

Mladí čelia cunami informácií. A nik ich nenaučil plávať

Stredoškóoláci, ktorých sme oslovili do tohto článku ako respondentov, by si ho zrejme nikdy neprečítali. Je príliš dlhý. "Krátke, krátke, krátke," opakovalo sa v dotazníku stále to isté slovo, keď mali mladí ľudia charakterizovať informácie, aké ich zaujmú. Fakty s kontextom či zážitkové čítanie, ktoré formuje osobnosť, sa však ťažko vtesnáva na malý priestor. Ten viac pristane heslám extrémistov a populistov. Čo sa s tým dá robiť?



Čítanie s porozumením by sa malo trénovať už od útleho veku. Napríklad aj na akciách v miestnej knižnici.

Autor: Ivan Majerský, Pravda

Pred voľbami predstúpilo šesť politických kandidátov. Hoci je krátko po voľbách a tváre i mená politikov majú ľudia čerstvo v hlavách, poznať nebudete ani jedného z nich, keďže išlo o trinásť- a štrnásťročných ôsmakov z bratislavskej základnej školy. V rámci inovatívneho projektu Booking, kde sa spája čítanie so zážitkom, im jeho autorka Tamara Leontievová zorganizovala malú volebnú diskusiu. Keďže sa konala až po skutočných parlamentných voľbách, bola to pekná ukážka, ako mladí vyhodnotili informácie načítané a odpočuté z okolia o téme, ktorá dominovala v celej krajine.

Vyjadrovanie bolo priame a rázne. A väčšinou prebraté od rodičov. Keď jeden chlapec ostro vystúpil proti zvyšovaniu plátov učiteľov, lebo "aj tak nič nerobia", navrhol peniaze v školstve investovať radšej do nových pomôcok. "Akých?" pýtala sa vedúca projektu a chlapec zahabkal. "Například tabule," dodal stojac len niekoľko metrov od modernej školskej tabule. Hovorilo sa aj o korupcii. "Prečo by mi mala vadit?" Pýtal sa iný ôsmak. Leontievová mu dala príklad o úplatkoch v zdravotníctve, kde môže uprednostňovanie tých, čo podplatia, stať iného človeka život. "Aha," zarazil sa chlapec.

Dnešná mladá generácia má asi najjednoduchší prístup k najširšiemu súboru poznatkov v histórii ľudstva. Vygooglenie potrebnej informácie je väčšinou vzdialené rovnako ďaleko ako vrecko so smartfónom. To dodáva mladým sebaistotu, no možno uberá na snahe pri hľadaní súvislostí. Taký pocit majú aj ľudia, ktorí s mládežou pracujú. O tom, že mladí majú problém s čítaním s porozumením textu, svedčia aj výsledky medzinárodných porovnávaní čitateľskej gramotnosti, kde Slovensko obsadzuje posledné priečky. Výsledky našej mládeže sa pritom ešte každým ďalším testom zhoršujú.

Rodinná čitateľská gramotnosť

Čitateľská gramotnosť môže pôsobiť trochu ako abstraktný pojem (hoci nie až tak abstraktný ako väčšina návrhov na jej zlepšenie). Oslovili sme preto riaditeľku bratislavskej Staromestskej knižnice Juditu Kopáčikovou, ktorá na konferencii Knižnice 2015 referovala práve na tému Čitateľská gramotnosť detí a mládeže na Slovensku. "Je to relatívne nový pojem a vlastne neexistuje univerzálna definícia, ktorá by pokrývala všetky jeho aspekty. Tradičné chápanie v zmysle schopnosti čítať a písať, ba ani schopnosti čítať s porozumením dnes už nepostačuje," rozhovorila sa.

V súčasnosti podľa nej k čitateľskej gramotnosti patrí aj kritické zhodnotenie, porovnávanie a rozdeľovanie informácií z hľadiska relevantnosti, novosti, odbornosti, presnosti, spracovanie informácií, formulácia nových myšlienok, hypotéz, ale aj rozpoznávanie nepravdivých, zavádzajúcich, nepresných či škodlivých informácií, či neprestajné nadobúdanie poznatkov, formulovanie a hodnotenie svojich vlastných informačných potrieb. Stačí pritom jeden pohľad na akúkoľvek internetovú diskusiu a človek vidí, že úroveň čitateľskej gramotnosti je podľa týchto pravidiel problémom celej spoločnosti.

Ale späť k mládeži. Kopáčiková stojí aj za zaujímavým Výskumom čítania mládeže na Slovensku. Pracovníci knižníc v roku 2011 oslovili úctyhodných vyše 12-tisíc respondentov a zhodnotili, že vzťah mládeže k čítaniu je kritický. Z množstva dát (dotazníky mali až 49 otázok), stačí ako reprezentatívny vybrať jediný údaj. A to, že najobľúbenejším žánrom kníh u 13– až 17-ročnej mládeže je "žiadna kniha" (nasledovaná hororovým románom). Podľa Kopáčikovej treba korene tohto nezaujmu hľadať už v detstve. Aj preto autorky výskumu navrhli ako jedno z riešení tohto stavu tzv. rodinné čítanie.

V rámci programu rodinnej gramotnosti sa snažia popularizovať čítanie pre deti knižnice na celom Slovensku. Samozrejme, závisí od kreativity ľudí, ale rôzne zážitkové čítania sú dávno bežné a rozšírené. Kopáčiková však mala pocit, že situácia by sa mohla zlepšiť aj za múrmi knižníc – priamo v domácnostiach. Preto sa s kolegyňami inšpirovala knižničným projektom v Škótsku. Tam pred časom zaviedli benefit pre každého rodiča – k narodeniu dieťaťa dostane pre bábätko preukaz do knižnice, ktorý financuje štát. Niečo podobné v menšom sa práve rozbieha v bratislavskom Starom Meste.

"Rodičia detí v našej mestskej časti dostanú zadarmo čitateľský preukaz, na ktorý si budú môcť až do šiestich rokov dieťaťa zadarmo požičiavať knihy o výchove detí. Súčasťou projektu je však i brožúra, ktorú takisto dostanú, a v ktorej nájdú užitočné rady o tom, čo, kedy a ako malým deťom čítať. Vieme, že niektorí dnešní rodičia sú v tom stratení, takáto pomôcka by ich mohla zorientovať," pokračuje šéfkou knižnice a dodáva, že od šiestich rokov si deti zoberú pod krídla už priamo knihovníčky. Až do začiatku puberty sa podľa nej s deťmi pracuje dobre, kritické je práve obdobie od 13 do 17 rokov.

Facebook náš každodenný

Sú to roky, keď sa mladí ľudia formujú, ale zároveň obdobie, keď na nich rodičia či pedagógovia majú obmedzený vplyv. Po posledných voľbách, keď sa takmer každý štvrtý prvovolič rozhodol pre fašistov, sa rozprúdila diskusia, akým spôsobom na mladých v tomto

veku vplývať. Nečítajú? Nevedia? Nerozumejú? Ozývali sa otázky dospelých. Rozmýšľal však niekto viac nad tým, či by nebolo vhodné a žiadané prispôbiť posolstvá médiám, ktoré oni sami v tomto veku dobrovoľne a často navštevujú? Aj preto sme medzi stredoškólakmi spravili malý anonymný dotazníkový prieskum.



Okrem zlepšovania čitateľskej gramotnosti musí spoločnosť pochopiť aj to, kde mladí informácie naozaj a radi vyhľadávajú.

Autor: Andrej Barát, Pravda

Pokiaľ ide o médiá, spoločnosť si možno neuvedomuje, aký vplyv má na mladých bulvár. Ak naši 14– až 18-roční respondenti náhodou uviedli okrem Facebooku aj nejaké tradičné médium, väčšina napísala bulvárne tituly (na webe). Určite to súvisí s tým, že uprednostňujú "jasné, krátke" články. Nebolo by preto namieste okrem diskusie o tom, "čo ich to učia v školách", sledovať aj to, čo sa dočítajú v médiách, ktoré naozaj sledujú? A najmä, v tých, ktoré spoločenským tlakom možno ovplyvňovať, to aj skutočne robiť? Konšpiračné weby ovplyvní spoločnosť sotva, bulvár však môže. Napokon, už sa to niekoľkokrát stalo, keď bulvár, povedzme, pri utečeneckej kríze vydal aj niekoľko skutočne korektných a jasných článkov.

Z prieskumu tiež vyšlo, že tri štvrtiny mladých sa zaujímajú o dianie vo svete, takže informácie naozaj aktívne vyhľadávajú – väčšinou na Facebooku, pričom veľmi nerozlišujú, kam ich sociálna sieť odkáže, hlavne ich musí informácia a spracovanie zaujať. Pýtali sme sa tiež na dve posledné udalosti, ktoré v spoločnosti uplynulý mesiac rezonovali. O teroristických útokoch v Bruseli počuli všetci a väčšinu udalosť zaujala, parlamentné voľby na Slovensku zaujali tri štvrtiny opýtaných.

Okrem čítania správ na webe asi polovica spomenula aj televíziu. Videá na YouTube si mladí s prijímaním informácií nespájajú, stále viac so zábavou. Pri sociálnych sieťach si niektorí uvedomujú ich riziká. "Novinky sledujem aj na Facebooku, ale neberiem ho vždy ako dôveryhodný zdroj informácií," napísala 16-ročná gymnazistka z Liptovského Mikuláša. V tejto vekovej kategórii zohráva veľkú úlohu aj odporúčanie rovesníkov. "Čítam najmä krátke články, ktoré ma zaujmú, ale sledujem aj veľa statusov svojich priateľov na Facebooku," napísal 18-ročný študent technickej strednej odbornej školy.

Neochota čítať dlhšie články súvisí určite aj s tým, že podľa Výskumu čítania mládeže na Slovensku až 49 percent respondentov čítanie skrátka nebaví. Štúdia potvrdila aj dominanciu internetu – ako informačný zdroj preferujú mladí od 13 do 17 rokov internet až v 91 percentách, iba 34 percent mladých hľadá informácie aj v knihách a len 12 percent v časopisoch. Vráťme sa teda k otázke, ako tejto vekovej kategórii naservírovať potrebnú osvetu tak, aby ju prijala. Obrátili sme sa v tomto smere na ľudí, ktorých približovanie obsahu k presne určenej cieľovej skupine živí – odborníkov z reklamných agentúr.

Mladých oslovia ich vzory

Matej Kucek pracuje ako digital account director v reklamnej agentúre Wiktor Leo Burnett. Hneď na úvod hovorí, že väčšina ľudí v tomto veku sa rada zabáva a nerieši vážne veci a vzdoruje autoritám. "Vedia vyjadriť kritiku v názoroch a postojoch, čo však nemusí znamenať, že vedia byť vždy kritickí aj v myslení. Najväčší vplyv na nich majú rovesníci z blízkeho okolia a internetové vzory. Prieskumy hovoria, že väčšina má smartfón a až štvrtina je online priebežne počas celého dňa. Tým, že žijú pre okamih a mocenská páka nemá na nich silný vplyv, sú pre túto cieľovú skupinu najefektívnejšie médiá, ktoré umožňujú okamžitú odozvu, obojstrannú komunikáciu a slobodu prejavu, teda sociálne siete," dodáva.



*Facebook je dnes pre mladých najčastejším zdrojom informácií.
Autor: SHUTTERSTOCK*

Facebook je podľa Kuceka dominantný, ale postupne ho vytlačujú aj iné sociálne siete ako Instagram či Snapchat. "Silné postavenie má aj YouTube, kde mladí sledujú hlavne svoje internetové vzory – vloggerov," pokračuje. Hoci naši mladí respondenti video ako zdroj informácií uvádzali zriedka, Kucek ho považuje za aktuálne za jeden z najlepších reklamných formátov. Mladí si však možno videá nespájali s informáciami, keďže ich takto získavajú pasívne. "Tradičné médiá ako televízne spravodajstvo, rozhlas či tlač už dnes môžu túto cieľovú skupinu míňať," upozorňuje Kucek.

Adam Horecký, strategic planner z reklamnej agentúry Made by Vaculik sa pri viacerých reklamných kampaniach zameraných na -násťročné publikum v poslednom čase presvedčil, že online prostredie je pre mladých najprirodzenejšie. "Z pohľadu reklamnej agentúry však môžem povedať, že pri mladých ľuďoch je oveľa dôležitejší obsah komunikácie a nie jej forma a zvolené kanály. Treba pre nich nájsť vždy jasnú ideu a nejaký zaujímavý obsah," mieni a ako vhodný kanál v súčasnosti takisto spomína najmä videá na Facebooku či využite vloggerov a mladé hviezdy YouTube.

Expertom z reklamy sme skúsili dať aj malé zadanie – ako najlepšie naservírovať mladým informácie o extrémizme tak, aby ich zaujali? Podľa Kuceka treba vymyslieť obsah a štýl, ktorý by hneď neprekukli a neskritizovali, teda nájsť niečo, čo im je prirodzené. "Ideálne cez mladé internetové vzory a osobnosti, ktoré uznávajú. Štýlom, ktorý ich môže zo začiatku možno aj trochu šokovať a donúti ich zamyslieť sa, aké dôsledky môže mať určité správanie. Viem si predstaviť nejaký poloedukačný video obsah doplnený o určitú interaktivitu," navrhol.

Krátkodobý, kampaňový prístup však podľa neho nemusí mať na zmenu postojov najsilnejší efekt, z dlhodobého hľadiska sa treba zamerať na správnu výchovu a vzdelávanie.

Podľa Horeckého po posledných voľbách vidno, že mladí ľudia sú pomerne zmätení v otázkach, ktoré boli ešte pred pár rokmi viac-menej čierno-biele. Riešenie vidí skôr v tom, naučiť mladých kriticky uvažovať. "Nie každý človek je totiž schopný dostatočne kriticky zhodnotiť všetky informácie, ktoré naňho čakajú na internete či v iných médiách. Ako ich však naučiť rozlišovať overenú informáciu od dezinformácie, ktorá je často väčšou senzáciou ako komplikovaná realita? To sa asi statusom na Facebooku nevyrieši," dodal. A tým sa dostávame späť k výchove – doma i v školách.

Veľa závisí od učiteľa

Ako veľmi si v školách uvedomujú, že čitateľská gramotnosť žiakov je v zúfalom stave a že mladí už možno dávno nesledujú médiá, o ktorých im v škole rozprávajú? Prinajmenšom prvý fakt je potvrdzovaný už niekoľko rokov. V štúdiu PISA, ktorá (okrem iného) porovnáva v trojročných cykloch čitateľskú gramotnosť na medzinárodnej úrovni, sú na tom mladí Slováci biedne. Zatiaľ posledné výsledky sú z roku 2012, keď sme sa v rámci krajín OECD umiestnili na 32. mieste z 34 krajín (za nami skončili Mexiko a Čile). V širšom porovnávaní skončili Slováci na 43. mieste zo 65 zúčastnených krajín.

Ministerstvo školstva na túto situáciu reagovalo najnovšie v septembri minulého roku, keď navrhlo inovované štátne vzdelávacie programy a medzi nimi aj inovované vzdelávacie štandardy zo slovenského jazyka a literatúry. "V rámci inovácie sme vytvorili priestor pre učiteľov, aby mohli na hodinách podporovať rozvoj čítania s porozumením. Nemalo by pritom ísť len o hodiny slovenského jazyka, pretože podpora čitateľskej gramotnosti musí byť zabezpečená naprieč všetkými predmetmi," vyjadrili sa z rezortu školstva.

Podľa ministerstva žiaci už dnes na hodinách okrem klasickej literatúry pracujú aj so súčasnými textami, napríklad aj s novinovými článkami. "S pojmami ako dezinformácia, propagácia a podobne sa stretávajú na hodinách slovenského jazyka a literatúry. Učitelia o tom majú so žiakmi diskutovať, žiaci si môžu napríklad pripraviť projekty, ako môžu médiá manipulovať s čitateľom, prípadne príklady z dejín, ako je možné pomocou fotografie a jej úprav manipulovať napríklad s celým národom a podobne," doplnili z tlačového odboru ministerstva aj konkrétnejšie príklady. Deje sa to však v praxi?

Oslovili sme bývalého učiteľa geografie, dnes šéfa občianskeho združenia Lepšia geografia Petra Farárika. Ten uznáva, že čítanie s porozumením by malo byť v súčasnosti podľa Štátneho vzdelávacieho programu zahrnuté v každom vyučovacom predmete, no učiteľom podľa neho chýbajú nielen skúsenosti, ale aj metodické materiály a cvičenia, ktoré by im rozvíjanie čitateľskej gramotnosti u žiakov uľahčili. "Je len na učiteľovi, ako sa s touto výzvou popasuje," dodáva. On sám svojim žiakom na gymnáziu dával napríklad úlohu vcítiť sa do úlohy novinára a pripraviť článok na vybranú tému.

"Museli pritom citovať aspoň tri informačné zdroje. Najlepšie, ak bol niektorý z nich v cudzom jazyku. Viacerých to veľmi bavilo. Horšie bolo, keď mi povedali, že niečo podobné nerobili na žiadnom inom predmete," hovorí. To, ako mladí pracujú so zdrojmi, závisí podľa Farárika do veľkej miery od toho, aké nároky má ich učiteľ a k čomu ich na hodinách vedie. "Ak žiaci vidia, že na úspešný referát stačí odovzdať skopírovaný článok z internetu, ktorý si ani neprečítali, ťažko ich naučíme pracovať s informáciami, rozlišovať bludy od faktov a vážiť si kvalitný text," pokračuje.

Zážitok a diskusia

Podľa Farárika je naučiť žiakov orientovať sa v informačnej záplave 21. storočia jednou z najväčších výziev súčasného školstva. Opäť sa teda vraciame k nevýhodám absolútnej dostupnosti informácií. Šéfka knižnice Kopáčiková ešte pripomína ďalší fenomén, ktorý s ľahkou dostupnosťou faktov možno na prvý pohľad nesúvisí – odklonom od komunikácie tvárou v tvár. A pri takej vážnej téme si to môžeme nechať vysvetliť komikom: Americký humorista Louis C. K. v jednom televíznom rozhovore opisoval, prečo svojim deťom nedáva do rúk smartfón.

"Kto ho má, nepozera sa na ľudí, s ktorými komunikuje. A deti, ako vieme, sú kruté. Prídu k inému dieťaťu a povedia mu, že je tučný. To druhé dieťa sa rozplače a prvé ma zrazu zvláštny pocit, keď vidí, čo spôsobilo. Pri mobiloch však toto odpadá. Napíšu niekomu – si tučný, a potom si pohladkajú bruško, že spravili niečo veľmi zábavné," vysvetľoval. Inými slovami sa dá povedať, že pri absencii priameho kontaktu jednej strane chýba istá zažitá vedomosť, ktorá sa dá získať len v interakcii tvárou v tvár. Je možné, že podobne to funguje aj s informáciami? Kedysi sa mladí stretli kdesi na lavičke a tvorili nehomogénnu zmes ľudí, ktorí spolu o faktoch diskutovali, a tým získavali kontext, schopnosť vnímať veci v širších súvislostiach. Hoci mnohé informácie, s ktorými operovali, boli nesprávne, keďže si ich nemohli na mieste overiť, diskusia bola veľmi prospešná. Dnes sú mladí vo faktoch istejší, lebo ich majú vždy po ruke. Zároveň necítia potrebu o nich toľko diskutovať, respektíve to robia v homogénnom prostredí internetových bublín či horšie – konšpiračných webov. Aj preto je projekt, ktorý sme spomínali v úvode, zaujímavým modelom.

Ako vlastne v praxi vyzerá? "Na prvej hodine napríklad deťom poviem, že stroskotali na ostrove, rozdelím ich do tímov a hrou sa snažím, aby si medzi sebou vybrali vodcu," hovorí Leontievová. Až neskôr sa dozvedia, že hodina je venovaná knihe Boh múch od Williama Goldinga. "Dôležitý je však ten zážitok, cez ktorý ich má zaujať aj kniha, ideálne, keby ich to inšpirovalo k jej prečítaniu," hovorí. Sama si však uvedomuje, že takéto projekty nemajú okamžitý hmatateľný efekt. "Ja sama by som v tom veku hneď nepriznala, že ma to zaujalo. Ale možno neskôr by som si tú knihu nenápadne zohnala."

Leontievová je od malička vášnivou čitateľkou kníh. Hoci pracuje v PR spoločnosti, rozhodla sa presvedčiť riaditeľa jednej bratislavskej základnej školy, aby jej dal šancu preniesť svoje nadšenie ku knihám na mladých. Navštívi ich šesťkrát za rok, vždy na dvojhodinovku. V spolupráci so sociologičkou a kníhkupectvom vypracujú s deťmi aj dotazník, pred a po projekte. Verí, že tento formát by sa časom mohol ujať aj v iných školách. Zážitok, ktorý sa deťom spája s čítaním, možno zníži to alarmujúce číslo 49 percent mladých, pre ktorých je čítanie utrpením. A zároveň rozprúdi takú potrebnú diskusiu.

Milan Čupka

In *Pravda Víkend*, 2. 4. 2016, roč. 26, č. 76, s. 14-16.

Dostupné na internete: <http://zurnal.pravda.sk/fenomen/clanok/388844-mladi-celia-cunami-informacii-a-nik-ich-nenaucil-plavat/>