

CO JE TO MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST A PROČ JE DŮLEŽITÉ SE JÍ VŮBEC ZABÝVAT

Kamil KOPECKÝ

Média, masmédia, ale také sociální sítě či jen běžně dostupné plakátovací plochy na nás chrlí informace, ve kterých je obtížné se vyznat. V minulosti fungoval zažitý úzus, že co je psáno či řečeno, je pravda, a bylo důležité jen najít toho, kdo říkal celou pravdu a tuto si „neohýbal“ podle svých potřeb či cílů.

V dnešní době je tomu jinak – **informace se na nás „valí“ ze všech stran a je obtížné se v nich zorientovat, a to nejen s ohledem na množství zpráv, ale také s logickým odkazem na fakt, že většina masově šířených zpráv již nezná svého autora a tento bývá odhalen ve velmi malém měřítku.** *„Medializace je tedy skutečnost, že život jednotlivce, skupin i celé společnosti je prostoupen médii (tradičními „masovými“, tedy periodickým tiskem, rozhlasovým a televizním vysíláním, a stále zřetelněji i telematickými „síťovými“ médii, jež na sebe berou více a více charakteristik dříve spojovaných s „tradičními“ masovými médii). Medializací se rozumí skutečnost, že stále více společensky významných, konstitutivních komunikačních aktivit (ekonomické, politické i kulturní povahy) se odehrává prostřednictvím těchto médií, a tedy s jejich aktivní účastí.“* (Více [zde](#).)

Schopnost zorientovat se v naší medializované době i společnosti se nazývá mediální gramotností a pohledem na

naší populaci tuto gramotnost můžeme hodnotit také s ohledem na věkovou skupinu obyvatelstva. Mediální gramotnost se pomalu, ale jistě usazuje v průřezových tématech základních a středních škol a můžeme tedy říci, že nastupující generace má předpoklady a podmínky se se v informacích na ně směřujících orientovat lépe než je tomu u generace jejich učitelů, rodičů, či dokonce prarodičů.

Zajímavou otázkou pro možné výzkumy však zůstává, co si každý takový jedinec ze vzdělávacího procesu odnese a jak s těmito informacemi naloží, neboť je samozřejmé, že každý z nás nezávisle na věku či pohlaví se v mediální / sociální bublině zorientuje podle toho, co je mu předáno prostřednictvím vrstevníků, učitelů, rodičů, či samotných médií. V přeneseném slova smyslu lze říci, že podle toho jací jsme studenti, jak moc se o informace zajímáme, do jaké míry si je ověřujeme, tak také konáme.

Jak tedy působit na osoby, které jsou mimo již mimo vzdělávací systém – řekněme, že se nenarodily v tomto tisíciletí? Výzkumy i šetření nám ukazují, že populace nad 30 let a výše se s pojmem mediální gramotnost setkává méně často než s pojmem finanční gramotnost, což z hlediska vývoje technologií a jejich užití v praxi je logickým důsledkem doby v níž žijeme, a proto je současná medializace pro mnohé překvapující a často je zastihne nejen nepřipravené, ale i bez jakékoli funkční bytí minimální pasivní obrany.

Dané se projevuje nejen v akceptaci a víře v dané skutečnosti, ale také v bezbřehém šíření hoaxů a tzv. fake news, tedy falešných zpráv. Tyto zprávy jsou nejčastěji šířeny prostřednictvím sociálních sítí, e-mailů, přičemž mnozí uživatelé se domnívají, že jsou na nich zcela anonymní. Zprávy se tak šíří rychleji, jsou cíleny právě na skupiny osob, které si informace neověřují a často se tak informace vyskytují ve skupinách osob podobně smýšlejících, které jsou ochotny jim uvěřit a šíří je se stejným „zápalem“ dál. Jak na fake news reaguje nejen česká populace nám prokázaly nejen prezidentské volby v loňském roce, ale také „migrační krize“ (např. <https://www.info.cz/strategie/do-prahy-prijelo-1500-migrantu-z-nemecka-tvrdil-hoax-cesi-naleteli-videu-z-nadrazi-v-anglii-33325.html>). Tyto dva příklady nám ukazují nejen to, jak snadno jsme všichni zmanipulovatelní pouze na základě dobře

cílené kampaně za pomoci upravených fotek či textů, ale i skutečnost, jak je důležité si umět informace nejen nalézt, ale také ověřit jejich zdroj a jejich pravdivost.

Pod mediální gramotností si tedy můžeme **představit schopnost informace vyhledávat, třídit, kategorizovat, ověřovat, katalogizovat, vyhodnocovat, a především se nebát nad nimi přemýšlet a dále šířit jen ty, které jsou ověřené, za nimiž si stojíme, a tím jsme ochotni za ně nést i případné následky.**