obsah zahraničných rubrik od polovice marca súvisí najmä s pandémiou v Európe. Takéto informovanie je zrozumiteľné, no napriek tomu je nesprávne zabúdať na iné dôležité témy. Napríklad ako v prípade Plusky na informovanie o uzatvorení tureckých hraníc. Nami spomenuté vynechané príklady tém, sme vybrali zámerne práve súvisiac s pandémiou. Je totiž prekvapivé, že obe analyzované médiá o tematiku migrácie akoby prestali mať záujem. Napriek tomu, že sa tejto skupiny ľudí týka. Veľké riziko hrozí práve utečencom a migrantom. Žijú vo veľkých skupinách, bez dostatočných hygienických potrieb a dostatočnej lekárskej starostlivosti.

Literatúra a zdroje:

BEECH, H., HUBBART, B.: *Unprepared for the Worst: World's Most Vulnerable Brace for Virus*. [online]. [2020-03-26]. Dostupné na:

<<https://www.nytimes.com/2020/03/26/world/asia/coronavirus-refugees-camps-bangladesh.html>>.

Bruselskí lídri navštívili grécko-turecké pohraničie. [online]. [2020-03-03]. Dostupné na:

<<https://www.aktuality.sk/clanok/769455/bruselski-lidri-navstivili-grecko-turecke-pohranicie/>>.

Coronavirus: Fears of virus in Idlib refugee camps. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na:

<<https://www.bbc.com/news/av/world-middle-east-52054452/coronavirus-fears-of-virus-in-idlib-refugee-camps>>.

COVID 19 grafy [online]. [2020]. Dostupné na: <https://www.health.gov.sk/Clanok?covid-19-grafy>>.

²⁵ *Coronavirus: Fears of virus in Idlib refugee camps*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na:

<<https://www.bbc.com/news/av/world-middle-east-52054452/coronavirus-fears-of-virus-in-idlib-refugee-camps>>.

²⁶ GRANT, H.: *Lesbos coronavirus case sparks fears for refugee camp*. [online]. [2020-03-11]. Dostupné na:

<<https://www.theguardian.com/global-development/2020/mar/11/lesbos-coronavirus-case-sparks-fears-for-refugee-camp-moria>>.

²⁷ TONDO, L.: *Bosnia crams thousands of migrants into tent camp to 'halt Covid-19 spread'*. [online]. [2020-03-27].

Dostupné na: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/mar/27/bosnia-crams-thousands-of-migrants-into-tent-camp-to-halt-covid-19-spread?fbclid=IwAR1XyZ3Mr_ZVaEWa03P7ykpNXNo4TrPkRDS2rjnnXwfp6Yo16cUkEWq8WIs>.

²⁸ BEECH, H., HUBBART, B.: *Unprepared for the Worst: World's Most Vulnerable Brace for Virus*. [online]. [2020-03-26]. Dostupné na: <<https://www.nytimes.com/2020/03/26/world/asia/coronavirus-refugees-camps-bangladesh.html>>.

EURACTIV. [online]. [2016-07-01]. Dostupné na: <<https://euractiv.sk/o-nas/>>.

Frontex súhlasil s urýchlenou operáciou grécko-tureckých hraniciach. [online]. [2020-03-02]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/769105/frontex-suhlasil-s-urychlenou-operaciou-grecko-tureckych-hraniciach/>>.

GRANT. H.: Lesbos coronavirus case sparks fears for refugee camp. [online]. [2020-03-11]. Dostupné na: <<https://www.theguardian.com/global-development/2020/mar/11/lesbos-coronavirus-case-sparks-fears-for-refugee-camp-moria>>.

Grécko od minulého týždňa zastavilo na hraniciach takmer 35 000 migrantov. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/770143/grecko-od-minuleho-tyzdna-zastavilo-na-hraniciach-takmer-35-000-migrantov/>>.

CHUDŽÍKOVÁ, A.: Obraz utečencov v médiách na Slovensku. In HLINČÍKOVÁ, M., MESEŽNIKOV, G., (eds.): *Otvorená krajina alebo nedobytná pevnosť? Slovensko, migranti a utečenci*. Bratislava: Inštitút pre verejné otázky, 2016, s. 95-112. [online]. [2016]. Dostupné na: https://cz.boell.org/sites/default/files/otvorena_krajina_alebo_nedobytna_pevnost_slovensko_migranti_a_utecenci_e.pdf.

KARASOVÁ, K., BALÁŽ, V.: International migration in Slovakia: Past, present and future In Kucharczyk, J., Mesežnikov, G., (eds.): *Phantom Menace The Politics and Policies of Migration in Central Europe*, 2018. Bratislava: Institute for Public Affairs, 2018, s. 16-37. [online]. [2018]. Dostupné na: http://www.ivo.sk/buxus/docs//publikacie/subory/Phantom_Menace_The_Politics_and_Policies_of_Migration_in_Central_Europe.pdf

KARASOVÁ, K., BALÁŽ, V.: International migration in Slovakia: Past, present and future In Kucharczyk, J., Mesežnikov, G., (eds.): *Phantom Menace The Politics and Policies of Migration in Central Europe*, 2018. Bratislava: Institute for Public Affairs, 2018, s. 16-37. [online]. [2018]. Dostupné na: <http://www.ivo.sk/buxus/docs//publikacie/subory/Phantom_Menace_The_Politics_and_Policies_of_Migration_in_Central_Europe.pdf>.

Koronavírus: Česi otvoria viac obchodov, v Thajsku zomrel nakazený Maďa. [online]. [2020-04-06]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/780063/online-koronavirus-vo-svete-6-april-2020/>>.

Koronavírus: Na COVID-19 v Taliansku už zomrelo vyše 10-tisíc ľudí. [online]. [2020-03-28]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/777660/koronavirus-na-covid-19-v-taliansku-uz-zomrelo-vyse-10-tisic-ludi/>>.

Koronavírus: Turecko uzavrie hranice s Gréckom a Bulharskom. [online]. [2020-03-18]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/774362/koronavirus-turecko-uzavrie-hranice-s-greckom-a-bulharskom/>>.

LINCÉNYI, M., KOHUŤÁR, M.: *Fenomén bulvár na Slovensku*. Bratislava: Iris, 2009., s. 17. Major update to COVID-19 dashboard. [online]. [2020-04-13]. Dostupné na: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen>>.

Migrantov v Grécku umiestnili do uzavretého deportačného tábora. [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/775373/migrantov-v-grecku-umiestnili-do-uzavreteho-deportacneho-tabora/>>.

NÁVŠTEVNOSŤ. [online]. [2020]. Dostupné na: <<https://medialne.etrend.sk/internet-grafy-a-tabulky.html>>.

TASR, lkm. *Turecko pohrozilo Európe vpustením sýrskych migrantov: Tu je dôvod!*. [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://www1.pluska.sk/spravy/zo-zahranicia/turecko-pohrozilo-europe-vpustenim-syrskych-migrantov-tu-je-dovod>>.

TASR, vga.: *Grécko sa rozhodlo ZAKROČIŤ: Stovky migrantov umiestnili na jedno miesto!* [online]. [2020-03-21]. Dostupné na: <<https://www1.pluska.sk/spravy/zo-zahranicia/grecko-rozhodlo-zakrocit-stovky-migrantov-umiestnili-jedno-miesto>>.

TONDO, L.: *Bosnia crams thousands of migrants into tent camp to 'halt Covid-19 spread'*. [online]. [2020-03-27]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/global-development/2020/mar/27/bosnia-crams-thousands-of-migrants-into-tent-camp-to-halt-covid-19-spread?fbclid=IwAR1XyZ3Mr_ZVaeWw03P7ykpNXNo4TrPkRDS2rjnnXwfp6Yo16cUkEWq8WIS>.

Turecko otvorilo hranice smerom do Európy, prekročili ich už tisíce migrantov. [online]. [2020-03-01]. Dostupné na: <<https://www.tyzden.sk/svet/62820/turecko-otvorilo-hranice-smerom-do-euro-py-prekrocili-ich-uz-tisice-migrantov/>>.

Turecko ponechá hranice otvorené pre migrantov smerujúcich do Európy. [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/768398/turecko-ponecha-hranice-otvorene-pre-migrantov-smerujucich-do-euro-py/>>.

UNHCR. [online]. [2020-04-09]. Dostupné na: <<https://data2.unhcr.org/en/situations/syria>>.

V komunitnom centre pre utečencov na Lesbose vypukol požiar. [online]. [2020-03-08]. Dostupné na: <<https://www.aktuality.sk/clanok/770730/grecko-v-komunitnom-centre-pre-utecencov-na-lesbose-vypukol-poziar/>>.

VEVERKOVÁ, V.: *Bulvár a bulvarizácia dennej tlače*. Ljubljana : KUD Apokalipsa, 2014. s. 105.

WILKS, A., KANTOURIS, C.: *Turkey opens gates into Europe as migrants gather on border*. [online]. [2020-02-29]. Dostupné na: <<https://abcnews.go.com/International/wireStory/turkish-soldier-killed-northwest-syria-artillery-strike-69301654>>.

YAR, L.: *Erdoğan otvoril hranice, Unia sa pri ich strážení zatiaľ spolieha na Grékov*. [online]. [2020-03-04]. Dostupné na: <<https://euractiv.sk/section/vonkajsie-vztahy/news/erdogan-otvoril-hranice-unia-sa-pri-ich-strazeni-zatial-spolieha-na-grekov/>>.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ľubica Račková
Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre
Trieda Andreja Hlinku 1
949 74 Nitra-Chrenová
Slovensko
lubica.rackova@ukf.sk

KOMPARAČNÁ ANALÝZA VZNIKU PUBLIKA DIGITÁLNYCH HIER NA SLOVENSKU A V ZAHRANIČÍ

Comparative analysis of first audience of digital games in Slovakia and abroad

Ivan Rokošný

Abstrakt

V príspevku sa autor na základe analýzy historických prameňov venuje porovnaniu okolností vzniku herného publika na území dnešného Slovenska a v krajinách, kde majú digitálne hry najväčšiu tradíciu. Autor analyzuje obdobie, kedy sa z digitálnych hier stal kultúrny fenomén a moderné médium a zasadzuje ich do kontextu politických a sociálnych udalostí. Článok poukazuje na to, že aj napriek obmedzenému prístupu k hrám či informáciám bolo na našom území vytvorené silné komunitné publikum, ktoré svojimi špecifickými metódami prispelo k tvorbe hernej histórie.

Kľúčové slová:

Československo. Digitálne hry. Kluby. Publikum. Socializmus. Železná opona.

Abstract

Based on analysis of historical sources, the author deals with the comparison of the circumstances of the origin of the game audience in the territory of today's Slovakia and in the countries, where digital games have the greatest tradition. The author analyzes the period, when digital games became a cultural phenomenon and a modern medium and puts them in the context of political and social events. The article points out that, despite limited access to games or information, strong community has been established in audience that has contributed to the creation of gaming history through its specific methods.

Key words:

Audience. Clubs. Czechoslovakia. Digital games. Iron curtain. Socialism.

Úvod

Digitálne hry sú momentálne celosvetovo nesmierne populárnym médium. Na rozdiel od tradičnejších médií, z ktorých často v akademickej teórii vychádzajú majú však oveľa problematickejšiu definíciu i žánrové zaradenie. Dôvodom je najmä veľmi široké pole pôsobnosti a diverzita vo forme i obsahoch podávaných informácií recipientom. Práve preto je i publikum digitálnych hier veľmi špecifické, širokospektrálne a do istej miery globálne. Keďže sa jedná o pomerne mladé médium, ktorého determinantom je najmä rapídny pokrok na poli technológií, uchopiť správne hernú históriu i vývojový kontext je dôležitým faktorom pre pochopenie súčasného publika. Práve technologický vývoj dopomáha k posúvaniu hraníc predošlých definícií, keď to čo platilo pre digitálne hry v minulej dekáde sa môže stať v súčasnosti absolútne bezpredmetným. Aj napriek tomuto tvrdeniu však nemožno ignorovať vývojový kontext a historické skutočnosti, ktoré digitálne hry formovali. Na rozdiel od pasívnejších médií ako film či kniha, digitálne hry neustále

menia formu a presahy pre ich užívateľov. Táto komparačná analýza sa sústreďuje na tvorbu publika digitálnych hier s cieľom správne uchopiť historický kontext a sociálne i politické zmeny, ktoré boli dôležitým aspektom pre vytvorenie podmienok herného trhu i subkultúry hráčov. Ako v článku uvedieme, podmienky i vývoj boli diametrálne odlišné v domácom prostredí a v krajinách, ktoré možno pokladať za pionierov a tvorcov prvých herných obsahov. Rozličný prístup, technologické i spoločenské možnosti však nakoniec neboli rozhodujúcou prekážkou pri tvorbe jednotlivých publik, ktoré často zdieľali rovnaké charakteristiky či demografické zhody. Od vzniku prvých herných systémov, ktoré možno datovať zhruba do 50-tych rokov minulého storočia prešla dlhá cesta i rapídne rýchly vývoj vizuálnej, mechanickej i príbehovej štruktúry hier. Spôsob, akým si hry našli cestu ku svojim používateľom je kľúčovým rozdielom, ktorý definoval prvé generácie hráčov v rôznych geografických polohách. Tento článok sa venuje prieniku hier z akademických kruhov do prvých domácností a porovnáva pomerne slobodný a rýchlo rastúci komerčný trh arkádových a digitálnych hier v USA, Japonsku a Západnej Európe v kontraste k menej slobodnému Východnému bloku, do ktorého mali hry komplikovanejšiu, no o to zaujímavejšiu cestu. V článku sa venujeme najmä prehľadu o stave digitálnych hier v kontexte publika vo vtedajšom Československu a okolitých krajinách paralelne so stavom, ktorý bol v rovnakom čase v krajinách ako USA či Japonsko. Toto obdobie, v podstate až do masívneho rozšírenia internetu zaznamenáva rozdielny prístup štátnikov, vlád i komerčného trhu k digitálnym hrám, čo malo za následok veľmi silnú polarizáciu vo vzťahu k tak mladému médiu. S príchodom internetu a uvoľnením istých tlakov v spoločnosti sa trh postupne stabilizoval, homogemizoval a hlavne internacionalizoval.

1 Vznik herného publika – popularizácia digitálnych hier

Prvotné herné systémy, ktoré môžeme pokladať za pionierov na poli digitálnych, či tak povediac analógových hier možno datovať do 50-tych rokov minulého storočia. Prvé nemotorné stroje s veľmi obmedzenými možnosťami, obrovskou cenovkou i rozmermi síce boli technologickými zázrakmi tej doby, ktoré vytvorili základné kamene herným zariadeniam, no nemožno ich pokladať za široko populárne médium s uceleným publikom. Herné zariadenia v tých časoch boli skôr devízou univerzitných kampusov, či laboratórií. Trvalo ešte takmer dvadsať rokov kým sa hry stali každodennou zábavou veľkej skupiny obyvateľstva. Príchodom 70-tych rokov tak možno pozorovať výrazný posun v hernom svete. V historickom kontexte herných štúdií tak hovoríme o tzv. „zlatom veku arkádových hier.“ Príchodom novej dekády sa na komerčný trh v USA a Japonsku dostávajú stroje, ktoré obsahovali jednoduchšie grafické hry, ktoré sa spúšťali vhadením mince. Nový vynález bol umiestňovaný do barov, či iných spoločenských priestorov a pomaly tak začal konkurovať mechanickým strojom ako napríklad pinbal. Za zlomový bod sa dá považovať rok 1972, kedy Nolan Bushnell a Ted Dabney založili firmu Atari a na trh prišli s hrou známou ako *Pong* (1972).¹ Hra inšpirovaná stolným tenisom sa stala okamžitým hitom u mladšej skupiny obyvateľstva a táto arkádová hra spustila doslova mániu. *Pongu* sa predalo tisíce kópií a už nasledujúci rok vyvážal do zahraničia.

Jedným zo významných javov, ktoré zadefinoval aj neskorší vývoj bolo pirátske vytváranie kópií, tzv. klonov. Keďže šlo o pomerne horúcu novinku, neexistovali právne normy, ktoré by zakazovali manipuláciu s hardvérom. Práve kvôli tomu vzniklo nespočetné množstvo rôznych verzií, kedy domáci elektrotechnici podomácky vytvárali vlastné pirátske verzie. Aj napriek kopírovaniu sa Atari stala jednou z najrýchlejšie rastúcich spoločností tej doby. „*So základným*

¹ ATARI: *Pong*. [digitálna hra]. Sunnyvale, CA : Atari, 1972.

kapitálom 500 amerických dolárov sa vďaka Pongu ročné obraty vyšplhali na 2 miliardy dolárov.“² Tento raketový nástup otvoril mnoho možností a v podstate nový trh v USA. Vznikali prvé herné štúdiá, hardvérové firmy, ale aj špecializované herne či prvé časopisy. Biznismen Jules Millman prišiel s nápadom zaobstarat' arkádové hry do nákupných centier. „Vytvoril model prvých arkádových herní, kde zamestnanci dozerali na chod a správanie hráčov, rodičia mohli v pokoji nakupovať, kým sa ich deti zabávali.“³ Prvý herný boom tak nastal jednoznačne v Spojených štátoch, kde hráči pomerne rýchlo vytvorili silnú subkultúru a firmy ako Atari či Midway prispeli k prvotnému žánrovaniu hier.

S väčším obnosom išiel ruku v ruke väčší kapitál na tvorbu nových, kvalitnejších a prepracovanejších hier. Z globálneho hľadiska najrýchlejšie na nástup hier zareagovalo Japonsko, ktoré dokázalo pretaviť svoje skúsenosti na poli elektrotechniky na vytvorenie pomerne schopných konkurentov USA. Firmy Taito a Nintendo, známe hráčom i širokej verejnosti presmerovali svoju výrobu na digitálne hry (firma Nintendo napríklad dovtedy vyrábala hracie karty) a za rýchly čas mohli otvárať pobočky aj v USA. Kultové postavičky inštalátéra Super Mária či Donkey Konga sa stali symbolmi nového fenoménu tvoreného na 8-bitových obrazovkách. S narastajúcou popularitou bolo zrejme, že je hry potrebné dostať bližšie k hráčom. Technologický progres i nasýtenosť trhu v nasledujúcich rokoch teda pripravil vhodnú pôdu na zdokonalenie mechanizmov a príchod prvej generácie domácich konzol. Táto zmena je kľúčovou v kontexte herného publika a to preto, že sa sociálny aspekt mierne vytráca, digitálne hry sú premietané na obrazovkách domácich televízií. Zlatú éru arkádových hier striedajú domáce systémy, ktoré predčili svojich predchodcov grafikou, cenou a najmä rozmermi. Na jednej strane možno pozorovať veľký úspech herných konzol najmä v USA a Japonsku. Naopak, v Sovietskom Zväze vzniká v roku 1978 konzola Turnir, ktorá však mala len lokálny význam a za hranice zväzu sa nikdy nedostala.

Produkcia hier dosahovala v zahraničí kolosálne rozmery, ktoré mali vo výsledku negatívny charakter. Nadmerná produkcia totižto často ponúkala nedotiahnuté, kazové hry, čo viedlo k masívnemu úpadku. Trh sa v roku 1983 rozpadol tak rýchlo, ako aj začal. Skvelým príkladom je hra *E.T. the Extra-Terrestrial* (1982)⁴ od Atari z roku 1982. Herná adventúra, do ktorej vývojári vkladali veľké nádeje kvôli prepojeniu s kultovým filmom bola taká zlá, že je často označovaná ako „najhoršia hra v histórii“⁵. Dôsledky boli nepredstaviteľné. V USA sa trh prepadol o neveriteľných 97%⁶ a herný trh v krajine kde vznikol bol takmer zničený. Firma Atari takmer zanikla, bublina spľasla a zdalo sa, že digitálne hry neustáli svoje konštantne narastajúce tempo. Japonsko zareagovalo na klinickú smrť herného trhu prepracovanou domácou konzolou NES (angl. Nintendo Electronic System), ktorá opäť naštartovala konzolový trh, ich hry a príbehové linky dosiahli pri publiku nový kultový význam.

Osemdesiate roky sú významným míľnikom aj pre tvorbu herného publika v Európe. Zatiaľ čo spomínané herné mocnosti, kde sa trh pomaly stabilizoval sa najmä v Západnej Európe do pozornosti hráčov dostávala iná forma hardvéru – domáce osobné počítače. Práve tie, takmer 10 rokov po úspechu arkád v Japonsku či USA priniesli hry nadšencom do Európy. A s príchodom počítačov sa diametrálne zmenil aj prístup, tvorba i distribúcia hier. V našich končinách tak

² KENT, S.: *The Ultimate History of Video Games*. New York, NY : Three River Press, 2001, s. 145.

³ SMITH, K.: *Arcade Origins*. [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<http://allincolorforaquarter.blogspot.sk/2013/03/arcade-origins.html>>.

⁴ ATARI: *E.T. the Extra Terrestrial*. [digitálna hra]. Sunnyvale, CA : Atari, 1982.

⁵ BRUMFIEL, G.: *Total Failure: The World's Worst Video Game*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.npr.org/2017/05/31/530235165/total-failure-the-worlds-worst-video-game?t=1583326282941>>.

⁶ ERNKVIST, M.: Down Many Times, but Still Playing the Game. In: GRATZER, K., STIEFEL, D. (eds.): *History of Insolvency and Bankruptcy*. Huddinge : Sodertorns hogskola, 2008, s. 186.

môžeme až od zhruba 80-tych rokov hovoriť o nástupe fenoménu digitálnych hier, avšak stále s pomerne oklieštenými možnosťami v porovnaní so západom.

2 Komerčializácia trhu vs. domáce kluby a publikum

Na rozdiel od domácich konzol, počítačová revolúcia zasiahla prakticky každý kontinent. Samozrejme je potrebné brať v úvahu rozvinutosť daných regiónov, no aj v technologicky zastaranejších regiónov tej doby – ako boli napríklad časti Ázie či Afriky existovali distribútori, ktorí na trh ponúkali osobné počítače. Technologický progres bol determinantom rozšírenia herného publika ako subkultúry. Nástup domácich počítačov totižto posunul tvorbu hier od profesionálnych firiem až k domácim kutilom, ktorí začali modifikovať existujúce hry a vytvárať nové, sprvu primitívne programy. V krajinách ako Veľká Británia, Západné Nemecko či Francúzsko tak možno už od 80-tych rokov sledovať veľmi rýchlu adaptáciu ‚americkému‘ modelu – hry sa začali tvoriť ako komerčné produkty, vzniká trh, žánrové časopisy či televízne relácie.

Dôležitým momentom je vznik a rozšírenie kódovacieho jazyku BASIC, ktorý sa stáva voľne dostupným programovacím jazykom a nie je viazaný iba na konkrétny hardvér, ako tomu bolo pri konzolách. Fungoval na dostupných počítačoch, napríklad americkom modeli Commodore 64 (1982) či modeli ZX Spectrum (1982) z Veľkej Británie, ktorý sa stal populárnym naprieč celou Európou. Masívnym využívaním kódovacieho jazyku tak prichádza vo svete digitálnych hier k pomerne zaujímavej dynamike. Na jednej strane existujú obrovské firmy ako napríklad Nintendo, ktoré produkovali hry s veľkým tímom ľudí a mali obrovské výnosy. Na strane druhej sa vďaka dostupnosti BASICU vytvárajú malé štúdiá, častokrát tvorené individuálnou osobou, ktoré modifikovali populárne a dostupné hry, často bez vidiny finančného zisku.

A práve „*druhá skupina vývojárov publikovala a distribuovala zdrojové materiály vlastných hier či klonov iným fanúšikom cez knihy, či časopisy, ktoré obsahovali priamo vytlačený kód, ktorý bolo potrebné zapísať do svojho domáceho počítača.*“⁷ Práve takýto prístup bol novátorským a protipólnym voči konzolovému trhu. „*Prví vývojári, ktorí pracovali najmä s jazykom BASIC ako Crowther, Daglow či Yob nikdy svoje hry neoznačili ochrannou známkou (ani o tom neuvažovali) a často sa tak starali o rast komunity dokonca aj bez toho, aby uvádzali svoje mená ako autori.*“⁸ Okrem tlačenej verzie boli hry distribuované aj fyzicky – na kazetách, disketách či dokonca vinylových platniach. Práve v tomto období možno hovoriť o vzniku publika digitálnych hier i vo vtedajšom Československu. Spomínaná dynamika a paralelné fungovanie komerčného a nekomerčného trhu otvárala dvere herným nadšencom aj u nás. Je nutné si uvedomiť, že v tej dobe bolo Československo socialistickým štátom s pomerne oklieštenými ľudským právami a prístupom k informáciám.

Na rozdiel od Západnej Európy na domacom území neexistoval až do roku 1989 voľný trh, hranice boli uzatvorené a technológia západu rovnako ako hudba či umenie prísne kontrolované. Keď teda komparujeme podmienky vzniku publika doma a v zahraničí, je očividný elementárny rozdiel. Slobodný prístup k tvorbe a využívaniu hier a funkcia kapitalistického trhu tvorili základ na pomerne hladký prienik digitálnych hier do USA či Západnej Európy. V Československu možno v 80-tych rokoch hovoriť o prvých krokoch, no reakcia na technologické pokroky bola samozrejme oneskorená. Rovnako ako absencia technologických výtvarných produktov ako napríklad farebná televízia boli hry u nás ešte dlhú dobu verejnosti veľkou neznámosťou. Na začiatku 80-tych rokov sa aj napriek

⁷ McFERRAN, D.: *The story of Mean Machines magazine*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://www.eurogamer.net/articles/2017-06-04-the-story-of-mean-machines-magazine>>.

⁸ Tamtiež.

silným obmedzeniam do krajín Sovietskeho Zväzu i Východného bloku limitovane a tajne dostávajú počítače z USA, Číny i Západnej Európy a práve tento faktor sa stal kľúčovým pri tvorbe domáceho trhu i raného publika. Okrem toho sa na základe zberu informácií tajných služieb a zaisteného kontrabandu Východný blok prvýkrát vstupuje do tvorby počítačov i prvých hier. V tomto čase tak vznikajú prvé fabriky na tvorbu počítačov v okolí – V ZSSR to bola Elektronika, v bývalej Juhoslávii produkciu zastrešoval Mihajlo Pupin Institut, v Maďarsku spoločnosť Andromeda. Výnimkou bolo Poľsko, ktorého podnik Odra fungoval už od 60-tych rokov a distribuoval pomerne zastaranejšie počítače do ostatných častí regiónu – nikdy sa však veľmi nepresadili.

V rámci Československa štátny podnik v tomto období absentoval. Práve tieto podmienky boli dôvodom vzniku pomerne unikátneho fenoménu. Funkciu absentujúceho komerčného trhu a profesionálnych firiem zastupovali nadšenci, ktorí často pod hrozbou obmedzenia slobody či porušenia zákonov a nariadení pracovali na vlastných hrách a modifikovali pašované zariadenia. Publikum i distribútorov tvorili nadšenci, ktorí sa len ťažko dostávali k produktom zo Západu. „*Cudzie tak nebolo pašovanie napríklad vinylových dosiek či audiokaziet, ktoré často obsahovali aj hry.*“⁹ Oficiálne združenia neexistovali, avšak nadšenci pre hry i technologický pokrok boli najčastejšie členmi klubov, ktoré zastrešoval SVAZARM (zväz pre spoluprácu s armádou).

Keďže americký Commodore 64 bol samozrejme nedostupný, najpopulárnejším systémom sa stala britská alternatíva – počítač ZX Spectrum, ktorý sa klonoval v podstate v celom Východnom bloku. Tieto klony boli neoficiálne, často podomácky prerobené verzie, ktoré však disponovali kvalitou na to, aby mohli nadšenci tvoriť prvé vlastné hry alebo modifikovať prepašované už existujúce hry z Veľkej Británie, Francúzska či USA. Výhodou bolo, že tento typ počítača bol najlacnejší na trhu a takisto jeden z najmenších. Vďaka tomu sa jeho „*komponenty pašovali napríklad v krabiciach od bonboniér.*“¹⁰

Kluby, v ktorých hry vznikali plnili spoločenskú úlohu – zastrešovali jednotlivé stretnutia medzi vývojármi i hráčmi. Okrem toho riešili aj technické zázemie. Podieľali sa na progrese, vymieňaní typov a rôznych kódov. Vzhľadom na veľmi ťažkú politickú situáciu, kedy existoval nedostatkový tovar v rámci základných potravín sa však vývoj hier hýbal veľmi pomaly. Na rozdiel od pomerne prepracovaných hier, ktoré často využívali pokročilé technológie boli na našom území najpopulárnejším žánrom tzv. textové hry, kvôli pomerne jednoduchej tvorbe bez vysokých požiadaviek na grafiku.

Okrem toho sa v Československu tešili popularite kartové hry, čo vychádza z veľkej tradície rôznych variácií hier na našom území. „*Hry sa často hrali s pomocou tlačiarň, kvôli absencii displejov.*“¹¹ To len umocňuje tvorivosť a túžbu pracovať s technológiou aj napriek okliešteným možnostiam. Za následok to malo vytvorenie prepojeného publika, ktoré malo komunitný ráz a od komercializovaného sa samozrejme líšilo počtom, no i mierou interakcie.

Väčšina hier podobne ako počítače boli pirátske verzie zo Západnej Európy, keďže trh s vlastnými hrami neexistoval. V skutočnosti však hry ktoré vznikali, boli síce amatérske no často prepracované kvôli zaniu autorov. Hry často niesli aj silný politický odkaz, keďže ich komunistické autority nesledovali tak podrobne ako iné médiá – najmä rockovú hudbu či film. Táto drobná revolta voči

⁹ WOLF, M.: *Video Games Around the World*. Cambridge, MA : The MIT Press, 2015, s. 147.

¹⁰ D'ANASTASIO, C.: *The Underground, Activist Gaming Scene In Communist Czechoslovakia*. [online]. [2019-08-16]. Dostupné na: <<https://kotaku.com/the-underground-activist-gaming-scene-in-communist-cze-1833670492>>.

¹¹ MAHAJAN, G.: *Video Gaming in Czech Republic*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://alchetron.com/Video-gaming-in-the-Czech-Republic>>.

šikane režimu sa tak odzrkadľovala hneď na niekoľkých hrách – napríklad hra Františka Fuku, ktorý zasadil západného hrdinu Indianu Jonesa do protestov na Václavskom Námestí v 1989¹². Okrem iného hlavná postava zabíja členov Verejnej Bezpečnosti i komunistickej strany. Aj napriek pomerne brutálnejšiemu obsahu plného odkazov proti režimu sa však digitálnym hrám a klubom v ktorých vznikali darilo udržať mimo radar autorít. Hlavným dôvodom bolo to, že si autority neuvedomovali, že hry môžu rovnako ako film komunikovať svojim používateľom isté posolstvo. Hry tak nespĺňali len zábavnú funkciu. Stali sa aj politickým nástrojom. Síce s pomerne malým dosahom, no aj napriek tomu možno hovoriť o pomerne významnom a špecifickom jave.

Zatiaľ čo USA či Japonsko technologicky napredovali raketovým tempom, pod komunistickým režimom sa tak hry tvorili skôr v pivniciach, garážach a to doslova na kolene. "Za korene tohto hobby prístupu niektorí teoretici považujú celkom rozšírené rádioamatérstvo, ktoré zdieľa isté podobné znaky i postupy."¹³ Bez poriadneho financovania i možnosti zisku tak trh prakticky neexistoval a hry pôsobili zastarane a často absentovali inovácie i kvalita grafiky či herných mechanizmov. Možno však tvrdiť, že aj napriek ťažkým podmienkam existovali nadšenci, ktorí bojovali proti režimu aj na úkor vlastných financií a často aj bezpečia. V roku 1986 sa konečne začalo s produkciou počítačov aj doma. Išlo o fabriky Didaktik v Skalici a Tesla v Piešťanoch. Aj napriek domácej produkcii však osobné počítače v domácnosti boli nedostatkovým tovarom. „Mikropočítače, ktoré krajina produkovala, napr. IQ 151 alebo PMD 85 neboli vo všeobecnosti určené na domáci predaj, ale takmer výlučne pre štátom vlastnené podniky a vzdelávacie inštitúcie.“¹⁴ Je teda nutné poznamenať, že herné povedomie bolo v našich končinách veľmi slabé až do revolúcie. S rastúcou nevôľou voči režimu sa však ozývali kritické hlasy aj z radov herných nadšencov/producentov. Už dva dni po 17. Novembri – deň, ktorý poznáme ako začiatok Nežnej revolúcie vznikla hra s názvom *Nechceme Násilí!*¹⁵, ktorá silno kritizuje násilný prístup polície voči študentskej manifestácii, ktorá prakticky viedla až k pádu režimu.

Zatiaľ čo herný biznis dosahoval v zahraničí miliardové obraty, na území krajín bývalého Východného bloku po páde železnej opony sa ľudia len veľmi pomaly dostávali k tzv. vymoženostiam západu oveľa slobodnejšie a bez nutnosti povolení a prísneho sledovania. V tom istom roku - 1989 vzniká i prvá oficiálna produkčná spoločnosť na území Slovenska – *Ultrasoft*¹⁶. So zmenou politickej situácie teda prichádzali jasné signály, že s otvorením hraníc i trhu nastáva pozitívna zmena. A práve následné 90-te roky s príchodom CD nosičov, rozšírením 3D grafiky a najmä nástupom internetu dopomohli k rozšíreniu povedomia i tvorby čoraz väčšieho publika. Logicky bol však rozbeh komerčného sektoru stále pomalý.

Na rozdiel od raketového nástupu v západných krajinách boli hry vzhľadom na ich dostupnosť i cenu skôr výsadou ako štandardom mládeže 90-tych rokov. Dnešní 40-tnici a 30-tnici sa k hrám dostávali často pirátskym spôsobom. Vznikali aj prvé internetové kaviarne, ktoré ponúkali možnosť vyskúšať si pripojenie na internet i osobný počítač, ktorý bol stále pre priemerne situovanú rodinu pridrahou záležitosťou. Kaviarne tak mali podobnú funkciu ako zväzacké kluby, či arkádové herne

¹² WILLOUGHBY, I.: *Indiana Jones vs. Communist Police*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.radio.cz/en/section/one-on-one/indiana-jones-vs-the-communist-police-jaroslav-svelch-on-underground-computer-games-in-1980s-czechoslovakia>>.

¹³ ŠVELCH, J.: *Gaming The Iron Curtain*. Cambridge, MA : MIT Press, 2018, s. 41.

¹⁴ ŠVELCH, J.: *Say it with a Computer Game: Hobby Computer Culture and the Non-entertainment Uses of Homebrew Games in the 1980s Czechoslovakia*. [online]. [2020-03-01] Dostupné na: <<http://gamestudies.org/1302/articles/svelch>>.

¹⁵ Tamtiež.

¹⁶ KOL.: *Pirates and Young Pioneers game exhibitions turns back time*. [online]. [2020-03-07]. Dostupné na: <<https://www.festanca.sk/2018/en/naprogramuj-navrat-case-vystavou-najstarsich-slovenskych-hier-pirati-pionieri/>>.

známe z USA – združovali nadšencov programovania, hrania či internetu. Kluby sa časom transformovali do záujmových krúžkov najmä na školách, avšak absentovala nejaká organizačná zložka na národnej úrovni. Komerčný a slobodnejší presah je bádať aj na tvorbe prvých špecializovaných médií – v roku 1994 vzniká český časopis Score, ktorý sa dodnes vydáva aj na Slovensku, o rok na to populárny Level. Pokusy o televízne programy o digitálnych hrách na Slovensku sa netešili veľkej popularite.

V susednej Českej Republike sa od roku 1999 do 2012 vysielal program *Game Page*.¹⁷ Otvorený trh vytvoril priestor aj na oficiálnu domácu distribúciu. Na Slovensku medzi prvých patrí sieť obchodov Brloh, ktorá hry začala predávať od roku 1996 a do dnes patrí medzi najväčších lokálnych distribútorov. Príchodom internetu a zmodernizovaním slovenskej spoločnosti dnes domáci herných trh pomerne koreluje s tým zahraničným. Problémom stále ostáva pirátstvo, no vo všeobecnosti platí, že publikum digitálnych hier mladších generácií – predovšetkým mileniálov je takmer identická v demografických indikátoroch i vzorcoch správania. Pomerne odlišná cesta tvorby publika digitálnych hier a niekoľko špecifických fenoménov definuje hernú kultúru na Slovensku a jednoznačne je súčasťou pestrej hernej histórie.

Záver

Cesta k presahu digitálnych hier do spoločnosti môže byť pomerne odlišná. V našom príspevku sme analyzovali podmienky vzniku publika digitálnych hier na domácej i zahraničnej pôde. Tieto podmienky boli priamo previazané s mnohými faktormi. Rozdielna politická i spoločenská situácia tak ponúka pomerne zaujímavý pohľad na kontrast vývoja moderných technológií. Zatiaľ čo v krajinách ako USA či Japonsko hry zaznamenali raketový nástup a prakticky okamžite sa stali kultúrnym fenoménom presiahnutým do mainstreamu i rôznych subkultúr, v krajinách s obmedzeným tokom informácií si razil pomalú a kľukatú cestu. Aj napriek mnohým reštrikciám, zákazom či iným prekážkam sa herná kultúra pomaly dostávala aj medzi nadšencov na území dnešného Československa. Práve vďaka absencii komerčného trhu tak možno historicky zaznamenať hneď niekoľko pomerne unikátnych fenoménov. Štátnu i komerčnú zložku kreatívnych štúdií, tvorcov hier i herných zariadení ako aj distribútorov nahradili domáci nadšenci, ktorí mali prácu s modernou technológiou ako hobby. Doslova na kolene vznikajúce hry by zrejme nemohli konkurovať vývojárskym firmám, no tento komunitný aspekt dopomohol k tvorbe oveľa viac previazaného, interaktívneho publika a popularizáciu jedinečných žánrov ako kartové hry či textové hry s prepracovanou naratívnou štruktúrou. Aj napriek výrazným obmedzeniam a hrozbou porušovania zákonov si hry našli cestu medzi úzku skupinu ľudí, ktorí často modifikovali zahraničné hry aby boli prispôsobené domácomu prostrediu. Zatiaľ čo v zahraničí trh rapídne rástol a z hier sa stal rešpektovaný priemysel s veľkou tržnou hodnotou, v domácom prostredí pôsobil skôr uzavreto, komunitne a lokálne. Aj napriek tomu však možno identifikovať hry a ich vývojárov, ktorí boli pioniermi na neprebádanom poli a dopomohli k pomalému, no intenzívnemu rastu komunity so záujmom o digitálne hry. V tomto článku sme porovnali a na základe historických prameňov poukázali, že aj napriek rozdielnej ceste k digitálnym hrám je ich publikum aktívne a dynamické. Uvoľnením politickej situácie na Slovensku a príchodom internetu pomaly dorovnal rozdiely a dnes možno hovoriť o globálnom publiku. Jeho základ však v našich končinách založili práve jediní s víziou rozvoja tohto nového média.

¹⁷ŠTALMACH, J.: *Game Page: O Pořadu*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/1095870977-game-page/572-o-poradu/>>.

Literatúra a zdroje:

ATARI: *Pong*. [digitálna hra]. Sunnyvale, CA : Atari, 1972.

ATARI: *E.T. the Extra Terrestrial*. [digitálna hra]. Sunnyvale, CA : Atari, 1982.

BRUMFIEL, G.: *Total Failure: The World's Worst Video Game*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.npr.org/2017/05/31/530235165/total-failure-the-worlds-worst-video-game?t=1583326282941>>.

D'ANASTASIO, C.: *The Underground, Activist Gaming Scene In Communist Czechoslovakia*. [online]. [20-03-11]. Dostupné na: <<https://kotaku.com/the-underground-activist-gaming-scene-in-communist-cze-1833670492>>.

ERNKVIST, M.: Down Many Times, But Still Playing the Game. In: GRATZER, K., STIEFEL, D. (eds.): *History of Insolvency and Bankruptcy*. Huddinge. Sondertorns hogskola, 2008.

KENT, S.: *The Ultimate History of Video Games*. New York, NY : Three River Press, 2001.

KOL.: *Pirates and Young Pioneers game exhibitions turns back time*. [online]. [2020-03-07].

Dostupné na: <<https://www.festanca.sk/2018/en/naprogramuj-navrat-case-vystavou-najstarsich-slovenskych-hier-pirati-pionieri/>>.

MAHAJAN, G.: *Video Gaming in Czech Republic*. [online]. [2020-03-09]. Dostupné na: <<https://alchetron.com/Video-gaming-in-the-Czech-Republic>>.

McFERRAN, D.: *The story of Mean Machines magazine*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://www.eurogamer.net/articles/2017-06-04-the-story-of-mean-machines-magazine>>.

SMITH, K.: *Arcade Origins* [online]. [2020-03-10]. Dostupné na: <<http://allincolorforaquarter.blogspot.sk/2013/03/arcade-origins.html>>.

ŠTALMACH, J.: *Game Page: O Pořadu*. [online]. [2020-03-05]. Dostupné na: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/1095870977-game-page/572-o-poradu/>>.

ŠVELCH, J.: *Gaming The Iron Curtain*. Cambridge, MA : MIT Press, 2018.

ŠVELCH, J.: *Say it with a Computer Game: Hobby Computer Culture and the Non-entertainment Uses of Home-brew Games in the 1980s Czechoslovakia*. [online]. [2020-03-01] Dostupné na: <<http://gamestudies.org/1302/articles/svelch>>.

WILLOUGHBY, I.: *Indiana Jones vs. Communist Police*. [online]. [2020-03-15]. Dostupné na: <<https://www.radio.cz/en/section/one-on-one/indiana-jones-vs-the-communist-police-jaroslav-svelch-on-underground-computer-games-in-1980s-czechoslovakia>>.

WOLF, M.: *Video Games Around the World*. Cambridge, MA : The MIT Press, 2015.

Kontaktné údaje:

Mgr. Ivan Rokošný

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave

Fakulta masmediálnej komunikácie

Námestie J. Herdu 2

91701 Trnava

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

ivan.rokosny@fmk.sk

FRAZEOLÓGIA V ŽURNALISTIKE

The Phraseology in Journalism

Mária Stanková

Abstrakt

Štúdia sa zaoberá frazeológiou v žurnalistike, najmä spôsobmi jej využívania. V rámci uvažovania o jazyku médií predstavuje funkcie frazeologizmov v textoch printovej žurnalistiky. Štúdia opisuje a interpretuje konkrétne frazeologizmy, ktoré pochádzajú zo šiestich slovenských denníkov. Okrem všeobecných informácií o fungovaní a existencii frazeologizmov v žurnalistických textoch sa štúdia sústreďí najmä na problematiku zrozumiteľnosti a otázky aktualizácie a automatizácie v súvislosti so skúmanou témou. Pohľad, aplikovaný v tomto texte, prepája prvky z lingvistickej sémantiky a pragmatiky tak, aby ich kombinovaním mohol vzniknúť objektívny opis súčasnej situácie frazeologizmov v žurnalistike. Takýto prístup zohľadňuje okrem samotných textov i otázku autora, percipienta či kontextu, bez ktorých by akékoľvek úvahy o frazeológii v žurnalistike pôsobili neúplne.

Kľúčové slová:

Aktualizácia. Automatizácia. Autor. Frazeológia. Noviny. Percipient. Text. Zrozumiteľnosť. Žurnalistika.

Abstract

The study deals with phraseology in journalism, mainly with ways of its usage. In the context of thinking about media language, this paper describes the function of phraseologisms in printed journalistic texts. The study depicts and interprets concrete phraseologisms from six Slovak dailies. Besides general information about function and existence of phraseologisms in journalistic texts, study focuses mainly at the topic of intelligibility and questions of actualisation and automatisaton in relation to main topic. View applied in this text connects terms from linguistic semantics and pragmatics, so with the help of this connection we are able to offer an objective picture of phraseology in journalism. This approach is not working only with texts themselves, but considers also problems of author, recipient, context, because without this topics would be any thoughts about phraseology in journalism incomplete.

Key words:

Actualisation. Author. Automatisaton. Journalism. Newspapers. Phraseology. Recipient. Text.

Úvod

Jazyk médií¹ zohráva v spoločnosti významnú úlohu. Nielenže má zásadný vplyv na formovanie jazykovej kultúry národa – na to poukázal Jozef Mistrík už v 80. rokoch, keď naznačil posun v tejto oblasti od jazyka vysokého umenia smerom k jazyku novín, rozhlasu a televízie², s ktorým sú ľudia v intenzívnom kontakte a súčasní lingvisti tento význam jazyka médií tiež zvyrazňujú³, no zároveň svojou podobou (nielen obsahom) formuje i spôsob uvažovania a orientácie ľudí v spoločnosti. Jazyk a spoločnosť sa vo všeobecnosti ovplyvňujú navzájom – jazyk sa vyvíja a formuje podľa potrieb spoločnosti, ktorá sa vyjadruje a myslí v intenciách svojho jazyka, ktorý sa vyvíja a formuje podľa jej potrieb. Vzťah spoločnosti a jazyka teda možno znázorniť nikdy nekončiacim kruhom a inak to nie je ani v prípade užšieho javu – jazyka médií. Príkladom týchto tvrdení sú napríklad zmeny po roku 1989: zmena spoločensko-politického usporiadania znamenala i nemalú zmenu vo fungovaní médií, a tá znamenala i zmenu charakteru jazyka médií. Podľa Gabriely Magalovej jazyk funguje ako „citlivý seizmograf, ktorý reaguje na všetky podnety a pohyby v spoločnosti.“⁴

1 Frazeológia a žurnalistika

Jedným z ukazovateľov tohto jazykového seizmografu je i frazeológia, ako súhrn frazeologických jednotiek v danom jazyku, teda súbor „ustálených slovných spojení, ktoré sa vyznačujú obraznosťou a nerozložiteľnosťou svojho významu, ako aj expresívnosťou“⁵. Frazeológia ako súhrn frazeologizmov predstavuje na jednej strane spätosť s tradíciami, vývinom, históriou a národnou kultúrou, na druhej strane však jej neustály rozvoj i využívanie frazeologizmov v kontexte nových situácií reprezentuje inováciu a zmeny v jazyku, a teda i v kultúre. Tento dvojaký aspekt fungovania frazeológie možno vnímať paralelne s dvomi základnými tendenciami jazyka médií – automatizáciou (tendenciou stabilizovať jazyk) a aktualizáciou (tendenciou inovovať, meniť ho).⁶ Eva Minářová vo svojej *Stylistike pro žurnalisty* k tejto problematike uviedla, že „jedna skupina jazykových prostriedkov, ktoré sa používajú v žurnalistickej oblasti, sa javí ako relatívne stála, nemenná. Ide o ustálené a stereotypne sa opakujúce výrazy, konštrukcie a ustálené pomenovania,

¹ O termíne, ktorý by pomenúval jazyk médií, sa vedú diskusie už desaťročia, pretože sa v závislosti od zamerania a preferencií lingvistov či novinovedcov používa viacero označení daného javu (publicistický štýl, žurnalistický štýl, mediálny jazyk, mediálny diskurz, jazyk novín, atď.). V tomto texte používame slovné spojenie jazyk médií, pod ktorým máme na mysli jazyk používaný novinármi pri tvorbe novinárskych textov pre tlačene i elektronické médiá v najširšom slova zmysle.

² „(...) zatiaľ čo ešte v nedávnej minulosti našu reč ovplyvňoval jazyk dobrých básnikov a spisovateľov, dnes túto funkciu suverénne prevzal j a z y k tlače. Je to nielen preto, že noviny, rozhlas a televízia kvantitou svojich textov ďaleko presahujú romány, poviedky a básne, ale aj a najmä preto, že reč každodennej komunikačnej praxe je oveľa bližšie k reči novín.“ (MISTRÍK, J.: Jazyk nie je len skloňovanie. In *Kultúra slova*, 1982, roč. 16, č. 8, s. 261-265.)

³ Napríklad v konferenčnom zborníku *Jazyková kultúra na začiatku tretieho tisícročia* z roku 2009 (ed. Matej Považaj) túto tému viac či menej explicitne spomenuli Matej Považaj (POVAŽAJ, M.: Jazyková kultúra na Slovensku na začiatku tretieho tisícročia. In POVAŽAJ, M. (ed.): *Jazyková kultúra na začiatku tretieho tisícročia*. Bratislava : VEDA, 2009, s. 13), Sibyla Mislovičová (MISLOVIČOVÁ, S.: Je stav jazykovej kultúry na začiatku nového tisícročia skutočne v katastrofálnom stave? In POVAŽAJ, M. (ed.): *Jazyková kultúra na začiatku tretieho tisícročia*. Bratislava : VEDA, 2009, s. 74) alebo Daniela Slančová (SLANČOVÁ, D.: Detabuizácia a markantnosť výrazu v sérii cestopisných kníh Borisa Filana. In POVAŽAJ, M. (ed.): *Jazyková kultúra na začiatku tretieho tisícročia*. Bratislava : VEDA, 2009 s. 135).

⁴ MAGALOVÁ, G.: Frazeologizmy v printovom spravodajstve. In BOČÁK, M., RUSNÁK, J. (eds.): *Médiá a text II*. Prešov : Prešovská univerzita, 2008, s. 109.

⁵ MLACEK, J.: *Slovenská frazeológia*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1984, s. 46.

⁶ „Práve pri parémiach a frazém je možné sledovať prebiehajúcu dynamiku žurnalistickej jazykovej komunikácie, pretože parémie a frazémy sú jej odrazom a zároveň dokladom znalosti jazyka s všetkým dedičstvom kultúrnej minulosti, ľudovej múdrosti a v neposlednom rade sú dokladom pohotovosti a vyjadrovacej schopnosti autorov.“ In MINÁŘOVÁ, E.: *Stylistika pro novináře*. Praha : Grada, 2011, s. 213.

ktoré ich obsahujú, ktoré žurnalisti využívajú v určitých situáciách takmer mechanicky. (...) Na druhej strane možno badať tesnú závislosť jazykových prostriedkov od doby, spoločenského, ekonomického a politického diania. Využívané prostriedky sa menia, aktualizujú a sú odrazom doby a diania v nej, sledujeme teda i druhý proces – proces aktualizácie.“⁷

S týmito tendenciami sa nespája len vyššie naznačené dvojaké pôsobenie frazeológie v jazyku a kultúre, ale i prístup konkrétneho autora (používateľa jazyka, v našom prípade novinára) k nej – či siahne po originálnej podobe frazeologizmu, alebo ho zmení, inovuje (v závislosti od témy, žánru, funkcie textu, kontextu či svojej vlastnej kreativity). V slovenskej frazeologickej terminológii sa pracuje s termínom aktualizácie postupy: „Realizácie aktualizáčnych zásahov, pri ktorých sa rozlične obmieňa, modifikuje, aktuálne posúva ustálená významová platnosť frazémy a zároveň sa mení ustálené zloženie komponentov, resp. ich rozloženie vo frazéme.“⁸

V tomto bode je však treba podotknúť, že i využitím inovovanej formy frazeologizmu prispieva autor textu k stabilizácii pozície danej jednotky v lexikálnom systéme už len tým, že pracuje s jej významom a istým množstvom jej formálnych prvkov. Ako napríklad v tomto prípade z titulku v denníku *SME*: „Hudek sa s Lexom dohovára, ako zamiest' únos.“⁹ – ide síce o skrátenú formu frazeologizmu „zamiest' niečo pod koberec“, ale z kontextu je zrejmé, že napriek formálnej zmene významový posun nenastával, takže pre čitateľa to neznamená žiadnu komplikáciu pri interpretácii.

Využívanie frazeológie v žurnalistických textoch je častý jav, ktorý si každý ľahko overí pri čítaní hociktorého periodika. V našom prípade skúmania výtlačkov šiestich denníkov z jedného dňa to bolo 80 frazeologických jednotiek, čiže viac ako 12 na jedno číslo.

Tento jav zároveň dokazuje i kontinuálny záujem lingvistov a novinovedcov o danú problematiku.¹⁰ Keďže „využívanie frazém v komunikácii, či už každodennej, hovorovej, alebo i tej zameranej na prenos aktuálnych informácií s možným zámerom ovplyvniť, presvedčiť, resp. minimálne zaujať svojho recipienta, ako je to typické pre žurnalistické komunikáty, súvisí nielen s lexikológiou, ktorej časť frazeológia tvorí, ale aj s lingvistickou sémantikou a pragmatikou,“¹¹ budeme sa v tomto príspevku sústrediť i na to, akým spôsobom sa frazeologické jednotky v žurnalistických textoch využívajú, na akých miestach, a na jednotlivých príkladoch sa pokúsime odpovedať na otázku, akú funkciu frazeologizmy v žurnalistických textoch majú i vzhľadom na vzťahy medzi autorom, textom a percipientom. To znamená, že zo sémantického hľadiska sa budeme sústrediť na spôsob prenášania významu, z pragmatického najmä na fungovanie frazeologizmu v danom kontexte, na

⁷ MINÁŘOVÁ, E.: *Stylistika pro novináře*. Praha : Grada, 2011, s. 186.

⁸ MLACEK, J., ĎURČO, P. a kol.: *FRAZEOLOGICKÁ TERMINOLÓGIA*. Bratislava : STIMUL, 1995. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <https://www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/>.

⁹ BURČÍK, M.: Súd: Hudek sa s Lexom dohovára, ako zamiest' únos. In *SME*, 2020, roč. 28, č. 75, s. 6.

¹⁰ Pozri napríklad: MAGALOVÁ, G.: *Frazeológia (nielen) pre žurnalistov*. Nitra : Katedra žurnalistiky FF UKF, 2008, s. 87.; MAGALOVÁ, G.: Frazeologizmy v printovom spravodajstve. In BOČÁK, M., RUSNÁK, J. (eds.): *Médiá a text II*. Prešov : Prešovská univerzita, 2008, s. 111-117.; MLACEK, J.: Publicistická frazeológia v slovenčine. In *Studia Academica Slovaca*, 1990, roč. 19, s. 223-239.; SERAFÍNOVÁ, D.: Frazémy v slovenskej periodickej tlači z obdobia 1.ČSR (1918 – 1938). In *Otázky žurnalistiky*, 2018, roč. 61, č. 1-2, s. 12-28.; SERAFÍNOVÁ, D.: Frazeológia v týždenníkoch. In *Otázky žurnalistiky*, 1985, roč. 28, č. 1, s. 26-32.; SERAFÍNOVÁ, D.: K niektorým aspektom využitia frazeológie v denníkoch Práca a Smena. In *Otázky žurnalistiky*, 1982, roč. 25, č. 1, s. 32-41.; STANKOVÁ, M.: Publicistická frazeológia na Slovensku (v kontexte výskumov Danuše Serafinovej). In *Od novinovedy k teórii a dejinám žurnalistiky: zborník k životnému jubileu Danuše Serafinovej*. Bratislava : Združenie MASS-MEDIA-SCIENCE, 2020, s. 51-64.

¹¹ STANKOVÁ, M.: Publicistická frazeológia na Slovensku (v kontexte výskumov Danuše Serafinovej). In *Od novinovedy k teórii a dejinám žurnalistiky: zborník k životnému jubileu Danuše Serafinovej*. Bratislava : Združenie MASS-MEDIA-SCIENCE, 2020, s. 51.

jeho zrozumiteľnosť, na jeho efektívnosť v rámci komunikácie (interpretačnej aktivity percipienta), na zámer autora a jeho naplnenie. Z hľadiska lexikológie je dôležitá otázka vzniku frazeologizmu, či ide o jednotku pôvodnú, aktualizovanú alebo novú, i to, ako funguje v jazyku médií – v rámci dvoch základných tendencií charakterizujúcich tento jazyk – aktualizácie a automatizácie.

V texte pracujeme s termínom jazyk médií, no problematiku budeme opisovať výberovo len na printových a webových žurnalistických textoch.

1.1 Predmet skúmania

Príklady a ukážky využívania frazeologizmov pochádzajú, ako sme už spomenuli vyššie, zo šiestich slovenských denníkov – *Denník N*, *Hospodárske noviny*, *Nový čas*, *Plus JEDEN DEŇ*, *Pravda* a *SME* zo dňa 30. marca 2020. Dokopy sa v nich nachádza 80 slov, slovných spojení alebo viet, ktoré možno označiť za frazeologizmy.

Tabuľka 1 ukazuje, koľko frazeologizmov sa nachádza v konkrétnom denníku, koľko z nich bolo obsiahnutých v titulku a koľko článkov v danom periodiku obsahovalo frazeologizmus.

Tabuľka 1 – Výskyt frazeologizmov vo vybraných denníkoch.

Denník	F	F v titulku	Počet článkov s F
<i>Denník N</i>	6	0	2
<i>Hospodárske noviny</i>	10	0	6
<i>Nový čas</i>	11	2	7
<i>Plus JEDEN DEŇ</i>	5	1	3
<i>Pravda</i>	30	1	11
<i>SME</i>	18	4	12

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Z tabuľky je zrejmé, že najviac frazeologizmov sa nachádza v denníku *Pravda*, v ktorom vyšiel i komentár *Sedem. Šťastné číslo?* od Zdenky Kollárovej. Tento text samotný obsahoval viac ako desať frazeologických slovných spojení, a preto na jeho príklade naznačíme možnosti využívania frazeologizmov v tvorbe žurnalistických textov a pokúsime sa na ňom demonštrovať odpovede na otázky, ktoré sme naznačili vyššie.

Tabuľka však naznačuje i ďalšie zistenia. Napríklad to, že druh periodika (v rámci delenia médií na mienkotvorné a bulvárne) nemá na využívanie frazeologizmov zásadný vplyv, pretože vidíme, že počet využitých frazeologizmov sa v tomto ohľade zásadne nelíši. Či to, že ani využívanie frazeologizmov v titulku v našom prípade nie je výrazne zastúpené¹² – šesť výtlačkov slovenských denníkov predstavuje za jeden deň 264 titulkov, z ktorých len v 8 prípadoch bol frazeologizmus využitý v titulku.

1.2 Fungovanie frazeologizmov v žurnalistike na príklade komentára *Sedem. Šťastné číslo?*¹³

Komentár Zdenky Kollárovej, uverejnený v denníku *Pravda* s rozsahom 473 slov, obsahuje 12 frazeologických jednotiek – od slovných spojení až po vety, a celkovo ide o 67 slov, čiže 14 % zo všetkých slov je súčasťou frazeologického pomenovania.

¹² Tejto problematike sa venuje viacero vedeckých štúdií, ako napr. MLACEK, J.: Frazeologické jednotky v novinových titulku. In *Kultúra slova*, 1973, roč. 7, č. 6, s. 193-199.

¹³ KOLLÁROVÁ, Z.: *Sedem. Šťastné číslo?* In *Pravda*, 2020, roč. 30, č. 75, s. 12.

Tento komentár sa, podobne ako viacero skúmaných textov, zaoberá problematikou ekonomických opatrení vlády pri boji s krízou spôsobenou koronavírusom a karanténou. Keďže ide o žáner komentár, ktorý podľa Mistríka opisované fakty interpretuje, uplatňuje pri tom postoj autora, obsahuje dialogické a polemické prvky¹⁴, je zrejmé, že z funkcií žurnalistiky sa na úkor informovania dostáva do popredia formulovanie a zverejňovanie názoru, snaha presvedčiť a zaujať. I z toho je zrejmé, že jazyk komentára môže byť expresívnejší. Dôkazom je i viacero rôznych frazeologických jednotiek v tomto prípade.

V texte sa nachádzajú tieto frazeologizmy:

- *Z niekoľkých desiatok opatrení, čo unikli saskárom pred desiatimi dňami (a stihli poriadne napaprčiť odborárov), a z ďalších 50, o ktorých sa dohadovalo ministerstvo hospodárstva ešte vo štvrtok, sa do finále prebojovalo len sedem. Kroky vlády na ekonomickom poli tak budia rozpaky.*
- *Analytici nad balíčkom krúčia hlavou.*
- *Kde to už majú prerátané zhora-zdola.*
- *V porovnaní s českými 18 percentami veľmi slabá náplast' na zaseknutú ekonomiku.*
- *Recesia je na spadnutie. Vo vzduchu už lietali dvojciferné prepady rastu. Všetko však stojí a padá na tom, ako dlho bude úradovať pandémia.*
- *Z kola von sú tak všetci veľkí hráči.*
- *Akoby sa vonku nechumelilo.*
- *A že tá veru už klope na dvere, je nad slnko jasnejšie.*
- *Hoci stihnúť toľko tlačoviek, krízové štáby, vládu, parlament a pomedzi to niekoľko televíznych relácií je aj na koňa priveľa.*

Pri pohľade na uvedené frazeologizmy vidíme, že väčšina z nich predstavuje príklon k hovorovosti – kolokvializáciu, ktorá sa tiež vníma ako dôsledok spoločensko-politických zmien po roku 1989 v žurnalistike¹⁵. Ich funkciou je však expresívnym a obrazným spôsobom zdôrazniť nesúhlasný názor autorky na opatrenia vlády. Okrem toho v častiach, kde autorka opisuje začínajúcu sa ekonomickú krízu, frazeologizmy pôsobia ako emotívne opísanie situácie, čo sa dosahuje práve obraznými prostriedkami – (kríza) „je na spadnutie“, „klope na dvere“. Ich emotívnosť v tomto prípade hraničí s negatívnym vyjadrením, nie je však prehnaná, skôr obraznosťou zjemňuje situáciu. Ak má komentár „vyvolávať isté napätie medzi autorom a čitateľom“¹⁶, v tomto prípade túto funkciu vykonávajú i frazeologizmy – autorka opisuje situáciu čakania na krízu vetou „Akoby sa vonku nechumelilo.“ a o povinnostiach členov novej vlády s ironickou ľútosťou hovorí, že toho „je aj na koňa priveľa“. Obraznosť frazeologizmov podľa Bohumily Junkovej „umožňuje publicistovi nepomenúvať skutočnosť priamo. To môže byť niekedy výhodné, pretože názoru, ktorý nie je jednoznačne sformulovaný, sa väčšinou nedá nič vytknúť.“¹⁷Vidíme teda, že niekedy frazeologické zjemnenie výpovede môže súvisieť i so slušnosťou vo vyjadrovaní.

Napriek tomu, že komentár sa zaoberá závažnou situáciou, z hľadiska frazeologizmov využíva najmä tie hovorové, možno povedať, že v tomto prípade čitateľovi slúžia na zjednodušenie interpretácie textu a zároveň na zjemnenie negatívnych opisovaných javov finančnej i spoločenskej krízy.

¹⁴ MISTRÍK, J.: *Štylistika*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997, s. 473.

¹⁵ MAGALOVÁ, G.: Frazeologizmy v printovom spravodajstve. In BOČÁK, M., RUSNÁK, J. (eds.): *Médiá a text II*. Prešov : Prešovská univerzita, 2008, s. 109.

¹⁶ MISTRÍK, J.: *Štylistika*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997, s. 473.

¹⁷ JUNKOVÁ, B.: *Jazyková dynamika súčasnej publicistiky*. Praha : ARSCI, 2010, s. 149-150.

1.3 Fungovanie frazeologizmov v žurnalistike s ohľadom na zrozumiteľnosť textu

Z hľadiska zrozumiteľnosti, teda „komunikačného parametra, do ktorého sa premieta vzťah medzi informačnou ponukou textu a jeho recepciou na podklade mentálneho stavu príjemcu“¹⁸, majú frazeologizmy dvojakú potenciálnu funkciu. Frazeologizmy na jednej strane pútajú pozornosť, zaujmú čitateľa nezvyčajnosťou, v zmysle Šklovského termínu ich možno vnímať ako ozvláštnenie¹⁹, no na strane druhej sú prejavom stability, ustálenosti v jazyku – sú zrozumiteľné každému, takže môžu slúžiť ako interpretačná skratka. Pod pojmom interpretačná skratka máme na mysli také jazykové prostriedky (najmä slová či slovné spojenia), ktoré čitateľovi zjednodušia interpretačný proces zvýšením zrozumiteľnosti textu.

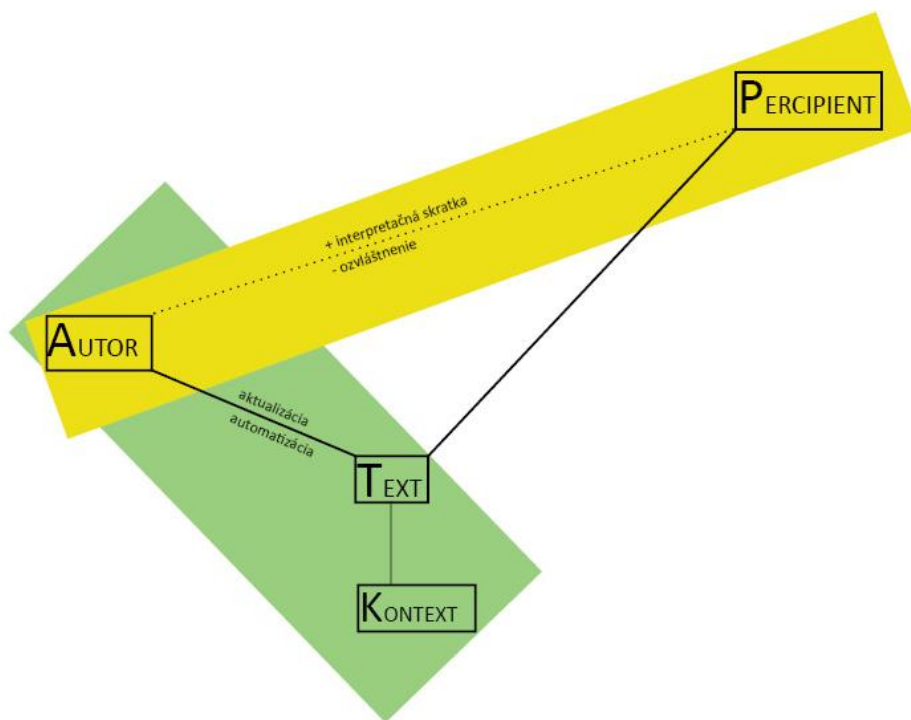
Veď ak novinár nazve svoj text „*Ruka ruku myje*“, ako je to napríklad v prípade glosy Martina Krna²⁰, každému čitateľovi je jasné, o čo v danom texte pôjde a frazeologizmus v titulku poslúžil ako interpretačná skratka.

Práve táto bipolarnosť využívania frazém sa ukazuje ako zaujímavý fenomén – jeden a ten istý typ lexikálnej jednotky slúži na jednej strane ako anomália – zaujímavosť, ktorá môže znižovať zrozumiteľnosť textu, na druhej strane ako interpretačná skratka, ktorá zrozumiteľnosť, naopak, zvyšuje. Tieto dva aspekty však nie je možné automaticky stotožniť s aktualizáciou a automatizáciou, pretože tie súvisia viac so vzťahom „autor – text“, konkrétne s autorovou kreativitou v zmysle, či využije celý pôvodný frazeologizmus, alebo ho inovuje, zrenovuje. Vplyv frazeologizmov na zrozumiteľnosť textu na druhej strane súvisí so vzťahom „autor – percipient“, pričom frazeologizmy – interpretačné skratky možno v tomto zmysle hodnotiť ako pozitívne javy, lebo zvyšujú zrozumiteľnosť textu, kým ozvláštnenie, naopak, hodnotíme ako negatívne (Ilustrácia 1).

¹⁸ DOLNÍK, J: *Všeobecná jazykoveda*. Bratislava : VEDA, 2009, s. 318.

¹⁹ „(...) ozvláštnění, jehož efekt spočívá ve vynětí věci z řady faktů obyčejného života, obvyklých asociací, v přesunu význa-mu, přemístění pojmu do jiné významové řady (...)“ In MACURA, V., JEDLIČKOVÁ, A. (eds.): *Průvodce po světové literární teorii 20. století*. Brno : HOST, 2012, s. 711.

²⁰ KRNO, M.: *Ruka ruku myje*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na: <<https://nazory.pravda.sk/komentare-a-glosy/clanok/69962-ruka-ruku-myje/>>.



Obrázok č. 1 -Vzťah autor – percipient a vzťah autor text z hľadiska využívania frazém.

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Uvedme si to na príklade z článku *Postačí na záchranu firiem sedem opatrení?* od Branislava Tomu a Zdenky Kollárovej, uverejnenom v denníku *Pravda*.

„*Veľa potlesku nezožala vláda ani u odborárov.*“²¹

Slovné spojenie „zožať potlesk“ vzniklo inovovaním ustáleného slovného spojenia „zožať úspech“ a v zápornej forme slúži na vyjadrenie negatívneho hodnotenia siedmich opatrení vlády Igora Matoviča v boji s koronavírusom. Je isté, že pre čitateľa nebude predstavovať interpretačnú výzvu. Na druhej strane komplikáciu pri interpretácii môže znamenať napríklad veta „*Ťahať hausnumero z brucha – pretože 1:20 je hausnumero – v takejto vážnej veci ešte ničomu nepomohlo.*“²² zo stĺpčeka Petra Schutza, a to práve pre inováciu frazémy „*hovoríť z brucha*“ v zmysle *hovoríť bez prípravy*, ktorá je doplnená hovorovým výrazom „*hausnumero*“ a zároveň slovesom „*ťahať*“, ktoré vo viacerých významoch znamená namáhavú prácu a zároveň môže konotovať slovné spojenie „*ťahať zajaca z klobúka*“.

Nielen v akademickom prostredí sa v súčasnosti konštatuje akýsi stav úpadku jazyka médií – ak by sme sa pridali k takémuto konštatovaniu, treba za tým hľadať minimálne dva javy – dežurnalizáciu médií vo všeobecnosti²³ a s ňou spojenú kolokvializáciu jazyka médií. V tejto súvislosti treba poznamenať, že je to práve kolokvializácia, ktorá zvyšuje zrozumiteľnosť jazyka médií – i konkrétne v prípade frazeológie v tejto oblasti – hoci znižuje ich jazykovú úroveň.

²¹ TOMA, B., KOLLÁROVÁ, Z.: *Postačí na záchranu firiem sedem opatrení?* In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 6.

²² SCHUTZ, P.: *Hausnumero*. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 1.

²³ Anna Sámelová definuje dežurnalizáciu ako „*označenie všeobecne prítomnej de-profesionalizácie žurnalistických remesiel (textových, zvukových aj obrazových) v médiách na báze internetu. Ide o stav prakticky neobmedzenej dostupnosti zverejňovania vlastných amatérskych článkov, audionahrávok, fotografií či videí.*“ SÁMELOVÁ, A.: *Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2018, s. 27.

Dokazujú to príklady tohto typu: „*Prepína nám. Ak je človek zavretý na jednom mieste, uchýli sa k zúfalým veciam.*“²⁴; „*Chvíľu to funguje, aj keď príde búrka, ale realita nakoniec predsa len zvíťazí. Jednoducho povedané: môžete hovoriť, že vaše testy sú naozaj krásne, akurát ľuďom je to nakoniec na dve veci.*“²⁵

Podobne ako aktualizácia a automatizácia i oscilovanie na hrane zrozumiteľnosti a vzdelávania masového adresáta je typickou črtou jazyka médií. Jednou z funkcií žurnalistiky je i vzdelávať čitateľa. V prípade takýchto štylizácií, pochopiteľne, ide vzdelávacia funkcia do úzadia práve na úkor čo najvyššej zrozumiteľnosti.

1.4 Frazeologizmy v žurnalistike z hľadiska aktualizácie a automatizácie

Automatizácia v žurnalistike, ako sme už naznačili, predstavuje stabilitu a v prípade frazeológie sa prejavuje napríklad pri používaní frazeologizmov v originálnej, nezmenenej podobe. Najčastejšie k tomu dochádza v prípade, keď autor využije frazeologizmus ako samostatnú vetu: „*Klobúk dole!*“²⁶, „*Nesmieme pre stromy nevidieť les.*“²⁷; „*Akoby sa vonku nechumelilo.*“²⁸; „*Čím skôr to bude, tým lepšie...*“²⁹; „*Krízka-nekrízka. NATO je väčšie.*“³⁰; alebo dokonca dva frazeologizmy v jednom súvetí: „*A že tá veru už klope na dvere, je nad slnko jasnejšie.*“³¹

Využívanie frazeologizmu v originálnej podobe ako súčasť viet či súvetí nájdeme v každom zo skúmaných periodík:

- *Denník N* – „*Alebo sa vymyslí niečo iné, skrátka Únia a eurozóna nedopustia bankrot žiadnej veľkej krajiny a malé štáty ako Slovensko sa na tom v pohode zvezú.*“³²
- *Hospodárske noviny* – „*V sobotu 30. marca 2019 nová hlava štátu Zuzana Čaputová prepísala históriu Slovenska a stala sa prvou prezidentkou.*“³³
- *Nový čas* – „*Pomocnú ruku v boji s pandemiou sa rozhodol podať aj slovenský hokejista Andrej Sekera (33).*“³⁴
- *Plus JEDEN DEŇ* – „*Pallová vytočená do vývrtky: Objednala si jedlo a vybuchla od zlosti.*“³⁵
- *Pravda* – „*Najviac vrások však obchodom narobí nariadenie, že musia zabezpečiť, aby počet ľudí neprekročil limit 25 štvorcových metrov na jedného nakupujúceho.*“³⁶
- *SME* – „*Spustnuté slaniská potrebujú zvieratá ako soľ.*“³⁷

Aktualizácia, naopak, predstavuje dynamiku jazyka, jeho obmieňanie a inovovanie. V prípade frazeologizmov o tomto jave možno uvažovať dvojako. Buď ide o frazeologizmy, ktoré sú

²⁴ am, mz: Máme jedinečnú šancu, tak ju využime. In *Plus JEDEN DEŇ*. 2020, roč. 14, č. 75, s. 3.

²⁵ MAREC, S.: Ako populistí bojujú proti korone. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 9.

²⁶ KORBEL, M.: Bojnickej nemocnici venujem 100-tisíc eur! In *Nový čas*. 2020, roč. 30, č. 88, s. 26.

²⁷ ŠTEFANIDES, Z.: Bez peňazí z neba to nepôjde. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 6.

²⁸ KOLLÁROVÁ, Z.: Sedem. Šťastné číslo? In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 12.

²⁹ PROKEŠ, J.: Srdečné pozdravy z karantény. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 23.

³⁰ MATIŠÁK, A.: Krízka-nekrízka. NATO je väčšie. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 12.

³¹ KOLLÁROVÁ, Z.: Sedem. Šťastné číslo? In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 12.

³² ČIKOVSKÝ, K.: Teraz nie je čas šetriť a moralizovať. In *Denník N*. 2020, roč. 6, č. 62, s. 16.

³³ STREMPEKOVÁ, B.: Prezidentka oslavuje prvý rok od víťazstva vo voľbách. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 4.

³⁴ KORBEL, M.: Bojnickej nemocnici venujem 100-tisíc eur! In *Nový čas*. 2020, roč. 30, č. 88, s. 26.

³⁵ akm, dd: Pallová vytočená do vývrtky: Objednala si jedlo a vybuchla od zlosti. In *Plus JEDEN DEŇ*. 2020, roč. 14, č. 75, s. 11.

³⁶ BOŠKOVIČOVÁ, A.: Krízový štáb otvára ďalšie obchody. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 2.

³⁷ LIPTÁKOVÁ, J.: Spustnuté slaniská potrebujú zvieratá ako soľ. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. VIII (príloha *SME v regióne*).

aktualizované kontextovo (napríklad pri frazeologizmoch založených na verbálnej zložke sa aktualizuje agens a/alebo paciens deja, alebo sa menia príznaky vyjadrené adjektívami, či niektoré zložky frazeologizmu vypadnú a pod.), no význam zostáva zachovaný; frazeologizmy sa inovujú na formálnej i sémantickej úrovni.

Príkladov na kontextové aktualizácie frazém sa vo vybranej vzorke denníkov nachádzalo viacero, napríklad:

„Nákupná horúčka ustala.“³⁸

„Navyše za minulú sezónu vygenerovala dvadsiatka prvoligových tímov tržby vo výške 2,77 miliardy eur a talianske ligové ‚calcio‘ sa pomaly vracalo na globálne výslnie.“³⁹

Druhý smer realizácie aktualizácie jazyka médií v tomto kontexte znamená ich inováciu, modernizáciu, pri ktorej sa posúva význam, ako napríklad:

- vyložiť karty na stôl: „Dnes, o tri týždne neskôr, sú fakty na stole.“⁴⁰
- v núdzi poznáš priateľa: „V kríze poznáš klamára.“⁴¹
- smrť si nevyberá + byť si rovní: „Pánboh a vírus si nevyberajú, pred nimi sme si všetci rovní.“⁴²

Ďalšia možnosť, ktorá reprezentuje aktualizáciu v jazyku médií, je využívanie nových prvkov, ktoré pochádzajú z cudzích jazykov, napríklad frazémy, ktoré vychádzajú z anglických ustálených slovných spojení. Dôkazom toho je napríklad podtitulok v denníku *SME*: „Pastva ako win-win riešenie.“⁴³ či veta z komentára v *Denníku N*: „A keďže Pakt stability a rastu sa minulý týždeň oficiálne dostal do standby módu, ani za desaťpercentný deficit v tomto roku voči žiadnej krajine nebude Komisia skúšať nejaké postihy.“⁴⁴

Záver

Stručne sme načrtli, ako fungujú frazeologizmy v súčasnej žurnalistike, na akých miestach a s akým cieľom sa využívajú. Frazeológia z hľadiska čitateľa a zrozumiteľnosti v jazyku médií funguje dvojako – i ako ozvlášťujúci prvok, ktorý púta pozornosť a zároveň interpretáciu textu môže sťažiť, ale i ako interpretačná skratka – práve pre svoju univerzálnosť a ustálenú sémantiku. Ako sme videli, v slovenských denníkoch sa vyskytuje v titulkoch i textoch, jej využitie nie je spojené s charakterom periodika (mienkotvorné vs. bulvárne).

Okrem nami naznačených prístupov by bolo v budúcnosti prínosné sústrediť sa ako na otázky spojené so sémantikou, tak i na pragmatické problémy. Pretože len zohľadnenie oboch aspektov využívania – i samotnej existencie – frazeologizmov v žurnalistike môže priniesť pravdivé odpovede na naznačené otázky. Vynárajú sa možné výskumné témy ako frazeológia v titulkoch, frazeológia v bulvárnych médiách, frazeológia v závislosti od žánrov, prípadne frazeológia v televízii či rozhlase.

³⁸ sita: Nákupná horúčka ustala. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 6.

³⁹ RENDEK, M.: Amazon cieľi v kríze na Seriu A. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 8.

⁴⁰ MAREC, S.: Ako populistí bojujú proti korone. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 9.

⁴¹ CUNNINGHAM, B.: V kríze poznáš klamára. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 10.

⁴² BLAŠČÁK, M.: Smrť sebeckého kapitalizmu. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 13.

⁴³ LIPTÁKOVÁ, J.: Spustnuté slaniská potrebujú zvieratá ako soľ. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. VIII (príloha *SME v regióne*).

⁴⁴ ČIKOVSKÝ, K.: Teraz nie je čas šetriť a moralizovať. In *Denník N*. 2020, roč. 6, č. 62, s. 16.

Ako je vidno, frazeológia predstavuje ako tradíciu, stabilitu v jazyku i kultúre, tak i inováciu. Práve preto je vhodné sa jej prítomnosťou a funkciou v médiách zaoberať.

Literatúra a zdroje:

[akm, dd]: Pallová vytočená do vývrtky: Objednala si jedlo a vybuchla od zlosti. In *Plus JEDEN DEN*. 2020, roč. 14, č. 75, s. 11. ISSN 1336-9776.

BLAŠČÁK, M.: Smrť sebeckého kapitalizmu. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 13. ISSN 1336-1996.

BOŠKOVIČOVÁ, A.: Krízový štáb otvára ďalšie obchody. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 2. ISSN 1335-4050.

CUNNINGHAM, B.: V kríze poznáš klamára. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 10. ISSN 1335-4418.

ČIKOVSKÝ, K.: Teraz nie je čas šetriť a moralizovať. In *Denník N*. 2020, roč. 6, č. 62, s. 16. ISSN 1338-8789.

DOLNÍK, J.: *Všeobecná jazykoveda*. Bratislava : VEDA, 2009.

KOLLÁROVÁ, Z.: Sedem. Šťastné číslo? In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 12. ISSN 1335-4050.

KORBEL, M.: Bojnickej nemocnici venujem 100-tisíc eur! In *Nový čas*. 2020, roč. 30, č. 88, s. 26. ISSN 1336-314X.

KRČMÁRIK, M.: V Iráne zomrel najdlhšie väznený americký zajatec. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 7. ISSN 1335-4418.

KRNO, M.: *Ruka ruku myje*. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na:

<<https://nazory.pravda.sk/komentare-a-glosy/clanok/69962-ruka-ruku-myje/>>.

LIPTÁKOVÁ, J.: Spustnuté slaniská potrebujú zvieratá ako soľ. In *SME*. roč. 28, č. 75, s. VIII (príloha SME v regióne). ISSN 1335-4418.

MACURA, V., JEDLIČKOVÁ, A. (eds.): *Průvodce po světové literární teorii 20. století*. Brno : HOST, 2012.

MAGALOVÁ, G.: *Frazeológia (nielen) pre žurnalistov*. Nitra : Katedra žurnalistiky FF UKF, 2008.

MAGALOVÁ, G.: Frazeologizmy v printovom spravodajstve. In BOČÁK, M., RUSNÁK, J. (eds.): *Médiá a text II*. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2008, s. 109-115.

MAREC, S.: Ako populistí bojujú proti korone. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 9. ISSN 1335-4418.

MATIŠÁK, A.: Kríza-nekríza. NATO je väčšie. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 12. ISSN 1335-4050.

MINÁŘOVÁ, E.: *Stylistika pro novináře*. Praha : Grada, 2011.

MISTRÍK, J.: Jazyk nie je len skloňovanie. In *Kultúra slova*. 1982, roč. 16, č. 8, s. 261-265.

MISTRÍK, J.: *Štylistika*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1997.

MLACEK, J., ĎURČO, P. a kol.: *FRAZEOLOGICKÁ TERMINOLÓGIA*. Bratislava : STIMUL, 1995. [online]. [2020-04-02]. Dostupné na:

<https://www.juls.savba.sk/ediela/frazeologicka_terminologia/>.

MLACEK, J.: Frazeologické jednotky v novinových titulkoch. In *Kultúra slova*. 1973, roč. 7, č. 6, s. 193-199.

MLACEK, J.: Publicistická frazeológia v slovenčine. In *Studia Academica Slovaca*, 1990, roč. 19, s. 223-239.

MLACEK, J.: *Slovenská frazeológia*. Bratislava : Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1984.

PROKEŠ, J.: Srdečné pozdravy z karantény. In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 23. ISSN 1335-4050.

RENDEK, M.: Amazon cieľi v kríze na Seriu A. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 8. ISSN 1336-1996.

SÁMELOVÁ, A.: *Moc a pravda v podmienkach Rozhlasu a televízie Slovenska*. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, 2018.

- SERAFÍNOVÁ, D.: Frazémy v slovenskej periodickej tlači z obdobia 1. ČSR (1918 – 1938). In *Otázky žurnalistiky*. 2018, roč. 61, č. 1-2, s. 12-28. ISSN 0322-7049.
- SERAFÍNOVÁ, D.: Frazeológia v týždenníkoch. In *Otázky žurnalistiky*. 1985, roč. 28, č. 1, s. 26-32.
- SERAFÍNOVÁ, D.: K niektorým aspektom využitia frazeológie v denníkoch Práca a Smena. In *Otázky žurnalistiky*. 1982, roč. 25, č. 1, s. 32-41.
- SCHUTZ, P.: Hausnumero. In *SME*. 2020, roč. 28, č. 75, s. 1. ISSN 1335-4418.
- sita: Nákupná horúčka ustala. In *SME*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 6. ISSN 1335-4418.
- STANKOVÁ, M.: Publicistická frazeológia na Slovensku (v kontexte výskumov Danuše Serafínovej). In *Od novinovedy k teórii a dejinám žurnalistiky: zborník k životnému jubileu Danuše Serafínovej*. Bratislava : Združenie MASS-MEDIA-SCIENCE, 2020, s. 51-64.
- STREMPEKOVÁ, B.: Prezidentka oslavuje prvý rok od víťazstva vo voľbách. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 4. ISSN 1336-1996.
- ŠTEFANIDES, Z.: Bez peňazí z neba to nepôjde. In *Hospodárske noviny*. 2020, roč. 27, č. 62, s. 6. ISSN 1336-1996.
- TOMA, B., KOLLÁROVÁ, Z.: Postačí na záchranu firiem sedem opatrení? In *Pravda*. 2020, roč. 30, č. 75, s. 6. ISSN 1335-4050.

Kontaktné údaje:

Mgr. Mária Stanková, PhD.
Katedra žurnalistiky
Filozofická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave
Štúrova 9
818 02 Bratislava
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
maria.stankova@uniba.sk

DIGITÁLNÍ A MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST V SOUČASNÉM PROSTORU VĚZNIC

Digital and media literacy in contemporary prison space

René Strouhal

Abstrakt

Užívání internetu patřící k sociálnímu životu se rovněž dotýká vězňů. Odborný výzkum akcentuje možnost internetové komunikace s blízkými a nové možnosti vzdělávání prostřednictvím internetu jako resocializační nástroj k snížení recidivy. Evropská vězeňská pravidla a některé národní legislativy berou v potaz spojitost se základními právy člověka, jiné státní systémy nebo jejich dílčí věznice to popírají. Některé věznice mají k dispozici i speciální internetové aplikace. Relace mezi přístupem k internetu vězňů k míře věznění populace, respektive kriminalitě, je možno zhodnotit statistickými metodami a komparací, potažmo číselně a deskriptivně demonstrovat.

Klíčová slova:

Edukace. Internet. Legislativa. Vězeňské programy zacházení. Věznice.

Abstract

The use of the Internet belonging to social life also affects prisoners. Professional research accentuates the possibility of internet communication with loved ones and new possibilities of education via the Internet as a re-socialization tool to reduce recurrence. European prison rules and some national legislation take into account the link with fundamental human rights, other state systems or their partial prisons deny it. Some prisons also have special Internet applications. The relation between the access of prisoners to the Internet and the rate of imprisonment of the population, respectively crime rate, can be evaluated by statistical methods and comparisons, or numerically and descriptively.

Keywords:

Education. Internet. Jail. Legislativ. Prison treatment programs.

Úvod: Aktuálnost tématu

Využití internetu pro privátní účely přináší zásadní zlom ve vývoji lidstva a ve fenoménu, který bývá nazýván jako informační revoluce. Internet slouží jako jedno nejpoužívanější médium masivního a rychlého šíření informací, usnadnil proces globalizace, modernizace a digitalizace, což kromě pozitivit přináší společnosti i nemalé problémy díky jeho zneužití. A i když je internet prostředkem pro páchaní kybernetických útoků nebo šíření materiálu zachycujícího sexuální zneužívání dětí a podobně, přináší společnosti hlavně obrovské výhody.

Přesto v současné době zhruba 4 miliardy lidí (cca 60 % světové populace) přístup k internetu nemají. V státech jako Čína, Rusko nebo Írán je internet předmětem blokády, filtrování a cenzury. V západní civilizaci je dennodenní život bez internetu takřka nepředstavitelný a z lidsko - právního úhlu pohledu je internet svým způsobem katalyzátorem některých základních práv.

Poněvadž patří k sociálnímu životu, dotýká se rovněž problematiky odsouzených, uvězněných a trestaných osob. Povolení přístupu vězňů na internet je však téma s velkou a rozporuplnou diskuzí, jak je uvedeno níže. Protože však v rámci kontaktu s vnějším světem musí být vězňům umožněna nejen korespondence či jiné způsoby komunikace, ale i možnosti vzdělávání, vytváří se prostor pro distanční studium a především e-learning.

Zůstává faktem, že přes počáteční příslib zlepšení přístupu ke vzdělání a jeho flexibility však digitální revoluce radikálně nezlepšila podíl účasti uvězněných studentů obvykle z prostředí nízkého socioekonomického postavení a čelí dalším překážkám terciárního studia, které jsou příznačné pro prostředí nápravných středisek.

Různé věznice mohou mít velmi odlišné postoje nebo přístup ke vzdělání. Vězni, kteří studují kurzy korespondenčně, musí oznamovat svému poskytovateli kurzů, obvykle poštou, změny zadržení s novou poštovní adresou, a musí doufat v dobrou vůli poskytovatele kurzu i nového vězeňského školitele, aby jim pomohli dohnat zameškané učivo. Dojde-li ke ztrátě nebo nesprávnému umístění studijních materiálů, musí chovanci požádat poskytovatele vzdělávání o náhradu. Přesun mezi vězeňskými zařízeními bývá hlavní příčinou toho, že vězni přestávají studovat na univerzitní úrovni.¹

Další překážkou ve vězeňském vzdělávání je nedostatek zaměstnanců, vzdělávacích pramenů a zdrojů ve vězeňských knihovnách, učebních prostor, audiovizuálního vybavení a počítačů či přístupu k nim (sdílené buňky často nemají stoly. Stávající pedagogové nezřídka postrádají adekvátní odbornost pro svou pozici a otvírané kurzy a věznice často mají potíže s hledáním externích učitelů ochotných pracovat za sazby odměn, které mohou věznice nabídnout. Bariéru mohou představovat i vládní úřady, které si za služby účtují poplatky – rozpočty věznic pak neumožňují dovolit si poplatky stanovené státem k poskytování vzdělávání. Programy vězeňského vzdělávání mohou také čelit nedostatečné podpoře nebo přímému odporu ze strany vězeňského personálu, kde působí - někteří vězeňští zaměstnanci špatně nesou vzdělávací možnosti vězňů, poněvadž jsou samy nedostatečně vzdělání nebo proto, že za své vzdělání museli platit, zatímco vězni je mohou mít zdarma.²

Samotní vězni se mohou zdráhat účastnit se programů z důvodu předchozích neúspěchů ve vzdělávání, rozpaků nad svou slabou gramotností, nedostatku důvěry ve své schopnosti nebo obecného nezájmu kolem sebe. Zahraniční vězni, kteří bývají na konci trestu vyhoštěni, často nemají motivaci učit se jazyk země, ve které jsou uvězněni, nebo tam získat kvalifikaci. Druhy odborného vzdělávání nabízené věznicemi v západním světě, jako je výroba, často nejsou užitečné pro někoho, kdo má být deportován do země, kde není zpracovatelský průmysl dostatečně rozvinutý.

¹ Srov. FARLEY, H., HOPKINS, S.: *The prison is another country: incarcerated students and (im) mobility in Australian prisons*. In *Critical Studies in Education*, Vol. 58, no. 2, s. 150–167.

² Srov. NILES, B.: *The current status of prison education in some Caribbean states*. In *Convergence*, Vol. 30, no.1, s. 51.

Zatímco některé univerzity poskytují studentům distančního vzdělávání³ prostředky multimediálních kurzů na kompaktních discích, ne všichni uvězněni studenti mají přístup k počítači nebo dokonce k CD přehrávači. Toto období digitálního odpojení, které je pro většinu vězňů v řádu roků, tak dále zvyšuje sociální marginalizaci vězně a výslednou pravděpodobnost recidivy.

Nové možnosti v cestách vzdělávání vězňů přinesl e-learning.⁴ Umožnil, aby uvězněni studenti v digitálním věku nezůstali pozadu, a vyvážil vězeňské priority pořádku a bezpečnosti s rozvíjením vzdělávání se v různých oborech přínosných pro vězně.

Většina vězňů nemá přímý přístup k internetu a musí se na vyžádání spolehnout na školitele, pokud je k dispozici. Mobilní telefony, paměťová média a tablety s přístupem na internet jsou obvykle zakázány a nemohou být do vězení přineseny, a to ani zaměstnanci.

Tradiční metoda doručování tištěných studijních balíčků studentům distančního vzdělávání je sice relativně nákladná a nepružná, ale umožňuje vězni alespoň samostatně absolvovat kurz (a v případě potřeby sám ve své cele) předložením ručně psaných úkolů a pracovních sešitů. Přechod k elektronickému učení a digitálním textům v papírové podobě však ztěžuje, ne-li znemožňuje terciární studium pro mnoho uvězněných studentů, zejména pro ty, kteří nemají přístup k pedagogovi nebo k počítači.⁵

1 Evropská vězeňská pravidla a právní precedenty na internetu

Internet nám umožňuje například plně realizovat své právo na informace či svobodu projevu. Nabízí se tím otázka, zda je přístup k internetu mezinárodně uznávaným základním lidským právem, které musí států respektovat i zajišťovat, nebo nikoli.

Věznice a vězeňství jsou specifickým místem. V roce 2015 byl široké české veřejnosti představen strategický dokument *Koncepce vězeňství do roku 2025*. Základní pilíře v něm tvoří vzdělávání a zaměstnávání odsouzených,⁶ což by mělo vést nejen k jejich zpětnému začlenění do společnosti a širšímu uplatnění na trhu práce, ale i k předcházení recidivě a návratu do vězeňského prostředí. Zde se vytváří místo pro takzvaná *Pravidla zacházení*, což má vést k cíli, nejen odsouzené trestat, ale zejména jimi docílit nápravy života, potažmo menší recidivy.

³ Distančním vzděláváním rozumíme multimediální formu řízeného studia, která poskytuje nové vzdělávací příležitosti a podpůrné vzdělávací služby pro zpravidla samostatně studující dospělé účastníky. Je založeno na samostudiu za pomoci metodicky speciálně zpracovaných studijních materiálů (převážně písemných, ale doplňovaných multimédií – audio – a videokazetami, počítačovou technikou, rozhlasem a televizí). Distanční systém je pak doplňován v nezbytném rozsahu prezenčními formami (soustředěními, konzultacemi, semináři, jinak také tutoriály, rezidenčními školami). Srov. MALACH, J.: *PROFESIONALIZACE VZDĚLAVATELŮ DOSPĚLÝCH*. [online]. Available at: <<https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Lukac2/subor/Malach.pdf>>.

⁴ Z pedagogického pojetí jde o vzdělávací proces, ve kterém používáme multimediální technologie, internet a další elektronická média pro zlepšení kvality vzdělávání. Z technologické se jedná o spektrum aplikací a procesů jako je Web-based training (WBT2), Computer-based training (CBT3), virtuální třídy nebo digitální spolupráce. Z pozice síťové tematiky spočívá v užití počítačových sítí pro přenos dovedností a znalostí. Srov.: KVĚTOŇ, K.: *Základy e-Learningu*, Ostrava : Ostravská univerzita, 2004, s. 4.

⁵ Srov. HOPKINS, S., FARLEYTHE, H.: *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES EDUCATION, e-Learning Incarcerated Prison Education and Digital Inclusion*, Champaign : Illinois, 2015, s. 4 – 5.

⁶ Srov. *Nová koncepce vězeňství stojí na vzdělávání a zaměstnávání lidí za mřížemi*. Česká televize [online]. 7. 1. 2016 [2017-07-03]. Dostupné na: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1651300-nova-koncepce-vezenstvi-stoji-na-vzdelavani-a-zamestnavani-lidi-za-mrizemi>>.

Požadavek na vzdělávání odsouzených vyplývá z řady mezinárodních aktů doporučujícího charakteru. Například lze uvést *Standardní minimální pravidla pro zacházení s vězni*⁷ nebo *Evropská vězeňská pravidla*⁸, kterými se v této práci mimo jiné zabýváme a podle kterých by každé vězeňské zařízení mělo zajistit přístup ke vzdělávacím programům, které budou co možná nejkompaktnější a zohlední individuální potřeby a ambice vězňů. Zvláštní pozornost by měla být věnována vězňům negramotným, mladistvým, se speciálními potřebami a vězňům, kteří nedosáhli základního nebo odborného vzdělání. Tento systém vzdělávání by měl být jednotný s národním vzdělávacím systémem tak, aby vězni po propuštění na svobodu mohli bez obtíží pokračovat ve vzdělávání.

Výkon trestu odnětí svobody není objektem jen vnitrostátních právních úprav. Na mezinárodní úrovni je problematika vězeňství jsou začleněna zejména do úmluv o lidských právech a do souboru pravidel do zacházení s vězni vyhlášeném *Organizací spojených národů* (dále již *OSN*) a *Radou Evropy*.

Stěžejním dokumentem těchto úmluv jsou *Evropská vězeňská pravidla* a jejich hlavním úkolem je stanovení základních postupů pro všechny oblasti vězeňské správy. Jsou vypracována tak, aby chránila lidská práva a lidskou důstojnost. Mají zamezit nelidskému a ponižujícímu zacházení s odsouzenými.

Evropská vězeňská pravidla jsou vypracována se zřetelem na Standardní minimální pravidla OSN pro zacházení s vězni. Tato pravidla OSN „představují minimální předpoklady, které OSN přijala jako žádoucí pro zacházení s vězni, zvláště v souvislosti s prosazováním disciplíny a užíváním nástrojů omezování svobody ve věznicích.“⁹ Vězeňská pravidla by měla motivovat vězeňské správy k rozvoji a k modernějším přístupům v rámci trestu odnětí svobody. Vězeňské správy mají podle vězeňských pravidel rozvíjet a prohlubovat mezinárodní spolupráci s vězeňskými systémy v jiných zemích.

Naše legislativa většinu těchto doporučení dlouhodobě zakotvuje. *Zákon o výkonu trestu odnětí svobody*¹⁰ stanoví, že odsouzeným, u nichž jsou pro to předpoklady, bude během výkonu trestu umožněno získat vzdělání na základní nebo střední škole nebo účast na dalších formách vzdělávání směřujících k získání nebo zvýšení pracovní kvalifikace. Pro každého odsouzeného se zpracuje individuální program zacházení, jehož pravidelnou (nikoliv povinnou) součástí jsou právě i vzdělávací aktivity. Pro mladistvé odsouzené je pak účast na stanovené formě vzdělávání povinná. Samotné vzdělávání odsouzených pak může být formální (získání stupně vzdělání) nebo neformální a uskutečňuje se v jedné ze tří forem vzdělávacích aktivit, které stanoví prováděcí vyhláška.¹¹

Co se pak týká významu internetu a přístupu k němu, četnými státy je vnímán a reflektován v jejich vnitrostátních právních rádech. Kupříkladu Estonsko v roce 2000 přijalo zákon o telekomunikacích, podle něhož by měl být internet univerzálně přístupný všem jeho uživatelům bez ohledu na jejich zeměpisnou polohu a také za jednotnou cenu. Dle legislativního rámce Finska a Španělska musí být každé širokopásmové připojení (například Wi-Fi nebo ADSL) poskytováno v rychlosti minimálně 1 Mb/s. Na úrovni práva Evropské unie (dále EU) byla v roce 2002 vytvořena směrnice o tzv. univerzální službě, jejímž cílem je mimo jiné zajistit, aby

⁷ Srov. *Standardní minimální pravidla pro zacházení s vězni a příslušná doporučení*. OSN, 1958.

⁸ Srov. *Evropská vězeňská pravidla*. Rada Evropy, 2006.

⁹ Srov. ČERNÍKOVÁ, V.: *Sociální ochrana*, Praha : Vydavatelství Policejní akademie ČR, 1996, s. 46.

¹⁰ Srov. *Zákon č. 169/1999 Sb.*, o výkonu trestu odnětí svobody.

¹¹ Srov. *Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 345/1999 Sb.*, kterou se vydává řád výkonu trestu odnětí svobody.

na území každého členského státu EU bylo připojení k internetu dostupné pro každého – bez ohledu na jeho polohu a za dostupnou cenu.

Avšak možnost přístupu k internetové síti principiálně nemůže patřit k tradičním lidským právům, jakými jsou například právo na život, spravedlivý proces či soukromí. Přirozeně tudíž není obsažen v původních zněních mezinárodních dokumentů, jež byly uzavírány dlouho před masivním rozšířením internetu.

V současné době bez ohledu na možnost aktualizace shora zmíněných dokumentů není v žádné mezinárodní lidsko - právní ani jiné smlouvě výslovně uznáno právo na přístup k internetu jako základní lidské právo. Faktum, že žádná mezinárodní smlouva výslovně neuznává právo na přístup k internetu, však neznamená konec diskuze. Už jen z toho důvodu, že přístup k internetu může být chápán jako velmi významný prostředek, skrze který lidé vykonávají svá jiná základní práva a omezování přístupu k internetu znamená zásah například do práva na informace či svobodu projevu.

Za jistý precedens základního práva na přístup k internetu lze uvést rozhodnutí francouzského ústavního soudu (*Conseil constitutionnel*) z roku 2009 v případě známém jako *HADOPI*. Předmětem řízení byl francouzský antipirátský zákon, podle něhož mohl nově vzniklý úřad po třech předchozích upozorněních odpojit od internetu osobu, která přístup k internetu využila za účelem porušování autorského práva (například neoprávněné zpřístupňování děl). Ústavní soud v této věci uznal přístup k internetu jako základní právo a rozhodl, že o omezení přístupu osoby k internetu může rozhodnout pouze soud, nikoliv úřad.

Právo na přístup k internetu soud dovedl z francouzské ústavy z roku 1789 článku 11, podle něhož je jedním z nejcennějších práv člověka právo na svobodné sdělování myšlenek a názorů. Dle mínění soudu toto právo implikuje svobodný přístup ke komunikačním službám, jako je internet. K tomuto závěru soud dospěl s ohledem na současný stav prostředků komunikace, vzhledem k obecnému rozvoji veřejných online komunikačních služeb a k významu těchto služeb pro účast na demokracii a vyjadřování vlastních myšlenek a názorů.

Francie na základě tohoto rozhodnutí přijala zákon *HADOPI 2*, jenž nadále umožňuje po třech předchozích upozorněních pozastavit přístup k internetu, avšak nově tak může učinit pouze soud. Tento zákon byl francouzským ústavním soudem schválen. Z pohledu ochrany osobních údajů dodnes tento zákon vyvolává kontroverze. Podobný legislativní systém jako Francie v roce 2010 nastavilo v této záležitosti rovněž Spojené království a Nový Zéland.

Příkladem omezení přístupu k internetové síti a tím neoprávněného zásahu do jiných lidských práv je případ ve věci *Yildirim proti Turecku*, který v roce 2012 rozhodoval *Evropský soud pro lidská práva* ve Štrasburku (dále jen *ESLP*). V tomto případě turecký soud zablokoval přístup na webové stránky Google Sites, kde měl svou vlastní webovou prezentaci turecký občan, který čelil trestnímu stíhání za urážku památky Mustafy Kemala Atatürka, zakladatele a prvního prezidenta Turecké republiky vzniklé v roce 1923. Turecký soud zablokoval přístup na stránky *Google Sites* nejen trestně stíhanému, ale i všem ostatním. Stěžovatel Yildirim tak namítal, že ačkoliv neměl s trestním stíháním vůbec nic společného, byl mu zamezen přístup na jeho webovou prezentaci na *Google Sites*.

ESLP rozhodl, že plošnou blokadou přístupu na stránky *Google Sites* bylo porušeno právo na svobodu projevu obsažené v čl. 10 *Evropské úmluvy o ochraně lidských práv a svobod* (dále jen *EÚLP*). Podle *ESLP* byl turecký soudní příkaz k blokaci arbitrární a bez možnosti dostatečného

soudního přezkumu. Soud se podle *ESLP* ani nepokusil spravedlivě komparovat zájmy různých a dalších osob a zkoumat, zda neexistuje méně radikální prostředek. Nakonec *ESLP* konstatoval, že se internet stal jedním z hlavních prostředků výkonu práva na informace a svobody projevu. Dále naznal, že omezení přístupu k internetu jakožto zdroji informací je možné za podmínky existence striktního právního rámce, který případnou blokadu upravuje.

O tři roky později se *ESLP* zabýval podobným případem opět z Turecka. Věc se týkala stížnosti několika akademiků proti plošné blokadě přístupu na stránku YouTube, která byla soudem zablokována, protože se na ní nacházela videa, která podle tamního zákona urážela památku Atatürka. *ESLP* konstatoval, že *YouTube* je platformou umožňující šíření informací politické a sociální povahy a její blokace má za důsledek nemožnost přístupu k určitým informacím jiným způsobem. *ESLP* rovněž uvedl, že *YouTube* slouží k šíření občanského žurnalismu, který může šířit politické informace odlišné od těch, které šíří tradiční média. Tím, že turecký soud plošně zablokoval přístup na *YouTube*, tak zasáhl do práva stěžovatelů na přijímání a rozšiřování informací.

Při teoretické aplikaci těchto precedentů lze dojít k závěru, že ačkoli není přístup k internetu uznán jako základní lidské právo, je významným katalyzátorem pro výkon jiných lidských práv. Platí přitom, že omezení přístupu k internetu často může znamenat zásah do práva na svobodu projevu a práva na informace. Problematickou otázkou zůstává, jestli lze toto aplikovat i v případě vězňů, kteří zpravidla žádným přístupem k internetu nedisponují. Argumentací je, že smysl trestu odnětí svobody spočívá především v nápravě pachatele a je v zájmu společnosti, aby se odsouzený po vykonání trestu odnětí svobody vrátil a začlenil do společnosti. Lze přinejmenším připustit, že vězni odříznuti od okolního světa budou mít náročnější návrat do společnosti.

ESLP se přístupem k internetu pro vězně se zabýval dvou případech. První z ledna roku 2016 nesl název *Kalda proti Estonsku* a týkal se odmítnutí přístupu k stránce *HUDOC*, která je spravována *Radou Evropy* a obsahuje databázi rozhodnutí *ESLP*, a dále k státní estonské internetové stránce obsahující překlady některých rozhodnutí *ESLP*. V Estonsku přitom existovalo zákonné ustanovení, podle kterého měli vězni mít přístup k oficiálním online databázím právních předpisů a soudních rozhodnutí prostřednictvím vězeňských počítačů a pod dohledem.

ESLP akcentoval, že článek 10 *EÚLP* (právo na informace a svobodu projevu) neznamená obecnou povinnost státu poskytnout přístup k internetu nebo specifickým webovým stránkám pro vězně a současně také upozornil, že „*Přístup k internetu je stále více chápan jako právo a objevují se hlasy žádající vypracování účinných politik pro dosažení univerzálního přístupu k internetu a překonání digitální propasti.*“ *ESLP* dále konstatoval, že internet hraje důležitou roli v každodenním životě lidí a že se neustále zvyšuje množství služeb a informací přístupných pouze na internetu. V tomto případě bylo podle *ESLP* porušeno právo vězně přijímat informace. Tvrzení, že zákaz přístupu k uvedeným stránkám byl prevencí bezpečnostního rizika, nebyl podle *ESLP* dostatečně podložen.

Druhou kauzou projednávanou před *ESLP* se stal případ známý jako *Jankovskis proti Litvě* z roku 2017. *ESLP* zde de facto potvrdil předešlý verdikt ve věci *Kalda proti Estonsku*. Podle něj odmítnutí přístupu vězňů k webové stránce provozované litevským *Ministerstvem pro vzdělání a vědu*, která obsahuje informace o vzdělávacích programech, porušilo jeho právo přijímat informace.

Na základě těchto rozhodnutí *ESLP* plyne premisově konkluze, že přístup k internetu je důležitou součástí jiných lidských práv, byť jako samostatné lidské právo uznáno na mezinárodněprávní úrovni není. Ke všemu zákaz přístupu k internetu pro vězně by například v dobách občanských nepokojů a demonstrací výrazně omezil svobodu projevu, jak zdůrazňuje ve své zprávě pro *Radu OSN pro lidská práva* zvláštní zpravodaj David Kay.

Podle *Doporučení Výboru ministrů Rady Evropy* č. CM/Rec(2014)6 by uživatelé neměli být proti své vůli odpojeni od internetu vyjma případů, kdy tak rozhodne soud nebo kdy to vyplývá ze smlouvy (např. nezaplacení za službu).¹²

2 Resoční penitenciaristika a andragogická edukace v praxi

Všechny vězeňské systémy i koncepce v podstatě spojují dva cíle: zajistit bezpečnost občanů izolací pachatelů trestné činnosti a takovým zacházením, aby byli motivováni žít v souladu se zákony.

Vězeňský systém lze definovat jako složitý uspořádaný celek zahrnující obecné a zvláštní podmínky věznění ve veřejném zájmu, které jsou upraveny zákonem a prováděcími právními předpisy. Jeho charakter je určen sociální funkcí vězeňství se zřetelem na charakter státního zřízení. V pojetí vězeňského systému musíme brát v potaz a akcentovat, že vězení již dlouhou dobu není jen pouhým prostředkem k izolaci pachatele. Plní daleko důležitější funkci, než jen znemožnění pohybu provinilců ve společnosti. Dlouhodobým zkoumáním života vězňů ve věznicích a následně po jejich propuštění bylo totiž v minulosti zjištěno, že pouhé odpykání trestu ve vězení, často v nedůstojných podmínkách, nestačí. S lidmi během výkonu trestu odnětí svobody je potřeba zacházet i jinak: vzdělávat je, učit se obslužným činnostem, upevňovat a rozvíjet pracovní návyky a zároveň dát vězňům možnost aktivního trávení volného času. Tedy k tomu, aby se stejný jedinec opakovaně nedopouštěl zločinu, je třeba jej v rámci penitenciárního působení socializovat správně, či resocializovat.

Generálně chápeme resocializaci jako pakovaný proces socializace jedince, u kterého už socializace sice jednou proběhla, ale kvůli dramatické životní změně (např. odchod do důchodu, propuštění z vězení, politický převrat) byl donucen ke změně dosavadních životních norem, návyků a hodnot.¹³

V současných podmínkách věznic je resocializace prováděna tzv. programy zacházení. Ty lze definovat jako soubor aktivit vězeňských pracovníků aplikovaný s cílem motivovat vězně (poskytovat mu společensky hodnotné a osobně přitažlivé výzvy) k práci na sobě samém, a tím pomáhat zvyšovat jeho šance na život v zákonnosti po propuštění z vězení a na reintegraci do demokratické společnosti.

Současný výkon trestu nepodmíněného odnětí svobody, kromě programu zacházení, ještě zahrnuje pracovní aktivity, speciálně výchovné aktivity, vzdělávání, zájmovou činnost a trénink utváření vnějších vztahů. Součástí zacházení s vězni jsou též arteterapie, psychoterapie, psychorelaxační techniky, právní a sociální poradenství, protidrogová poradna a komunitní setkání.¹⁴

Výchova a vzdělávání ve věznicích jsou důležitým prostředkem při práci s odsouzenými, přispívá totiž nejen k humanizaci vězeňství, ale je i hlavním nástrojem k umožnění opětovného zařazení

¹² Srov. *pravo21.online*. [online]. Dostupné na: < <https://pravo21.online/pravo/pristup-k-internetu-jako-zakladni-lidske-pravo>>.

¹³ Srov. URBAN, L.: *Sociologie trochu jinak*, Praha : GRADA, 2011, s. 27 – 30.

¹⁴ Srov. MAREŠOVÁ, A., TAMCHYNA, M.: Několik připomínek k současným pokusům o resocializaci vězňů. In *Trestně právní revue* 9/2011, s. 260-263.

vězně do společnosti. Proto všichni vězni mají mít přístup ke vzdělání a výchově. Výchova by měla zahrnovat základní vzdělání, odbornou výchovu, kulturní a tvořivé činnosti, tělesnou výchovu a sporty, sociální výchovu a možnost navštěvovat knihovnu, což koresponduje s *Doporučením Výboru ministrů Rady Evropy č. 12/ 1989*

K edukaci a resociaci vězňů přispívají aktivity *Evropské vězeňské vzdělávací asociace (European Prison Education Association – ve zkratce EPEA)*, která sdružuje pedagogy a další profesionální pracovníky ze 40 zemí, jejichž úsilí má těžiště v podpoře vzdělávání a s ním souvisejících aktivit ve věznicích napříč celou Evropou, a to v souladu s doporučením *Výboru ministrů Rady Evropy* ke vzdělávání ve vězení. K podpoře zmíněných cílů se snaží kooperovat s vězeňskými správními orgány Evropy a současně si od nich ponechává odstup a nezávislost.

V České republice vzdělávání ve věznicích je vedle pracovních aktivit nedílnou součástí resocializačních programů. Vzdělávání nebo zaučení odsouzených k získání potřebných pracovních návyků je vzhledem k jejich trvale klesajícím kvalifikačním předpokladům v současné době nezbytností. Je realizováno především v rámci výuky školského a vzdělávacího střediska *Vězeňské služby České republiky*.¹⁵

Díky spoléhání se na internet ve společnosti si nově odsouzení vězni již vytvořili závislost na internetu. Omezení internetu v každodenním životě vězně by představovalo hlavní překážku v jejich každodenních funkcích.¹⁶ Náhlé odstranění hlavní části jejich života by oslabilo jejich motivaci k rehabilitaci. Trest odnětí svobody na delší dobu by byl technologicky narušen, když by byl propuštěn do společnosti, která se stále více stává závislou na internetu. Instituce musí připravit vězně na znovuzavedení do vnější společnosti, což vyžaduje znalost internetu.

Proto v Norsku se jako motivační a zejména vzdělávací nástroj se pro odsouzené studující ve výkonu trestu používá tzv. *Internet for Inmates* (internet pro odsouzené, ve zkratce IFI). Nejedná se o klasický internet, jak ho známe z běžného života, nýbrž o modifikovanou verzi, v níž se věznění nedostanou na sociální sítě, pornografické servery atd. Tedy z technického hlediska jsou internetové sítě selektovány tak, aby vězněné osoby neměly možnost přistupovat obecně ke všem informacím a nedocházelo k případnému zneužití dat z počítačové sítě. IFI používá seznam povolených a zakázaných webových stránek s tím, že na zakázané stránky je přístup blokován. Správa systému není personálně obtížná: pracovníci vězeňské služby mají možnost kdykoliv zkontrolovat činnosti prováděné na internetových stránkách, které odsouzený navštívil. Odsouzení svým podpisem stvrzují podmínky pro užívání internetu, každému z nich je přidělen uživatelský účet. V rámci studia je povolena komunikace prostřednictvím programu Skype, především pro vykonávání zkoušek.¹⁷

Ve věznici v Beverenu, která se nachází v Belgii, jsou vybaveni digitálním systémem *Prison Cloud*. Tento systém představuje flexibilní platformu s rozsáhlými možnostmi, skrze něž nabízí širokou škálu služeb, a technickými dispozicemi k černým modifikacím, aby zvládla veškerá existující hardwarová či softwarová řešení.¹⁸

¹⁵ Srov. *ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ* č. 4/2015, Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015, s. 8.

¹⁶ Srov. KELEMEN - SERVING PRISONER: How the internet would change learning in prison. In: *Inside Time*. Retrieved, 2013.

¹⁷ Srov. *ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ* č. 4/2015, Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015, s. 9.

¹⁸ Srov. *ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ* č. 4/2015, Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015, s. 10.

Prison Cloud je systém, který je zároveň snadno ovladatelný i zabezpečený a slouží jak vězňům, tak zaměstnancům. Je vytvořen speciálně pro využívání ve vězeňských zařízeních. *Prison Cloud* je navržen k integraci s jakýmkoli zařízením. Vše spravuje v jednoduché aplikaci: telefon v cele, e-learning, knihovnu, televizi, filmy, objednávky odsouzeného k lékaři, do tělocvičny, nákupu v kantýně, možnost si pročíst vnitřní řád věznice či rozpis svých denních aktivit a podobně.

Prison Cloud věznicí zvyšuje bezpečnost ve věznicích, v nichž spolu žijí na jednom místě stovky lidí s rozdílným původem, náboženstvím i životním stylem, podporuje jejich rovné postavení a snižuje tím počet incidentů. Zvyšuje úroveň zodpovědnosti vězňů, přiměje je seznámit se s novými technologiemi a zlepšuje tím vším resocializaci a reintegrační proces po výstupu z výkonu trestu. Na základě identifikačního zařízení poskytuje vězeňskému personálu přehled o aktuálním dění, což je jeden z nejdůležitějších úkolů zaměstnanců, a v důsledku takto získané informace např. deaktivovat na místě služby konkrétnímu vězni. Celý tento systém usnadňuje denní úkony zaměstnanců věznice a dovoluje jim strávit více času jejich hlavními činnostmi či pomáhá snadné a rychlé komunikaci mezi odsouzenými a personálem.¹⁹

Nabídka systému *Prison Cloud*



Obrázek č.1 - Nabídka systému *Prison Cloud*.

Zdroj: *ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ* č. 4/2015, Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015, s. 11.

3 Prezentace národních vězeňských systémů z hlediska přístupu vězňů k internetu

Austrálie

Obecně v Austrálii používání počítačů je povoleno jen pro studijní a právní účely a řízené opětovné začlenění, což má zajistit, aby všichni vězni, kteří potřebují přístup k počítači pro vzdělávací nebo právní účely, nebyli znevýhodňováni. Tato selektující politika snižuje a účinně řídí rizika spojená s přístupem vězňů k počítačům v celách.²⁰

Konkrétně přístup vězňů k počítačovým zařízením a internetovým zdrojům se v jednotlivých australských jurisdikcích liší. V některých státech jsou zařízení, která umožňují používat osobní

¹⁹ Srov. *ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ* č. 4/2015, Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015, s. 11.

²⁰ GOVERNMENT OF WESTERN AUSTRALIA: *Department of Justice*. 2010. [online]. Dostupné na: <<https://www.correctiveservices.wa.gov.au/default.aspx>>.

počítače, povolena v buňkách, v některých je poskytován spravovaný přístup k internetu, ²¹ zatímco v jiných státech jsou všechna stávající zařízení pro podporu internet stažena.

Malajsie

Malajský vězeňský odbor rokem 2008 povolil vybraným vězňům studujícím vysokoškolské vzdělávání používat internet pro studijní účely. *Open University Malaysia (OUM)*, která se zaměřila na online učení, se stala první univerzitou v Malajsii, která vězňům nabídla vysokoškolské vzdělání a poskytla jim flexibilní způsob vzdělávání.

Věznice tím umožnila používání počítače a internetu vězňům denně od 8:00 do 17:00 hodin. Úřad pro správu věznic sleduje používání internetu zmíněnými vězni, přičemž pouze pro účely učení lze získat odkazy z digitální knihovny OUM, která má 700 000 online odkazů. Doba studia je omezená a musí se využít pouze k učení.²²

Nový Zéland

Vězni tamějších věznic nemají přístup k počítačům s připojením k internetu. Přátelé a rodina mohou používat jednosměrný e-mail ke komunikaci s blízkými ve vězení. Naopak to tedy není možné a odpovědi na uvedené e-maily jsou vězni zasílány běžnou poštou.

Elektronické adresy nejsou webu věznic uvedeny. Vězeň musí poprosit blízké, aby mu zaslali e-mail pomocí formuláře, který mohou získat od personálu vězní jednotky. Tento formulář je lidem zaslán běžnou poštou a musí obsahovat potřebné informace jako například jméno vězně či e-mailovou adresu vězení, aby mohli začít komunikovat prostřednictvím e-mailu. Při komunikaci prostřednictvím e-mailu je třeba dodržovat věznicemi vymezená pravidla. Všechny e-mailové zprávy jsou před odesláním vytištěny a prověřeny

Věznice jako instituce může odpovědět na e-maily a také upozornit odesílatele na jakoukoli změnu (např. když byl někdo propuštěn nebo převeden). Pokud si osoba přeje zaslat dopis s rychlou poštou nebo balík, musí za to sama zaplatit.²³

Spojené státy americké

Dne 19. února 2009 ve Spojených státech zavedl *Federální úřad věznic*, což je úřad amerického ministerstva spravedlnosti, počítačový systém *Trust Fund Limited Inmate Computer System (TRULINCS)*. Ten umožňuje vězňům přístup k elektronickým zprávám prostřednictvím elektronické pošty maily. Zprávy podléhají kontrole a sledování, musí být vedeny bezpečným způsobem mezi vězňem a veřejností, mohou být pouze textové. Mimo program *TRULINCS* téměř všechny státy zakazují používání internetu vězni, což výrazně omezuje přístup k vzdělávacím možnostem založeným na této technologii.²⁴

Dále aplikace *JPay* byla věznicím představena jako počítačový systém nabízející monitorované videokonference, zasílání zpráv a e-mailové služby. Zatímco technologická vynalézavost a pokroky

²¹ALEXANDER MACONCHIE CENTRE: *INFORMATION BOOKLET*. Canberra : Australian Capital Territory, 2011, s. 11 – 13.

²² Srov. ROZEMAN, A. H., RAMLI, B. K.: *Lifelong Learning for Inmates. Widyatama International Seminat (WIS)*, 2014.

²³Srov.: [online]. Dostupné na:

<https://www.corrections.govt.nz/working_with_offenders/prison_sentences/being_in_prison/internet_and_mail>.

²⁴ Srov. GORGOL, L. E., SPONSLER, B. A.: *Unlocking Potential: Results of a National Survey of Postsecondary Education in State Prisons*. Unsttue for Higher Education Policy, 5 / 2011, s. 10 – 15.

zlepšily vězeňský systém, objevily se s ním i nevýhody: zákaz návštěv osob a jejich nahrazení digitálními interakcemi.

Zajímavým projektem pro vězňice je prostředí *WriteAPrisoner.com*. Interaktivní kontakt je udržován prostřednictvím profilů, mezipersonální pošty a programů, jako jsou *CorrLinks*²⁵ a *JPay*²⁶. Vězni ovšem nemají přístup ke svým profilům *WriteAPrisoner.com* v jakékoli kapacitě a za své profily platí. Tento příjem se používá k provozním nákladům, stipendiím, reintegračním programům a řadě dalších nekomerčních účelům. Tento způsob internetové sítě je zaměřen k snížení recidivy a pomoc vězňům.

Vězni se obracejí na *WriteAPrisoner.com*, aby našli mentory, právní pomoc, vzdělávací příležitosti, zaměstnání po propuštění, poradenství, možnosti bydlení a mnoho dalšího. Síť zveřejňuje profily, fotografie, kontaktní informace vězňů, jejich osobní zájmy, cíle i zločiny, za něž jsou trestáni, datum propuštění atd. Rovněž je možnost připojení k vězeňskému fóru a hovořit s ostatními členy o souvisejících tématech. Zajímavé je rozsáhlé menu webu jako vězeňské profily, galerie, blogy, vězeňská poezie, seznam nových, vězňů, odeslání platby za vězeňský profil, žádost o brožuru pro vězně, vězeňské fórum, komunitní programy, knihy za mřížemi, napište guvernér

Služba má své specifické podmínkami služby od věku uživatelů 18 let, nezveřejňování urážlivých nebo pomlouvačných komentářů k jiným uživatelům, souhlas s tím, že společnost *WriteAPrisoner.com* má právo sdílet informace s příslušnými úřady, pokud poruší pravidla využívání služeb webu, zákaz používat, prodávat, licencovat, distribuovat, kopírovat, publikovat, streamovat, veřejně provádět nebo zobrazovat, přenášet, přeformátovat, upravovat, upravovat, rámovat, překládat, vybírat, upravovat, vytvářet odvozená díla nebo jinak neoprávněně používat materiály, obsah nebo ochranné známky.²⁷

Členové webu nemohou vězňům zasílat balíčky osobních věcí. Mohou si však zakoupit přípustné knihy, časopisy a jiné publikace, jsou-li publikace nové, nepoužité a jsou zaslány přímo vězňům od schváleného internetového prodejce, jimiž jsou pouze:

Amazon.com

BarnesAndNoble.com

EdwardRHamilton.com

prislegalnews.org

SchulerBooks.com

Walmart.com²⁸

Ukrajina

Na Ukrajině měli vězni formálně povoleno používat internet a mobilní telefony bez jakýchkoli omezení. Zákon umožňoval vězňům používat celulární sítě, ale revize státní vězeňské služby

²⁵ Corrlinks je soukromá společnost, která provozuje počítačový systém Trustin Limited Limited Inmate Computer System (TRULINCS), e-mailový systém používaný Federálním úřadem pro vězňice Spojených států amerických, který umožňuje vězňům komunikovat s okolním světem. CorrLinks je dceřinou společností skupiny Advanced Technologies Group. In: CARVILLE, O.: "Ex-Cons Create 'Instagram for Prisons,' and Wardens Are Fine With That". Bloomberg.

²⁶ JPay je soukromě poskytovaný poskytovatel služeb v USA se sídlem v Miramar na Floridě. Společnost uzavírá smlouvy se státními ministerstvy nápravy (DOC), okresními věznicemi a soukromými federálními věznicemi o poskytování technologií a služeb, včetně převodu peněz, e-mailu, videonahrávky a výplaty podmíněného a probačního řízení přibližně 1,5 milionu vězňů ve 35 státech. Srov. LEIBER, N.: *JPay pracuje jako Apple vězeňského systému*. In SFGate, 20. srpna 2012.

²⁷ Srov. <https://writeaprisoner.com/>

²⁸ Srov. <https://www.michigan.gov/corrections>

přinutila vězně používat výhradně vězeňské telefony, jsou-li k dispozici. Stávající zákon tak nestanoví právo vlastnit elektronická zařízení.

Za současného stavu je přístup k internetu povolen pouze tam, kde mají věznice úplnou kontrolu nad činností svých internetových vězňů. Vězeňské správy mimo jiné zakázaly sociální sítě, e-maily a porno stránky. Tato opatření se odchýlila od ducha původního zákona, který umožňoval neomezený přístup k internetu. Aktivisté za lidská práva považují tato zvláštní omezení za důsledek toho, že zaměstnanci nelegálně poskytovali vězňům neregulované mobilní telefony.²⁹

Závěr: Komparace indexu věznění v relaci s mírou přístupu k internetu

U zemí, které jsou zmíněné v tomto příspěvku, byla experimentálně provedena komparace míry věznění, potažmo kriminality, v relaci s mírou přístupu k internetu. Po předchozí popisné metodě je využita metoda statistiky a metoda komparativní.

K srovnání fenoménů byla zde optimální popisná metoda, neboť ne vše se dá vyjádřit numericky. Deskriptivní výzkum zde není myslitelný bez popisného charakteru, zabývá se dílčími otázkami a jeho cílem je zjistit, jak se již šetřené parametry jeví a jak se proměnily v čase. Deskripce se snaží objevit odpovědi na otázky kdo, co, kdy, kde a jak se stalo. Deskripce má charakter exploratorního výzkumu.³⁰ Takový výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného problému.³¹

Pro komparaci mezinárodních vězeňských systémů je čerpáno ze statických údajů, potažmo za využití statistických. Zkoumané jevy byly získané empiricky (s technikou sběru informací). K úplnosti lze dodat, že vedle této metody se pracuje i se simulovanými jevy na základě určitých předpokladů o jejich charakteru prostředky statistické analýzy dat. Statistické metody jsou podloženy výsledky a teoriemi matematické statistiky. Výzkumníci v oboru vězeňství vytváří hypotézy o struktuře dat v statistickém souboru, ověřuje se matematicko-statistickými operacemi a výsledky konfrontuje s teorií a jinými zdroji empirie.³²

Index vězněných osob, tedy míra vězeňství na 100 000 obyvatel, byla ve vybraných zemích světa následující:

Austrálie 170

Belgie 95

Malajsie 230

Norsko 60

Nový Zéland 199

Spojené státy americké 655

Ukrajina 147

(Vlastní zpracování dle: <https://www.prisonstudies.org/world-prison-brief-data>)

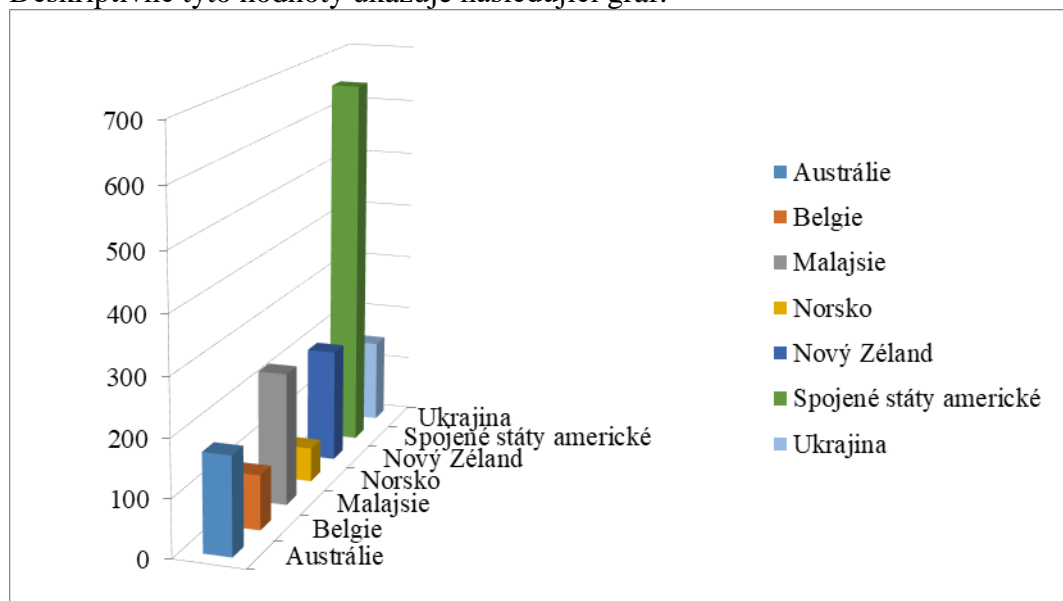
²⁹ Srov. <https://www.kvs.gov.ua/peniten>

³⁰ Srov. MOLNÁR, Z. et al.: *Pokročilé metody vědecké práce*. Praha: Profess Consulting, s.r.o., 2012, s. 40.

³¹ Srov. tamtéž, s. 45 – 46.

³² Srov. MAŘÍKOVÁ, H. et al.: *Velký sociologický slovník*. s. 1452. [online]. Dostupné na: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Metoda_statistická>.

Deskriptivně tyto hodnoty ukazuje následující graf:



Graf č. 1 - Index vězněných osob.

Zdroj: Vlastní zpracování. Word Prison Brief. [online]. Dostupné na: <<https://www.prisonstudies.org/>>.

U vybraných zemí po zjištění indexu věznění dle oficiálních zdrojů databáze vězeňských systémů na <https://www.prisonstudies.org/world-prison-brief-data> byly údaje vzájemně komparovány, přičemž index vyjadřuje přítomnost vězňů na 100 000 obyvatel, respektive ilustračně míru kriminality.

Nejpříznivější hodnoty oproti ostatním vykazují země Belgie a Norsko, u nichž k resocializaci vězněných osob významně přispívá rozvíjení sociálních vztahů a edukace s užitím internetu.

Byť někdo může popřít souvislost mezi mírou kriminality, recidivou a zpřístupněním internetu ve věznicích, je evidentní výrazně nižší hodnota v zemích, kde v programech zacházení preferují vzdělávací programy a zavedly speciální internetový režim.

Literatura a zdroje:

ALEXANDER MACONOCHE CENTRE. *INFORMATION BOOKLET*. Canberra : Australian Capital Territory, 2011.

CARVILLE, O.: "Ex-Cons Create 'Instagram for Prisons,' and Wardens Are Fine With That". In *Bloomberg*. [online]. Dostupné na: <<https://www.bloomberg.com/news/features/2019-02-06/ex-cons-create-instagram-for-prisons-and-wardens-are-fine-with-that>>.

ČERNÍKOVÁ, V.: *Sociální ochrana*. Praha : Vydavatelství Policejní akademie ČR, 1996.

ČESKÉ VĚZEŇSTVÍ č. 4/2015. Praha : Vězeňská služba České republiky, 2015.

Evropská vězeňská pravidla (Rada Evropy, 2006).

FARLEY, H., HOPKINS, S.: The prison is another country: incarcerated students and (im) mobility in Australian prisons. In *Critical Studies in Education*, Roč. 58, č.2, s. 150–167.

GORGOL, L. E., SPONSLER, B. A.: *Unlocking Potential: Results of a National Survey of Postsecondary Education in State Prisons*. Unstitute for Higher Education Policy, 5 / 2011, s. 10 – 15.

GOVERNMENT OF WESTERN AUSTRALIA. *Department of Justice*. 2010. [online]. Dostupné na: <<https://www.correctiveservices.wa.gov.au/default.aspx>>.

HOPKINS, S., FARLEY, H.: E-Learning Incarcerated Prison Education and Digital Inclusion. In *INTERNATIONAL JOURNAL OF HUMANITIES EDUCATION*. USA: Champaign, Illinois, 2015. ISSN 2327-0063.

KELEMEN SERVING PRISONER: *How the internet would change learning in prison*. Inside Time. Retrieved 2013-06-10. [online]. Dostupné na: <<https://insidetime.org/author/kelemen-serving-prisoner/>>.

KVĚTOŇ, K.: *Základy e-Learningu*. Ostrava : Ostravská univerzita, 2004.

LEIBER, N: JPay pracuje jako Apple vězeňského systému. In *SFGate*, 2012.

MALACH, J.: *PROFESIONALIZACE VZDĚLAVATELŮ DOSPĚLÝCH*. [online]. Dostupné na: <<https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Lukac2/subor/Malach.pdf>>.

MAREŠOVÁ, A., TAMCHYNA, M.: Několik připomínek k současným pokusům o resocializaci vězňů. In *Trestně právní revue* 9/2011, s. 260-263.

MAŘÍKOVÁ, H. et al.: *Velký sociologický slovník*. [online]. Dostupné na: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Metoda_statisticka>.

MOLNÁR, Z.: *Pokročilé metody vědecké práce*. Praha : Profess Consulting, s.r.o., 2012.

NILES, B.: The current status of prison education in some Caribbean states. In *Convergence*, 1997, sv. 30, č. 1, s. 51-59.

Nová koncepce vězeňství stojí na vzdělávání a zaměstnávání lidí za mřížemi. Česká televize [online]. [2017-07-03]. Dostupné na: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/1651300-nova-koncepce-vezenstvi-stoji-na-vzdelavani-a-zamestnavani-lidi-za-mrizemi>>.

ROZEMAN, A. H., RAMLI, B. K.: *Lifelong Learning for Inmates*. *Widyatama International Seminar (WIS)*, 2014, s. 94 – 101.

Standardní minimální pravidla pro zacházení s vězni a příslušná doporučení (OSN, 1958).

URBAN, L.: *Sociologie trochu jinak*. Praha : GRADA, 2011.

Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 345/1999 Sb., kterou se vydává řád výkonu trestu odnětí svobody.

Zákon č. 169/1999 Sb., o výkonu trestu odnětí svobody.

Kontaktní údaje:

Mgr. René Strouhal
Univerzita Jana Amose Komenského
Roháčova 63
130 00 Praha
ČESKÁ REPUBLIKA
padre.rene@email.cz

QUO VADIS MASSMEDIA

Zborník z vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov QUO VADIS MASSMEDIA, QUO VADIS MARKETING organizovanej Fakultou masmediálnej komunikácie UCM v Trnave

Editori:

doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.
Mgr. et Bc. Lucia Škripcová, PhD.
Mgr. Nikola Kaňuková

Recenzenti:

Mgr. Zuzana Kvetanová, PhD.
Mgr. Zdenko Mago, PhD.

Vydavateľ:

Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Nám. J. Herdu 2
917 01 Trnava
Slovensko

<http://fmk.sk>

Počet strán: 271



Fakulta masmediálnej komunikácie
Faculty of Mass Media Communication

© Fakulta masmediálnej komunikácie, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2020
ISBN 978-80-572-0053-6

Vydané elektronicky
Trnava, 2020