

MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST ZAČÍNÁ TAM, KDE KONČÍ „MEDIÁLNÍ NEVINNOST“

Rozhovor s Janem Jirákem

ptal se Milan Vladyka

Jak se liší mediálně gramotný člověk od negramotného? V jakých situacích je rozdíl mezi nimi nejkřiklavější?

To je klíčová otázka. Skutečně nebo více mediálně gramotný člověk se pozná podle toho, jakou roli médiím ve svém životě přisuzuje. Když si pustí televizi, umí si vybírat podle nějakého konzistentního klíče a nepotřebuje mít kolem sebe za každou cenu nějaký – médii produkováný – šum, ať už rozhlasový nebo televizní. A nepovažuje noviny nebo časopisy za autoritativní zdroj informací. Jinými slovy: má od médií odstup, ale současně je umí využít ve svůj prospěch.

Zastavme se u toho konzistentního klíče, který jste zmínil v souvislosti s televizí. Můžete ten pojem nějak přiblížit?

Mluvili jsme o té pokročilejší gramotnosti. V tomto případě už jde skutečně o to, že si ten člověk umí vybrat. Že nevnímá televizi jako zdroj zvuků a barev, které mu doplňují prostředí, ale vnímá ji jako sled od sebe oddělených pořadů, z nichž některé ho zajímají, protože ví co s nimi a jiné ho nezajímají.

Jak byste tedy popsal méně rozvinuté formy mediální gramotnosti, kde vlastně začíná? Co vlastně umí „začátečníci“?

Umějí si ujasnit elementární věc, totiž že v médiích se věci neobjevují proto, že jsou pravda. Že se objevují z jiných důvodů, které mají většinou obchodní nebo nějaký politicko-mocenský charakter. Bez uvědomování si tohoto faktu není možné pozadí médií číst. Nedávno proběhla taková diskuse, kterou hodně živily Lidové noviny, o Kotli. Argumentace zněla, že to je zábava a nic jiného. Asi tři dny na to, se citace z Kotle objevila v MF Dnes, jako součást politické zprávy. Že někdo v Kotli něco řekl. Tady si ten elementárně gramotný čtenář musí říci, ale proč citují z Kotle? Kotel je skutečně jenom vyhánění emocí a získávání pozornosti na základě inscenování nějakých emocionálních napětí, v podstatě manželské hádky. A právě proto, že taková úvaha není úplně běžná, dovoluje to médiím z Kotle citovat. Takové rozlišování – co je co, a co kam patří – to je začátek mediální gramotnosti.

Kde se vůbec vzal koncept mediální gramotnosti?

Vlastně je mu už osmdesát let, je meziválečný. Praktické obrysy začal získávat z obav z toho, co média dokáží. V Německu, kde mediální výchova začala, šlo o snahu předejít riziku té šílené zkušenosti s Goebbelsovskou propagandou a nabídnout lidem odstup. To byl první úkol mediální výchovy.

Není to tedy tak trochu generační otázka nebo otázka aktuální společenské situace?

Nemyslím. Stále tu funguje něco jako pomalejší reakce myšlení oproti vývoji světa kolem nás. Vždycky to vysvětlují na příkladu dopravní výchovy. Když jsem byl kluk, začátkem šedesátých let, tak jsme ve škole měli dopravní výchovu. To je dnes už úplně nesmyslné. Dítě musíte naučit přecházet už dávno v předškolním věku. Nikdo už si netroufne zpochybnit, že to má dítě umět. A s médii je to podobné. Mediální svět se za posledních dvacet let neuvěřitelně proměnil. Mediální produkce se na nás valí ze všech stran, došlo k deregulaci vysílání po celé Evropě, prudce se mění novinová a časopisecká scéna, objevil se internet se

vším co k němu patří. Dnes je to stejné jako s dopravní výchovou. Bez řízené snahy si média osvojit, se už neobejdeme.

Když zůstanu u vašeho příkladu s dopravní výchovou: neznamená ta obrovská proměna mediální světa, o které jste mluvil, také určité zautomatizování, samozřejmost. Jinými slovy: Není dnes už mediální výchova podobně nesmyslná jako ta dopravní?

Ono obojí, jak ta doprava, tak i média, nejsou jen otázka dovednosti, je to také socializační faktor. K samozřejmému vzdělání dnes patří to, že má každý řidičák. Dnešní prostředí je v tomto smyslu dopravně gramotné. „Mediální řidičáky“ nejsou zdaleka tak samozřejmé. A je tedy na společnosti, aby tu možnost orientovat se v mediálním světě nabídla.

Jak je to s takovouto nabídkou ve světě?

Už jsme mluvili o Německu. Tam mediální gramotnost byla součástí výuky mateřského jazyka. Pod tlakem Spojenců zařadili do výuky Němčiny kritické čtení novin. Významný impuls pak vznikl ve druhé polovině 60. let ve Spojených státech. Tam téměř morální paniku u rodičů ze středních vrstev způsobil výzkum, že stále stoupající procento dětí není schopno rozlišit informaci ve zpravodajství a informaci v reklamě. V Americe tak do značné míry začala mediální výchova jako tlak od rodičů. Hodně rozvinutá je mediální výchova a tlak na ni ve skandinávských zemích. V 90. letech došlo k obrovskému rozvoji mediální výchovy ve Velké Británii. British Film Institut vydal jakési programové prohlášení, jakési schéma mediální výchovy pro základní a střední školy. Právě proto, že šlo o filmový institut, byla v tomto případě mediální gramotnost rozšířena o otázku obrazové řeči a získání vlastně tradiční gramotnosti v novém kódu, čili naučit se řeč televize i filmu. Dnes alespoň co stačím sledovat, není v západní Evropě země, která by v té či oné podobě neměla mediální výchovu. Existuje také mediální organizace Orbicon pro rozvoj mediální gramotnosti, která má silné zastoupení v Tichomoří, v Austrálii, v Evropě, v Kanadě a v USA. Poněkud pomaleji se to daří rozvíjet v zemích východního bloku, z nejrůznějších důvodů, také proto, že nejsou lidské zdroje. Zkrátka je to koncept v podstatě samozřejmý. V mediálně saturovaném světě, ve kterém žijeme, prakticky nikoho nepřekvapuje, že je potřeba se v médiích orientovat.

Existují v zahraničí také nějaké pokusy zmapovat efekty mediální výchovy? Někjaké konkrétní výzkumy?

Takové pokusy jsou kupodivu minimální. Kdysi jsem se tomu divil, ale zkrátka nejsou zvykem. Rozhodnutí, že mediální výchova patří k všeobecné výbavě člověka ve společnosti, vede k tomu, že její efekty se sledují spíše než výzkumy, změnami chování společnosti v dlouhodobém měřítku. A na to je ještě v podstatě brzy. Možná podobně jako se dá sledovat u sexuální výchovy z dlouhodobého hlediska nějaká korelace mezi sexuální výchovou a poklesem pohlavních chorob nebo nežádoucích početí, tak se možná dlouhodobě dají sledovat například postoje k časopisům pro děti a mládež.

Vy spolupracujete s Výzkumným pedagogickým ústavem na projektu tuzemské mediální výchovy. Nebojíte se trochu, že váš projekt dopadne jako některé podobné „výchovy“ v minulosti, že půjde jen o nějaký módní trend s jepičím životem, místo toho, aby se mediální výchova stala integrální součástí vzdělávání. Ptám se proto, že si zatím neumím představit, kdo by mediální výchovu učil a jaké pro to bude technické zázemí. Máte vy nějakou představu?

Na to upřímně nyní nedokážu odpovědět. Já jsem chtěl, aby to byla skutečně integrální součást vzdělání. A proto jsem navrhoval, aby to bylo koncipováno jako takzvané průřezové téma. Mediální výchova by tak neměla svůj vlastní předmět, ale objevovala by se v rámci českého jazyka, základů společenských věd, dějepisu a podobně tak, aby si lidé postupně zvykli, že ať uvažují o společnosti z jakéhokoli pohledu, musí uvažovat i o médiích. Jinými

slovy: Češtinář by měl říci, že volba slov pomáhá interpretovat zprávu, historik by měl říci, jakou roli při národním obrození sehrála média, „občankář“ by měl zmínit, že v Listině základních práv a svobod je právo svobody projevu. Mělo by to zkrátka prolínat všeobecným vzděláním jako jeden z rozměrů života společnosti. Pro mě je prostě děsivá představa, že skončí tělocvik, zazvoní a začnou média.

Čili koncepce vašeho projektu vůbec nepočítá s alternativou samostatného předmětu o mediích?

Ano, to zmiňované průřezové téma je oficiální termín. Dané téma má samozřejmě svou vnitřní logiku, ale netvoří samostatný předmět. Jedinou výjimkou je takzvaný projekt, který jsem navrhnul, což by byla praxe ve školním časopise nebo kdekoli jinde. Pokud si totiž promítnete způsoby, jakými si lidé ve světě osvojují mediální gramotnost, zjistíte, že jsou dva: buď jde o kriticko-analytický přístup (například v Německu), nebo je to formou praxe. To je hlavně americký přístup: I na základní škole mají malé televizní studio, jednou týdně vysílají zprávy a lidé z toho města je sledují, protože jejich děcko se tam objeví a něco zakoktá. Ale to není podstatné. Podstatné je, že děti se na tom výborně naučí to, že pokud chtějí natočit zprávu o olejové skvrně na fotbalovém hřišti, tak musí jít za paní ředitelkou a vyjednávat, jestli můžou nebo nemůžou točit. Vznikne tak třeba konflikt a děti si tak bezděky osvojují, v jakém prostředí se novinář pohybuje a co všechno musí brát v úvahu. Koneckonců už jenom to, že jsou ty děti součástí nějakého redakčního týmu, jim neuvěřitelně rozšíří představu o tom, jak zprávy nebo cokoli jiného vzniká. Proto jsem o mediální výchově u nás uvažoval v obou rovinách, na jedné straně jsme přece jen tradicí spíše kriticko-analytičtí, ale na straně druhé je důležité si to vyzkoušet.

Tím spíš pořád zůstává problém s tím, kdo bude mediální výchovu v takovéto podobě učit.

Všechny země, které už jsem zmínil, mají na rozdíl od nás tento problém vyřešený. Mají instituce, kde se učitelé na mediální výchovu připravují. U nás je největší problém v tom, že se to na kantory tak trochu hrne a oni jsou v podstatě zoufalí, protože jde o novou věc, se kterou se vlastně nikdy nesešli.

Budoucí učitel, který už projde onou průřezovou mediální výchovou, to bude schopen nějak předat svým žákům. Ale chvílku potrvá než se tu taková generace učitelů objeví. Co s tím?

Je to samozřejmě velký problém. Podle mě by stálo za trochu odvahy mediální výchovu zařadit na pedagogické fakulty. Ale i tam by to musel někdo učit. Zatím to probíhá tak, že se v takové „poloorganizované“ podobě doškolují stávající pedagogové, kteří tuší, že mediální výchovu budou muset zařadit do výuky. Dost k tomu přispívala existence pedagogických center, já jsem jich dost navštívil a mluvil jsem s těmi učiteli. A vím také o tom, že se několik dalších lidí pokouší podobně operovat. Ale bohužel kompetence učitelů je velmi slabá. Museli v posledních letech zvládnout celou řadu nových věcí, neustále se kolem nich něco mění, vlastně celé klima a mediální výchova tak představuje jenom další komplikaci. Obdivuji proto všechny, kteří se na zmíněných školeních sejdou a jsou nějak pozitivně naladěni.

V této souvislosti mě napadá, jestli existuje nějaký časový výhled nebo plán, kdy by se mohl projekt mediální výchovy naplno realizovat?

Ten projekt vstupuje do takzvaného Rámcového programu vzdělávání, který koordinuje Výzkumný ústav pedagogický a o realizaci rozhodují oni. Jde to už mimo mě. Jen stěží to lze odhadnout, jak už jsem naznačil, celá vzdělávací soustava je rozkolísaná a konkuruje si víc koncepcí. Osobně se domnívám, že minimální výhled pro uspokojivé rozšíření mediální výchovy je horizont čtyř až pěti let. Naráží to nejen na zmiňovaný nedostatek kompetence pedagogů, ale i na velmi nevyváženou situaci škol z hlediska technologií. Kromě toho si

myslím, že proběhlo trochu hektické a nepromyšlené zavádění internetu do škol. Internet a vůbec multimediální technologie je nesmírně výhodný nástroj pro mediální výchovu. Od manipulace s obrázky přes využívání obrazových a textových databází po komunikaci se světem, na tom se samozřejmě dá mnohé naučit.

Myslíte si, že projekt internet do škol měl alespoň zčásti počítat s mediální výchovou?

Jsem o tom hluboce přesvědčen. Ve standardním vybavení školy by měl být počítač s digitální kamerou. Je to nejlevnější způsob jak pracovat s obrazem.

Vidíte v tuto chvíli kromě už zmíněných problémů spojených se zavedení mediální výchovy ještě nějaké další komplikace? Byrokratické, nebo pokud jde o váš projekt, i ideové?

Myslím, že v tuto chvíli je nejdůležitější udělat určitou inventuru všech „brzd“, o kterých jsme mluvili. Ale musím zdůraznit, že významným komplikujícím elementem je také to, že mediální výchova je atraktivním politickým tématem. Bohužel, když se ho nějaká strana chytí, což se stává pravidelně v posledních letech před volbami, tak dojde k tomu, že ostatní strany začnou mediální výchovu shazovat. Tím se samozřejmě oslabuje naděje na to, aby mediální výchova byla chápána vážně jako celospolečenské téma.

Vzpomenete si, kdy mediální výchova zafungovala jako předvolební téma?

Myslím, že poprvé k tomu došlo už v roce 1996, kdy se to objevilo v lidoveckém programu. Tehdy to byla rána, protože se vůči tomu lidé okamžitě začali vymezovat, tvrdili, že žádná mediální výchova není potřeba a okamžitě se začal ztrácet smysl celé věci.

Zpomaluje zavedení mediální výchovy kromě politické rétoriky, ještě nějaká jiná, řekněme vnější, komplikace?

Dalším významným komplikujícím faktorem jsou samotná média, která mediální výchově nepřejí. Objevují se argumenty v duchu: „oni jim nepřejí svobodu, oni jim chtějí říkat, jak tomu mají rozumět“. Jde o určité podezření z nějaké formy indoktrinace, o nedůvěru k tomu, aby někdo narušoval rozum čtenáře a to se v podstatě opakuje stále dokola. Velmi těžko se pak vysvětluje, že pozorováním geometrických útvarů se člověk nestává geometrem. A musím říci, že taková situace není obvyklá v západní Evropě, kde vydavatelé nebo vysílatelé sami aktivně přispívají k mediální gramotnosti.

Myslíte, že vydavatelé a vůbec tvůrci mediální produkce za pár let budou svoje produkty postupně přizpůsobovat tomu, že publikum bude více gramotné?

Určitě. Tak jako dnes počítají s tím, že mají před sebou jiné publikum než před dvaceti lety. V tomto směru dokáže být mediální produkce velmi pružná. Naprosto spontánně ale podle mě vydavatelé budou spíš faktorem konzervativním. Vydavatelé průnik mediální gramotnosti nebudou nikdy příliš urychlovat, protože by si tím sami chystali pole, ve kterém by museli měnit svoje chování a zvyšovali by si náklady. I když nikoho nepodezřívám z nějaké vědomé manipulace, tak zkrátka platí, že nepřiliš gramotná skupina konzumentů je v zásadě velmi výhodná.

Ve vašich slovech je teď trochu cítit naděje, že pokud se zvýší mediální gramotnost publika, zkvalitní se i mediální produkty?

Pro mě osobně taková naděje existuje. Já s tím mám totiž spojenou dost nepříjemnou zkušenost z počátku devadesátých let, kdy se u nás začalo objevovat obrovské množství lidí ze zahraničí, kteří pomáhali radou i činem rozjíždět a zkvalitňovat média. Dělalí školení, zakládali noviny i časopisy, a vlastně to k žádnému zkvalitnění nevedlo. Já jsem si to vyložil tak, že zde probíhala kultivace nabídky, nikoli kultivace poptávky. Média neměla žádný

zvláštní důvod být čím dál lepší, protože čtenáři tehdy neměli příliš na výběr a namnoze ani netušili, že chtějí něco lepšího. Myslím, že je to potřeba otočit a kultivovat poptávku. Je to jeden ze smyslů mediální gramotnosti.

Dokázal byste si představit takovou imaginární situaci, kdy by u nás byla ze dne na den podstatná část publika mediálně gramotná, že by například zanikl nějaký časopis nebo by se rapidně snížila sledovanost některému ze současných pořadů?

Myslím, že ano. Drasticky by se určitě proměnila například scéna časopisů pro teenagery. Do určité míry by se také musela rozrůst mediální scéna, člověk by snáz poznal, kterou stanici má v rádiu naladěnou a nehrnulo by se na něj stále v podstatě totéž. Mohlo by to přispět také k tomu – a nyní jsem velký optimista – že by z českých komentářů přestalo být jenom předkládání vlastních názorů. Vyhýbám se záměrně odpovědi v případě televizních pořadů, protože televize je daleko složitější fenomén. Vliv na jednotlivý pořad nebo i stanici se dá jen těžko odhadnout. Už proto, že mediální gramotnost neznámá, že něco zavrhnou, ale že vím k čemu my to slouží. Mediálně gramotný se mohu dívat na telenovelu, ale vím že se dívám na telenovelu, umím si racionálně zdůvodnit, když nevidím jeden díl, a umím si také zdůvodnit, proč se postavy v té telenovele chovají tak, jak se chovají. Znovu jde o určitý odstup, který ale automaticky neznámá, že něco přestanu sledovat. Jinými slovy: Víím, že se dívám na telenovelu, protože si chci odpočinout, ale současně si také chci odpočinout. Mediální gramotnost Adornovi kulturní průmysl nezbourá.

Ještě k médiím samotným, respektive k novinářům. Jsou čeští novináři výrazně mediálně gramotní? Stačí jim k tomu jejich praxe a zdejší prostředí?

Myslím, že v některých oblastech jsou výrazně mediálně gramotní a ani nemohou nebýt. Rozhodně pokud jde o pochopení zákonitostí mediální produkce, i přístup k mediálním obsahům je velmi kompetentní. Jestli jsou v něčem naši novináři naivní nebo nekompetentní, pak to jsou rozhodně představy o publiku. Ve vztahu k publiku pracují jen intuitivně, mnohdy nevědí pro koho co dělají, často si vytvářejí zjednodušující konstrukty publika a argumentují „naším čtenářem“, ačkoli o něm příliš nevědí. Řekl bych, že jen minimum novinářů u nás počítá s aktivním čtenářem, spíše žijí v období „záračné střely“. Čtenář je zasažený bleskem v podobě jejich sdělení a každého koho ten blesk zasáhne zuhelnatí. Kromě toho si také myslím, že mezi novináři panuje, alespoň zčásti, jistá naivita pokud jde o význam ekonomického vlivu. Jen málo si připouštějí do jaké míry jsou pod vlivem někoho v pozadí. I to je určitá mezera ve vzdělání.

Myslíte, že by se mediální výchova mohla uplatnit i jinak, než jen jako součást standardního vzdělávacího systému? Třeba právě v nějaké formě pro profesionály?

Myslím, že ano. Možná to bude znít trochu hloupě, ale myslím, že by mělo existovat něco jako kurzy první mediální pomoci. Tím jak se rozšiřuje nabídka v médiích, automaticky se rozšiřuje i skupina lidí, kteří přicházejí do styku s tím, jak se média dělají. Je fascinující, jak je stále obtížné lidem vysvětlit, že to co je jejich osobní zkušenost s nějakou událostí a to co se objeví v médiích, jsou dvě naprosto odlišné věci. Stále slyším i na univerzitě: „Já nebudu dávat rozhovor, protože oni to vždycky překroutí.“ To je známka nedostatku mediální gramotnosti, protože ti lidé zkrátka nevědí, že média nejsou tunel, který ten „vláček“ jejich slov proveze bez újmy do pokojů. A týká se to i hostů v Kotli, o kterém jsme mluvili na začátku. Představa, že tam jdu říci svou pravdu, jdu se zeptat na to, co mě pálí, je přeci přesně to, s čím se v Kotli obchoduje.

Není vlastně už sama o sobě přímá osobní zkušenost s médii, procesem v němž se člověk stává mediálně gramotným?

Spíše se na těch osobních zkušenostech dá stavět. Vždycky, když dělám školení, tak se ptám lidí, jestli mají nějakou zkušenost s médii. Dozvídám se řadu zajímavých historek, na kterých se dá mnoho věcí ilustrovat. Ti lidé k tomu mají samozřejmě blíž, když jde o jejich vlastní zkušenost. Někoho novinář zastaví na ulici a zeptá se, jestli souhlasí s tím, že někde bude jaderné přecladiště a sousedé mu potom říkají, že vypadal nemocně „v té televizi“. On byl přitom zabraný trochu proti sluníčku nebo z pohledu. Když s lidmi o těchto efektech mluvím, začnou si velmi rychle uvědomovat, že média skutečně nejsou jen „pošťák“, který jim realitu doručí domů, ale že s realitou pracují, že ji vytvářejí. V takových chvílích se mediální gramotnost začíná formovat. Jeden ze základních problémů uchopování médií je v tom, že ona sama sebe z části upozadují a tváří se jako neutrální prostředí připravené pro události a osoby. Jejich subjektivismus a konstruování jsou jakoby zamlčované.

Dá se tedy říci, že mediální gramotnost začíná uvědoměním, že médium není pouhý neutrální zprostředkovatel, ale McLuhanovské sdělení?

Ano. Počátek mediální gramotnosti je vlastně vyvedením z určité formy mediální nevinnosti.