

MEDIÁLNA GRAMOTNOSŤ – PREDPOKLAD PRE ŠÍRENIE KULTÚRNYCH TRADÍCIÍ¹

Media literacy – a Prerequisite for the Spread of Cultural Traditions

Al-Ali Jalal

Abstract: JALAL, Al-Ali. *Media literacy – a Prerequisite for the spread of Cultural Traditions.* The paper focuses on media literacy as a prerequisite for the dissemination of cultural traditions. Cultural traditions are part of national culture which has been created as well as maintained and passed from generation to generation. For this purpose, various institutions (theaters, cinemas, museums, galleries etc.) and the media such as television, radio, film, press, the Internet, audio media, electronic materials, video, advertising (billboards, posters, leaflets, direct marketing), etc. can be used.

Key words: *media, media literacy, Cyril and Methodist tradition*

Abstrakt: JALAL, Al-Ali. *Mediálna gramotnosť – predpoklad pre šírenie kultúrnych tradícií.* V centre našej pozornosti bude problém mediálnej gramotnosti ako predpokladu šírenia kultúrnych tradícií. Kultúrne tradície sú súčasťou kultúry národa a tá sa nielen vytvára, ale aj uchováva a prenáša z generácie na generáciu. Na to sa využívajú nielen rôzne inštitúcie (divadlá, kiná, múzeá, galérie a i.), ale aj médiá: televízia, rozhlas, film, periodická tlač a tiež internet, zvukové nosiče, elektronické materiály, video, reklamné prostriedky (billboardy, plagáty, letáky direct marketing) a i.

Kľúčové slová: *média, mediálna gramotnosť, cyrilo-metodská tradícia*

Úvod

Kultúra sa chápe ako všetko, čo človek vytvoril, t. j. je súhrnom artefaktov, sociokultúrnych regulátorov, ideí a inštitúcií, ktoré vznikli v procese spoločensko-historickej praxe a v určitom sociálno-historickom kontexte. Kultúra je jednou tvorby nového a zároveň uchovávaním, prenášaním a osvojovaním si už vytvorených hodnôt, je kultiváciou a humanizáciou ľudskej činnosti a života².

¹ Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu VEGA č. 1/0118/1.

² JAKUBOVSKÁ, Viera - PREDANOCYOVÁ, Ľubica. *Multikultúrna výchova (rozvíjanie*

V tejto definícii sa kladie dôraz nielen na proces vytvárania, ale aj uchovávanía a prenášania kultúrnej tradície. Práve tieto aspekty budú pre nás dôležité.³

Na rozdiel od pojmu kultúra, ktorý vystupuje ako širší pojem, kultúrna tradícia sa chápe ako „vrstva kultúry zdedená z minulosti, jadro ľudovej kultúry... Tvorí relatívne uzavretú štruktúru javov začlenených do systému kultúrnych hodnôt, ktoré príslušné spoločenstvo v danom čase a priestore uznáva a ktoré pokladá pre seba za typické“⁴. Okrem toho sa kultúrna tradícia chápe ako „odovzdávanie informácií: nadindividuálnych (kolektívnych) komponentov kultúry, ktoré nadobudli relatívnu stabilnosť (počas života jednej generácie)“⁵. Kultúrna tradícia je integrujúcim, identifikačným a stabilizačným faktorom spoločenstva.

V súčasnosti proces tvorby, uchovávanía a prenášania kultúrneho dedičstva ovplyvňujú dva vzájomne spojené procesy: proces globalizácie a regionalizácie. Ide o vzájomné medzikultúrne odovzdávanie si významov, znakov, hodnôt či kultúrnych artefaktov, ktoré sa môže uskutočňovať ďaleko od miesta ich vzniku, čím dochádza k ich zmiešaniu s cudzími (tomuto procesu hovoríme globalizácia). O procese globalizácie sa toho napísalo už veľa. Mnohí autori (E. Mistrík, A. Giddens, L. Hanus a i.) charakterizujú globalizáciu ako proces, ktorý ovplyvňuje všetky oblasti nášho života, počnúc od verejnej až po súkromnú. Prejavy tohto procesu vidíme v celkovom životnom štýle, ktorý sa šíri z kontinentu na kontinent, objavujú sa v ekonomike, politike, životnom prostredí, obchode a inde. To, ako sa globalizácia vkráda do nášho každodenného života, opisuje Mistrík slovami: „Nasledovné riadky píšem španielskym perom kúpeným v Holandsku, v ktorom je kórejská vložka kúpená v USA. Hotový text prepíšem klávesnicou vyrobenou v Malajzii do počítača, ktorého procesor vyrobili v Hong-Kongu, ale celý bol zmontovaný na Slovensku; text prekontrolujem pomocou monitora vyrobeného na Taiwane a vytlačím na japonskej tlačiarňi s nemeckou páskou kúpenou na Slovensku, pričom mi bude pomáhať myš vyrobená v Číne a kúpená v USA.“⁶ Opakom globalizácie je regionalizácia.

interkultúrnych kompetencií učiteľa). Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre 2011, s. 50 – 51.

³ O tradičnej kultúre Slovenska so zameraním na predkresťanské náboženské kultúry píše aj Ivana Šusteková (ŠUSTEKOVÁ, Ivana. Rezíduá predkresťanských náboženských kultov v tradičnej kultúre Slovenska v prvej polovici 20. Storočia. In *Konštantínove listy*, roč. 5, 2012, s. 73 – 92).

⁴ *Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska*. Bratislava : Veda 1995, s. 263.

⁵ *Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska*. Bratislava : Veda 1995, s. 263.

⁶ MISTRÍK, Erich. *Integrujúca sa Európa: Občan a kultúra*. Bratislava : EVYAN 1999, s. 114.

Ide o vytváranie, uchovávanie a šírenie vlastnej kultúrnej tradície v procese enkulturácie. Tieto dva procesy sa často dopĺňajú. Sú ovplyvnené najmä celosvetovou ekonomikou a politikou, ale tiež svetovým informačným systémom alebo štýlom života.

Médiá

Prečo spájame mediálnu gramotnosť so šírením kultúrnej tradície? Toto spojenie úzko súvisí s tým, akú úlohu (resp. aké úlohy) zohrávajú v súčasnosti médiá. S rozvojom ľudskej spoločnosti rástla potreba prenášať informácie inak ako len ústnym podaním, prenášať ich na väčšiu vzdialenosť, ponúknuť ju v čo najkratšom čase čo najväčšiemu počtu recipientov a zaznamenávať ju tak, aby vydržala čo najdlhšie. Každý jednotlivý člen spoločnosti je priamo ovplyvňovaný médiami.

Pojem médiá patrí v súčasnosti k často používaným pojmom. Objavujeme ho v rôznych významoch a súvislostiach⁷. Keď hovoríme o médiách, najčastejšie hovoríme o rozhlase, televízii, tlači, poprípade o tých médiách, ktoré sú založené na digitálnom spracovaní a prenose dát, avšak význam tohto pojmu je širší. Znamená prostriedok, prostredníka, teda to, čo niečo sprostredkováva. Médiá sa skúmajú z rozličných hľadísk a dajú sa klasifikovať podľa rôznych kritérií. Zvyknú sa rozlišovať médiá, ktoré pomáhajú rozvíjať interpersonálnu komunikáciu (písomná korešpondencia, chat na internete, listy, e-maily, telefón, telegraf a i.). Ich podstatou je, že umožňujú vysielanie a prijímanie informácií na oboch stranách. Existujú aj médiá, ktoré slúžia celospoločenskej komunikácii. Majú hromadný informačný dosah. Nazývajú sa masové médiá alebo masmédiá. Medzi masové médiá patria knihy; pozemné, káblové, satelitné vysielanie; filmy; magnetofónové nahrávky; rozhlasové a televízne vysielanie, internet a i.

Každodenne získavame, spracovávame, vyhodnocujeme a využívame podnety z médií, predovšetkým z tlače, rozhlasu a televízie a stále vo väčšej miere aj z „nových“ médií (z elektronických denníkov, časopisov a pod.), ktoré sa stávajú súčasťou verejnej komunikácie. Informácie, ktoré nám médiá prinášajú, majú rôzny

⁷ S pojmom médium sa môžeme stretnúť v biológii, chémii, fyzike, výpočtovej technike a tiež v teórii sociálnej komunikácie. Niekedy sa pod pojmom médium/médiá myslia technológie, ktoré zabezpečujú produkciu, prenos a príjem informácií, inokedy sa pod týmto pojmom skrývajú (rozumejú) ľudia, ktorí produkujú mediálne obsahy. Komunikácia nie je možná bez média, ktoré by ju zaisťovalo. Niekedy sa za médium považujú aj kódy, ktoré sa pri komunikácii používajú (napríklad prirodzený jazyk) a ktoré sa považujú za primárne komunikačné médiá.

charakter a ich výsledná podoba je výsledkom celého radu vplyvov a postupov, ktoré zostávajú pre prijímateľov skryté a preto ich správne vyhodnotenie vyžaduje značnú prípravu. Vplyv médií na celú spoločnosť je evidentný. Ich pôsobenie je dôležitým nástrojom socializácie jednotlivca od najútlejšieho veku. Média vplyvajú na formovanie našich postojov, názorov, úsudkov i hodnotenia reality. Odolať tomuto obrovskému tlaku, ktorý navyše väčšina (najmä mladých) ľudí vníma ako úplne prirodzenú a integrálnu súčasť svojich životov, je čoraz ťažšie.

Mediálna gramotnosť

Vzhľadom na to, že médiá zohrávajú v spoločnosti rôzne funkcie, rozhodli sme sa v súvislosti s prenášaním kultúrneho dedičstva upriamiť pozornosť na potrebu rozvíjať mediálnu gramotnosť, ktorú považujeme za dôležitú kompetenciu.

Hoci je problém mediálnej gramotnosti v súčasnosti aktuálny, tento pojem nie je jednoznačne definovaný. Vzniká okolo neho veľa diskusií, ktoré sa týkajú napríklad toho, do „akej hĺbky“ by sa mala mediálna gramotnosť týkať mediálnych obsahov; aká je úroveň mediálnej gramotnosti; ako na nás médiá pôsobia a či sa dokážeme „oslobodiť“ spod ich negatívnych vplyvov a i. Pokiaľ ide o mediálne obsahy, vážnym problémom sa stáva schopnosť nie vyhľadávať informácie prostredníctvom médií, ale ich spracovanie, prehodnotenie, resp. využívanie vo svojom osobnom i spoločenskom živote. Mediálnu gramotnosť budeme chápať ako schopnosť, zručnosť a tiež kľúčovú kompetenciu, ktorá je potrebná pre život v informačnej a znalostnej spoločnosti a ktorej cieľom „by mal byť rozvoj schopnosti orientovať sa v najrôznejších mediálnych obsahoch a faktoroch ovplyvňujúcich ich vznik a pôsobenie na publikum“⁸. Mediálna gramotnosť sa definuje ako „schopnosť pristupovať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať správy v rôznych formách“⁹. Nesmieme zabúdať ani na mediálny obsah a jeho dôsledky na jednotlivca a preto musíme upozorniť na potrebu pochopiť úlohu médií v bežnom živote a schopnosť kriticky hodnotiť mediálne obsahy a tiež si ich vyberať podľa osobných potrieb. Nemali by sme zabúdať ani na potrebu mediálnej slobody v zmysle možnosti oslobodiť sa od efektov a vplyvov, ktoré majú médiá na človeka.

⁸ VRABEC, Norbert. Úroveň mediálnej gramotnosti mladých ľudí na Slovensku. Bratislava : IUVENTA 2007, s. 1.

⁹ CONSIDINE, David: An Introduction to Media Literacy : The What, Why and How To's [online]. [cit. 20. 07. 2012]. Dostupne na internete: <<http://www.ci.appstate.edu/programs/edmedia/medialit/article.html>>. POTTER, W. James. *Media Literacy*. 2nd ed. London : Sage Publications 2001, s. 12.

V našom kontexte je aktuálna aj definícia, ktorá súvisí s výchovou k mediálnej gramotnosti: „Výchova k mediálnej gramotnosti sa zaoberá napomáhaním študentom v tvorbe informovaného a kritického chápania podstaty masmédií, techník, ktoré používajú a ich dopadu. Konkrétne, ide o vzdelávanie, ktoré si dáva za cieľ umožniť u študentov pochopenie a potešenie z toho, ako médiá pracujú, ako produkujú význam, ako sú organizované a ako konštruujú objektívnu realitu. Takisto si kladie za cieľ poskytnúť študentom schopnosti vytvárať mediálne produkty (diela)“¹⁰.

Mediálna gramotnosť a šírenie kultúrnych tradícií

Z toho, čo bolo povedané vyplýva, že médiá zohrávajú dôležitú úlohu aj pri šírení kultúrnej tradície. Bolo to tak v minulosti, kedy sa prostredníctvom printových médií šírili informácie o kultúrnych tradíciách národa a tiež v súčasnosti, kedy sa šíria aj prostredníctvom televízie, internetu, elektronických denníkov a časopisov. Šírenie kultúrnych tradícií prostredníctvom médií má svoje výhody. Medzi jednoznačné výhody takéhoto šírenia informácií zaraďujeme rýchlosť prenosu; počet recipientov, ktorí môže tieto informácie získať; to, že médiá ponúkajú informácie, ktoré majú aktuálny charakter; využívajú vyspelé technológie slúžiace k multiplikácii vyrobenej informácie a jej distribúcii pomocou rozmanitých sprostredkujúcich techník; informácie majú verejný charakter a sú šírené s určitou periodicitou a i.¹¹

Podobne je to aj s prenášaním a uchovávaním cyrilo-metodskej tradície, ktorá patrí, ako píše A. Hudek „v slovenskom národnom príbehu“ ku kľúčovým obdobiam¹². V článku *Cyrilo-metodská tradícia na Slovensku v 20. storočí* autor mapuje premeny tejto tradície od prvej polovice 20. storočia, kedy sa stala, podľa jeho slov, „národovtorným mýtom“ až po súčasnosť¹³.

Pomocou médií sa môžeme dočítať o kultúrnych tradíciách našich predkov v rôznych knihách, časopisoch a zborníkoch. V nich nachádzame odkazy na „slovenských vierozvestcov“ a Veľkomoravské obdobie (napríklad: *súsošie Solúnski bratia a plastika Stolec* Proglas na Nitrianskom hrade, *plastika veľkomoravského*

¹⁰ POTTER, W. James. *Media Literacy*. 2nd ed. London : Sage Publications 2001, s. 5.

¹¹ JIRÁK, Ján – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha : Portál 2009, s. 46.

¹² HUDEK, Adam. Pozri: HUDEK, Adam. *Cyrilo-metodská tradícia na Slovensku v 20. storočí*. In *Konštantínove listy*, roč. 5, 2012, s. 229 – 244.

¹³ Pozri: HUDEK, Adam. *Cyrilo-metodská tradícia na Slovensku v 20. Storočí*. In *Konštantínove listy*, roč. 5, 2012, s. 229 – 244.

meča na pešej zóne v Nitre a i.). Prostredníctvom televízie sa dokážeme preniesť na každoročné cyrilo-metodské slávnosti na Svätoplukovom námestí v Nitre, ktorá sa považuje za symbolické centrum cyrilo-metodského kultu a kde sa od roku 1993 konajú oslavy príchodu svätých Cyrila a Metoda na Veľkú Moravu. Táto tradícia sa odráža aj v názve univerzity: Univerzita Konštantína Filozofa.¹⁴

Nezávisle od toho, kde sa práve nachádzame, sa k nám informácie o festivaloch, slávnostiach, obradoch, zvykoch a pod. dostávajú prostredníctvom médií. Nejde o bezprostredný kontakt s tými fenoménmi, ale o sprostredkovaný prostredníctvom médií. Nevýhodou takéhoto kontaktu je strata bezprostrednosti vnímania. Vnímanie je sprostredkované a preto neautentické, avšak v súčasnosti to nie je ničím výnimočným¹⁵.

Okrem prenosového modelu komunikácie, v ktorom sa pozornosť sústreďuje na samotný proces prenosu informácie, existuje aj kultúrny model komunikácie (rituálny model). Pozornosť naň sústreďujeme preto, že tento model komunikácie je založený na snahe pochopiť komunikáciu ako prostriedok re/produkcie kultúry. V ňom komunikácia vystupuje ako symbolický priestor, ktorý umožňuje prenos významov alebo zachovanie kultúry v čase, čím sa posilňuje diachrónny pohľad na kultúru. Chápanie komunikácie v tomto modeli už nie je obmedzené len na synchronný prenos informácie, rovnako dôležitou sa stáva aj transmisia v čase¹⁶. Takto sa stáva komunikácia rituálom a mediálnu komunikáciu môžeme

¹⁴ HETÉNYI, Martin – IVANIČ, Peter. *Cyrilo-metodské dedičstvo a Nitra*. Nitra : UKF 2012. HETÉNYI, Martin – IVANIČ, Peter. Cyrilo-metodské slávnosti v Nitre a ich význam pre nitriansky región po roku 1989 In *Kirilo-Methodievske studii : Kniga 20*. Sofia 2011, s. 307 – 315.

¹⁵ Keď J. Jiráček a B. Köpplová komentujú prenosový model komunikácie, vyčleňujú jeho nedostatky, medzi ktoré začleňujú „ignorovanie bezprostredného kontextu komunikácie, celkovú spoločenskú a kultúrnu situáciu a hlavne aktívnu účasť jednotlivých členov komunikácie“ (JIRÁK, Ján - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha : Portál 2009, s. 49). Napriek tomu, že sa prenosový model postupne zdokonaľoval (model G. Maletzkeho, G. Gerbnera alebo R. Jakobsona, ktorý začlenil do prenosového modelu aj kontext), jeho prenosová podstata zostala zachovaná.

¹⁶ „Kultúrny model komunikácie vníma komunikáciu ako konštruovanie zdieľaného priestoru významov, v ktorom sa príslušníci danej kultúry pohybujú. Zatiaľ čo prenosový model izoluje informáciu (oznámenie) a prenáša ju ako list od podávateľa k príjemcovi, kultúrny model kladie dôraz na skutočnosť, že ľudia spolu zdieľajú svet spoločných významov, ktoré berú ako samozrejmosť, dávno pred tým, ako ku formulácii nejakej informácie došlo“ (JIRÁK, Ján – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Praha : Portál 2009, s. 50).

vnímať ako kultúrne podmienené prostredie, v ktorom sú k dispozícii informácie obsahujúce spoločné významy, predstavy, hodnoty a symboly.

Záver

Často sa stretávame s tým, že ľudia (žiaci, študenti, mládež) získavajú prvý kontakt s tradíciami vlastného regiónu a národa prostredníctvom médií. Je to spojené s ekonomickými možnosťami, pracovným vyťažením, vzdialenosťami a inými príčinami. Súčasťou mediálnej kompetencie je schopnosť vedieť nájsť potrebné informácie, kriticky ich zhodnotiť a využiť vo svojom živote. Stále častejšie sa hovorí aj o potrebe vytvárať si vlastné mediálne produkty. Aj tieto mediálne produkty sa môžu týkať prenosu kultúrnej tradície: informácie o kultúrnej akcii; zaujímavosti z kultúrneho života vybranej komunity; informácie o tom, ako v určitom regióne prebiehajú oslavy tradičných sviatkov a pod. Tiež sa prostredníctvom médií sprístupňujú niektoré historické pamiatky, ktoré sú pod záštitou ochranárov alebo ktoré sú na nejaký čas uzatvorené v súvislosti s rekonštrukciou. Moderné médiá dokážu vytvoriť simulovaný obraz pamiatky, ktorá je neúplná alebo vplyvom prostredia a času zničená. Toto sú len niektoré z možností, ktoré nám ponúkajú médiá pri šírení kultúrnej tradície.

SUMMARY: MEDIA LITERACY - A PREREQUISITE FOR THE SPREAD OF CULTURAL TRADITIONS. The media have always played an important role in the dissemination of cultural traditions. This was the case in the past when the print media disseminated information about national cultural traditions and so it is in the present with the advent of television, the Internet, electronic journals and magazines. The dissemination of cultural traditions through the media has various benefits. The advantages of such dissemination of information include the speed, the number of recipients to send the information to, provision of current information; the use of advanced technology for the multiplication of information and its distribution through a variety of techniques and dissemination of information to the public with certain periodicity. The cultural traditions disseminated in this way foster cultural diversity and mutual cooperation.

Mgr. Al-Ali Jalal,

Katedre masmediálnej komunikácie a reklamy

Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta

Štefánikova 67, 949 74 Nitra

jalali@ukf.sk