



Európska únia
Európsky sociálny fond



KomPrax
Kompetencie pre prax

„Moderné vzdelávanie pre vedomostnú spoločnosť / Projekt je spolufinancovaný zo zdrojov EÚ“

KOMUNIKUJME EFEKTÍVNE

MEDIÁLNE A KOMUNIKAČNÉ ZRUČNOSTI V PRÁCI S MLÁDEŽOU

výskum

ÚVOD	3
1. INFORMÁCIE O VÝSKUME	4
2. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ A CHARAKTERISTIKA PROBLÉMOVEJ SITUÁCIE	5
3. INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV VÝSKUMU A VÝSKUMNÉ ZISTENIA	6
3.1 Ako pracovať s informáciami	6
3.1.1 Prístup k informáciám	7
3.1.2 Hodnotenie informácií	8
3.1.3 Triedenie informácií	9
3.1.4 Distribúcia a triedenie informácií	10
3.2 Mediálne kompetencie v práci s mládežou	11
3.2.1 Komunikácia so spolupracovníkmi a externým prostredím	11
3.2.2 Mediálna komunikácia pri príprave podujatí	12
3.2.3 Prezentácia aktivít	14
3.2.4 Dokumentácia aktivít	15
4. ODPORÚČANIA A VZDELÁVACIE POTREBY	17
ZÁVER	18

ÚVOD

Aby sa mladý človek úspešne začlenil do spoločnosti, musí si najskôr osvojiť celú sadu vedomostí, zručností a postojov. Prostredie nasýtené informáciami, médiami a novými technológiami podporuje snahu jednotlivých štátov rozvíjať u mladých ľudí také zručnosti, ktoré im umožnia flexibilne sa vyrovnáť s rýchlymi zmenami v osobnom, spoločenskom i pracovnom živote. Informačné a mediálne zručnosti sú mimoriadne dôležité nielen pre samotných mladých ľudí, ale aj pre ostatných aktérov, ktorí sa v práci s mládežou angažujú na dobrovoľníckej alebo profesionálnej úrovni.

Táto publikácia je súčasťou výskumu v rámci aktivít národného projektu KomPrax – Kompetencie pre prax, ktorého cieľom je podporiť kvalitu vzdelávacích a výchovných programov v práci s mládežou a napomôcť výchove mladej aktívnej generácie. Realizátorom projektu KomPrax je IUVENTA – Slovenský inštitút mládeže, projekt je spolufinancovaný z Európskeho sociálneho fondu. Publikácia prináša kvalitné vstupné informácie z mediálnej, informačnej a komunikačnej oblasti, ktoré poslúžia ako podklady pre identifikáciu vzdelávacích potrieb, ale aj plánovanie, prípravu a realizáciu konkrétnych vzdelávacích aktivít v jednotlivých oblastiach práce s mládežou. Publikácia zároveň prináša identifikáciu dôležitých tematických okruhov a výziev, s ktorými treba pri plánovaní a realizácii mládežníckej politiky do budúcnosti počítať.

Komplexné informácie o súčasnom stave a potenciáli využitia informačno-komunikačných a informačno-mediálnych kompetencií sú významnými prvkami, ktoré sú jedným z podkladov pri príprave Stratégie SR pre mládež na roky 2014 – 2020. Zároveň veríme, že získané výstupy v publikácii prispievajú k skvalitneniu a vyššej efektívnosti aktivít pre mládež a umožnia flexibilnú reakciu a adaptáciu jednotlivých politík na dynamické spoločenské zmeny a výzvy, ktorých súčasťou je práca s mládežou.

1. INFORMÁCIE O VÝSKUME

Hlavným cieľom výskumu bolo analyzovať mediálne a informačné kompetenci mladých vedúcich, mládežníckych vedúcich a pracovníkov s mládežou.

Objektom výskumu sú nasledovné skupiny:

Pracovník s mládežou je osoba, ktorá pripravuje a organizuje podujatia alebo programy v oblasti práce s mládežou, má spôsobilosť na právne úkony a je v pracovno-právnom vzťahu. Pracovník s mládežou má minimálne 18 rokov a spravidla pôsobí v mimovládnych detských a mládežníckych organizáciách, školských zariadeniach alebo v štruktúrach komunálnej politiky.

Mládežnícky vedúci je osoba, ktorá dovŕšila vek najmenej 18 rokov, vedie (organizuje spoločné trávenie voľného času podľa potrieb a požiadaviek mladých ľudí a výchovne na nich vplýva) skupinu mladých ľudí, riadi a organizuje mládežnícke podujatia a zodpovedá za ich uskutočnenie.

Mladý vedúci je osoba, ktorá dovŕšila vek najmenej 15 rokov a má najviac 17 rokov, má potenciál na vedenie rovesníckej skupiny, aktívne sa podieľa na organizovaní mládežníckych podujatí pod vedením mládežníckeho vedúceho alebo pracovníka s mládežou.

Výskumná vzorka

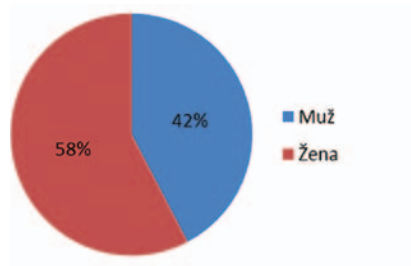
Výskumná vzorka pozostávala z mladých vedúcich, mládežníckych vedúcich a pracovníkov s mládežou zo všetkých samosprávnych krajov Slovenska (s výnimkou Bratislavského samosprávneho kraja) s rovnomerným zastúpením vidieckych a mestských sídiel. Výskumná vzorka pozostávala zo 137 respondentov, u ktorých boli na základe získaných dát analyzované informačné a mediálne kompetenčné profily. On-line dotazník vyplnilo 58 % žien a 42 % mužov. Najviac respondentov (45 %) bolo vo vekovej kategórii 20 – 30 rokov. 24 % účastníkov bolo vo veku 41 – 50 rokov, 11 % vo veku 31 – 40 rokov, 16 % z kategórie menej ako 19 rokov a najmenej (4 %) z kategórie 50 a viac. Najviac respondentov podľa ukončeného vzdelania bolo s vysokoškolským vzdelaním (44 %), SŠ s maturitou (35 %), SŠ bez maturity (4 %) a so ZŠ vzdelaním (17 %). Z geografického hľadiska prevažovali respondenti obcí s veľkosťou 5 001 až 10 000 obyvateľov (26 %) a miest s 50- až 100-tisíc obyvateľmi (25 %). Z menších obcí (do 5 000 obyvateľov) bolo 10 %, zo sídiel od 20- do 50-tisíc obyvateľov 12 % opýtaných, z miest nad 100-tisíc obyvateľov 17 % a z miest ostatných veľkostí 10 %.

Výskumný postup

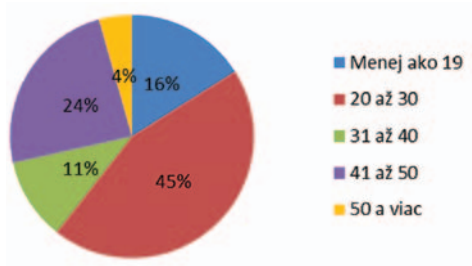
Výskumný postup spočíval v získaní dát cieľovej skupiny respondentov – mladých vedúcich, mládežníckych vedúcich a pracovníkov s mládežou. Zisťovanie kompetenčných profilov bolo realizované prostredníctvom on-line dotazníka, ktorý obsahoval 17 prevažne škálových otázok, ktoré pokrývali celý komplex informačných a mediálnych kompetencií a 4 otázky zamerané na sociologicko-demografické dáta. Získané údaje boli následne vyhodnotené a interpretované kombináciou kvantitatívnych a kvalitatívnych metód výskumu.

Prehľad sociologicko-demografických dát výskumu informačných a mediálnych kompetencií

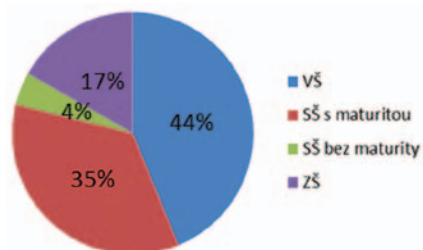
Pohlavie



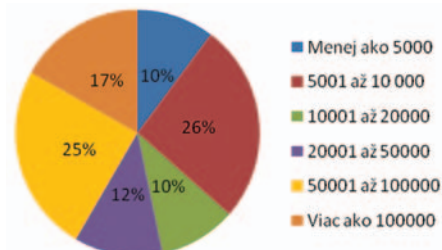
Vek



Pohlavie dosiahnuté vzdelanie



Počet obyvateľov



2. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ A CHARAKTERISTIKA PROBLÉMOVEJ SITUÁCIE

Jednou z dôležitých životných zručností, ktoré majú praktický význam pre každého jednotlivca i spoločnosť ako celok, sú jednoznačne informačné a mediálne kompetencie.

Význam a rastúca dôležitosť mediálnej gramotnosti sa odráža i v aktuálnych dokumentoch prijatých na národnej i medzinárodnej úrovni (UNESCO, Rada Európy, Európska únia). Čoraz väčšiu pozornosť informačným a mediálnym kompetenciám venuje i Európska komisia, ktorá v auguste 2009 prijala Odporúčanie o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí (ODPORÚČANIE KOMISIE, 2009).

Podľa Európskej charty mediálnej gramotnosti by mal byť mediálne gramotný človek schopný:

- používať mediálne technológie efektívne k prístupu, zhromažďovaniu, obnovovaniu a zdieľaniu obsahu tak, aby uspokojil svoje individuálne a skupinové potreby a záujmy,
- nadobúdať prístup a realizovať informovaný výber zo širokej škály mediálnych foriem a obsahov z rozdielnych kultúrnych a inštitucionálnych zdrojov,
- porozumieť tomu, ako a prečo sú mediálne obsahy vytvárané, ale aj s nimi súvisiaci technický, právny, ekonomický a politický kontext,
- kriticky analyzovať techniky, jazyk a konvencie používané v médiách a význam ich posolstiev,
- používať médiá tvorivo na vyjadrenie a komunikovanie myšlienok, informácií a názorov,
- identifikovať, zabrániť alebo odmietnuť mediálne obsahy a služby, ktoré môžu byť nežiaduce, urážlivé, pohoršujúce a škodlivé,
- efektívne používať médiá na upevňovanie demokratických práv a občianskych slobôd.

Používanie informačno-komunikačných technológií a internetu je medzi mladými Európanmi mimoriadne rozšírené. Podľa najnovších údajov Eurostatu iba necelých päť percent mladých ľudí v EÚ vôbec nepoužíva počítač. Na druhej strane viac ako 73 percent Európanov vo veku 16 – 24 rokov používa počítač a internet každý deň.

Dnešní mladí ľudia sú prvou generáciou, ktorá je prostredníctvom sociálnych sietí v denodennom on-line kontakte s desiatkami až stovkami svojich rovesníkov. Internetové platformy a mobilné aplikácie môžu byť použité aj na vzdelávanie mladých ľudí o názoroch, hodnotách a predstavách, ktoré sa týkajú spolužitia. Sociálne siete pomáhajú ľuďom s rovnakými záujmami a názormi stať sa súčasťou skupiny alebo hnutia, ktoré by mohli pomôcť pri komunikácii medzi rôznymi kultúrami.

Mladí lídri, mládežnícki vedúci a pracovníci s mládežou by mali vyššie uvedené fakty brať do úvahy a akceptovať ich význam a vplyv v individuálnej a spoločenskej rovine. Vyplýva z toho potreba intenzívneho rozvoja ich informačných a mediálnych zručností, aby možnosti v informačnej spoločnosti boli v rámci práce s mládežou naplno využité. Musíme si byť vedomí ich potenciálu a dozvedieť sa o najdôležitejších vplyvoch týchto fenoménov na našu spoločnosť a životy mladých ľudí.

Z vyššie uvedených faktov vyplýva aktuálna potreba realizovať výskumné projekty, ktoré ozrejmi situáciu v oblasti mediálnych a informačných kompetencií medzi mladými ľuďmi, ale aj tými, ktorí s mládežou pracujú na dobrovoľníckej alebo profesionálnej úrovni.

3. INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV VÝSKUMU A VÝSKUMNÉ ZISTENIA

3.1 Ako pracovať s informáciami

„Informačne gramotní občania si uvedomujú, že k riešeniu problémov a otázok týkajúcich sa ich vlastných životov i života v komunitách a v spoločnosti ako celku, potrebujú kvalitné

informácie...“(Correia, 2002, s. 15).

3.1.1 Prístup k informáciám

Pri hľadaní kvalitných informácií by sme najskôr mali brať do úvahy potrebu a dôvod, prečo sa daným obsahom chceme zaoberať. Následne sa zamyslieť nad najvhodnejšou stratégiou na získanie prístupu k informáciám.

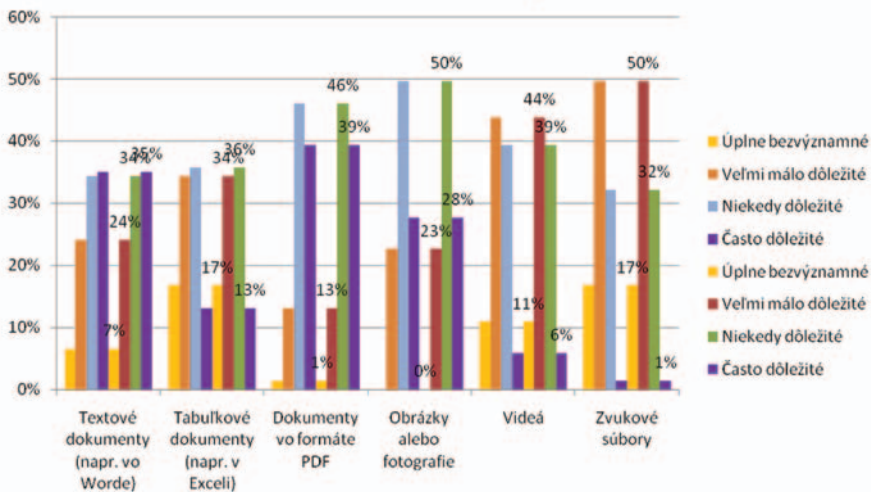
Jednu a tú istú informáciu je niekedy možné získať z viacerých zdrojov. Spracovanie a celkové podanie informácie je napríklad v spravodajstve komerčnej televízie odlišné ako v prípade textu pôvodnej tlačovej správy, ktorú vydala tlačová agentúra. Rozdiely by sme našli aj v pokrytí tejto témy verejnoprávnym rozhlasom alebo televíziou. Ešte výraznejšie môžu byť odlišnosti zdrojov získaných v prostredí internetu. Každé médium má svoj špecifický jazyk, žánre, stereotypy a konvencie. Z tohto dôvodu je u pracovníka v oblasti mládežníckych aktivít dôležitou spôsobilosťou kritický odstup, teda nedôverovať a nespoliehať sa iba na jeden zdroj informácií, ale podľa možností hľadať i alternatívne zdroje.

Finálnym krokom je získanie informácií alebo mediálnych obsahov v súlade s našimi informačnými potrebami. V tejto fáze môže nastať situácia, že napriek dodržaniu všetkých vyššie popísaných pravidiel a zásad nenájdeme informácie alebo mediálne obsahy spĺňajúce naše požiadavky a očakávania. Problémom býva najčastejšie to, že sme zvolili nevhodný prístup alebo stratégiu.

Najviac sa využíva Word a PDF

Čo sa týka formátov pri získavaní informácií, naše zistenia ukazujú, že pracovníci s mládežou, mládežnícki vedúci a mladí vedúci najčastejšie pracujú s textovými dokumentmi vo formáte Word a PDF. Pomerne malú dôležitosť prikladajú schopnosti pracovať s tabuľkami, fotografiami a videami. Ako veľmi málo dôležitú identifikovali prácu so zvukovými súborami. Sami seba hodnotia respondenti ako relatívne informačne gramotných. Až 60 % z nich ohodnotilo ako expertnú svoju schopnosť samostatne vyhľadávať informácie v prostredí internetu. Takmer polovica respondentov tvrdí, že je na vysokej úrovni schopná vyhľadávať a pracovať s informáciami uloženými v elektronickej podobe – napríklad v adresároch, CD-nosičoch, ale i v rôznych manuáloch, knihách či príručkách. Z hľadiska formy informačných dopytov sú prevládajúcimi nosičmi textové dokumenty. Takmer 90 % respondentov uviedlo, že súčasťou ich aktivít je vyhľadávanie informácií v textovej podobe. Zaujímavým zistením je fakt, že iba približne tretina opýtaných častejšie využíva vo svojej práci obrazové materiály a fotografie. Pomerne zriedkavé je tiež vyhľadávanie a práca s videosúbormi. Výsledky tejto časti výskumu naznačujú, že informačné kompetencie súvisiace s prístupom k informáciám sú u výskumnej vzorky na pomerne vysokej úrovni. Väčšina z nich preferuje získavanie informácií v prostredí internetu, pričom za najdôležitejšie z hľadiska ich pracovných aktivít považujú materiály v textovej podobe. Isté rezervy vidíme v miernom podceňovaní významu práce s informáciami v iných formátoch – najmä video a fotografie – ktorých potenciál je využiteľný v rámci tvorby a realizácie programových aktivít, napríklad pri zabezpečovaní propagácie, informovania a publicity o činnosti organizácie.

Aká dôležitá je pre vás schopnosť získavania informácií z internetu v nasledujúcich formátoch?



3.1.2 Hodnotenie informácií

K informačným a mediálnym kompetenciám v oblasti práce s mládežou patrí i hodnotenie a porovnávanie rôznych informačných zdrojov a obsahov.

Mieru dôveryhodnosti môžeme pomerne presne odhadnúť porovnaním s podobnými informáciami získanými z iných zdrojov. Ak napríklad o udalosti alebo jave, ktoré nás zaujali, počujeme v televíznom spravodajstve, je vhodné porovnať príslušné fakty a tvrdenia v niektorom z iných mediálnych nosičov. Najjednoduchšie a často i najaktuálnejšie dáta nájdeme prostredníctvom webového vyhľadávača. Touto formou si môžeme prezrieť, ako o téme informovali iné televízie, ale aj rozhlasové stanice či špecializované spravodajské portály. Môžeme pritom naraziť na zaujímavý fakt, že prezentovaná informácia sa v rôznych médiách vyskytuje v takmer identickej podobe. Týka sa to najmä najaktuálnejšej mediálnej agendy, ktorú nastolili tlačové agentúry a prostredníctvom jednotlivých médií sa stávajú súčasťou verejnej diskusie. Tento fakt býva jedným z indikátorov, že správa má dôveryhodné pozadie a môžeme jej dôverovať. Prijatú informáciu je však vhodné podrobiť kritickej analýze, klásť si otázky súvisiace s kontextom a našimi prechádzajúcimi skúsenosťami a poznatkami.

Najviac vyhľadávame cez Google

Najpreferovanejším prostriedkom na vyhľadávanie informácií je internetový vyhľadávač. Až 61 % opýtaných tvrdí, že ho používa veľmi často. V našich podmienkach je na vyhľadávanie najčastejšie využívaná služba Google. Pomerne rozšírené je tiež cielené vyhľadávanie informácií na webových stránkach, ktoré respondenti už poznajú a používajú ich opakovane. Dôležitým komunikačným kanálom zostáva e-mailová pošta, ktorú v súvislosti s prácou s informáciami veľmi často alebo často používa takmer 85 % respondentov. Stále obľúbe-

nejšími zdrojmi informácií sa stávajú aj sociálne siete, ktoré veľmi často používa približne polovica opýtaných.

3.1.3 Triedenie informácií

Spôsobilosť spracovať informácie je kľúčová kompetencia, bez ktorej sa žiadny aktér, ktorý pôsobí v oblasti práce s mládežou, nezaobíde. V tomto kontexte by sme nemali zabúdať najmä na dodržiavanie autorských práv. Týka sa to napríklad ilustračných fotografií, ktoré by sme v žiadnom prípade nemali zverejňovať na svojich webových stránkach ani v propagačných materiáloch, príručkách či publikáciách bez toho, aby sme si overili súvisiace autorské práva. Vhodnejšie je používať vlastné fotografie, zhotovené napr. pri rôznych aktivitách, podujatiach a akciách. Množstvo užitočných a kvalitných fotografií je v prostredí internetu k dispozícii aj úplne bezplatne. Príkladom takejto databázy je služba Free Digital Photos (<http://www.freedigitalphotos.net/>).

V prípade textových súborov je užitočné vedieť previesť dokumenty vytvorené v textovom editore do formátu PDF. Túto voľbu je vhodné použiť najmä v prípade rozsiahlejších dokumentov, ale aj súborov obsahujúcich obrázky, tabuľky či grafiku, ktoré sa v PDF ľahšie prezerať a nehrozí ani neželané posunutie jednotlivých blokov textu či grafiky.

V rámci on-line nástrojov na spracovanie a aplikačné využitie textových obsahov je vhodné spomenúť širokú škálu platforiem prioritne určených na nahrávanie a následné zdieľanie rôznych dokumentov v prostredí webu. Takýmto spôsobom môžeme na internete zdieľať napríklad brožúry, výročné správy, propagačné materiály, občasníky, prezentácie z konferencií a seminárov, články z časopisov a pod. K najpoužívanejším službám tohto typu patria: Docstoc, Scribd, SlideShare, WePapers.

V praxi mládežníckej organizácie sa ako užitočná informačná a mediálna kompetencia javí aj spôsobilosť pracovať s fotografiami, obrázkami, videami a zvukovými súbormi.

Platformy, ako napríklad Picasa, Flickr, Photobucket, Zoomr, SmugMug, Shutterfly a ďalšie, slúžia ako úložisko, v rámci ktorého môžeme zálohovať, príp. i upravovať svoje snímky. Zároveň je to i užitočné riešenie na zdieľanie fotoalbumov s priateľmi, rodinou, kolegami, sponzormi či partnerskými organizáciami. Podobné služby existujú aj pre prácu s videom (najpoužívanejšou službou je YouTube) a zvukovými súbormi (iTunes, Podbean, Amarok, ziePOD a ďalšie).

Mobilné aplikácie vystupujú do popredia

Z nášho výskumu vyplýva, že stále výraznejší podiel v kontexte práce s informáciami v mládežníckom prostredí nadobúdajú mobilné aplikácie. Až 36 % opýtaných uviedlo, že to považuje za často dôležité, ďalších 34 % za niekedy dôležité. Iba 7 % respondentov vyjadrilo presvedčenie, že inteligentné mobilné telefóny sú pri práci s informačnými zdrojmi úplne bezvýznamné. Omnoho nižšie povedomie a informovanosť majú respondenti o možnostiach rôznych platforiem na ukladanie fotografií či videa. Viac ako polovica opýtaných ich považuje v súvislosti s organizáciou informácií za veľmi málo dôležité alebo dokonca úplne bezvýznamné.

3.1.4 Distribúcia a zdieľanie informácií

Súčasťou aktivít pracovníka s mládežou sú aj rôzne formy distribúcie informácií a mediálnych obsahov. Zvoliť najvhodnejšiu mediálnu formu oslovenia a komunikácie s mladými ľuďmi nie je vždy jednoduché. Zahraničné i domáce výskumy potvrdzujú skutočnosti, že pre súčasnú generáciu dospievajúcich sú prioritným komunikačným médiom sociálne siete. Najväčším hráčom je Facebook, no existuje aj množstvo ďalších podobných služieb.

Okrem vytvorenia individuálneho profilu je vhodným riešením samostatná stránka, ktorú si organizácia môže v prostredí siete Facebook vytvoriť. Stránka sa tak môže stať efektívnym nástrojom na získanie nových členov a udržanie pozornosti existujúcich priaznivcov či klientov organizácie pracujúcej s mladými ľuďmi.

Zoznam existujúcich stránok sa nachádza na nasledujúcich linkách:

<http://www.facebook.com/pages/>, <http://www.facebook.com/directory/pages/>

Novú stránku na Facebooku si môžete vytvoriť na nasledujúcej linke: <http://www.facebook.com/pages/create.php>

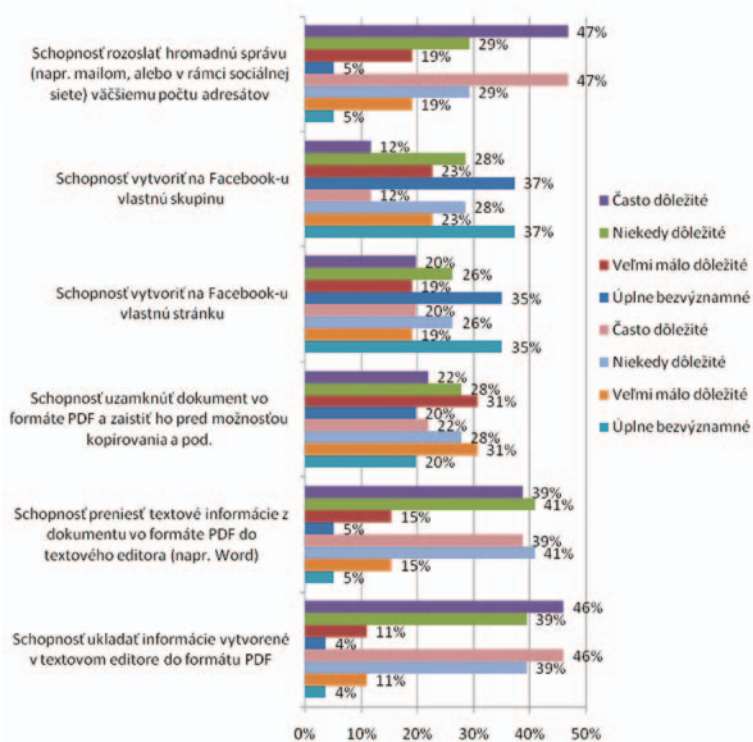
Veľmi často využívaným a populárnym nástrojom siete Facebook sú takzvané skupiny. Jej existenciou vznikne miesto, kde sa môžu stretávať vaši priatelia, fanúšikovia alebo aj cudzí ľudia s podobnými záujmami a preferenciami, aké máte vy. Zoznam existujúcich skupín sa nachádza na nasledujúcej linke <http://www.facebook.com/groups/>. Novú skupinu si môžete vytvoriť na nasledujúcej linke www.facebook.com/groups/create.php.

Prezentácia na sociálnych sieťach

Výskumné zistenia v tejto súvislosti ilustrujú, že až 49 % respondentov súhlasí s tým, že schopnosť prezentovať sa prostredníctvom sociálnych sietí a webových stránok je dôležitá, pre ďalších 25 % opýtaných je niekedy dôležitá. Prezentatívne schopnosti vo forme publikovania príspevku, článku, správy, statusu či blogu považuje vo svojich pracovných i súkromných aktivitách za dôležité až 55 % účastníkov výskumu.

Takmer polovica (47 %) účastníkov považuje za dôležitú schopnosť rozoslať hromadnú tlačovú správu, mailom alebo cez sociálnu sieť, väčšiemu počtu adresátov. Mierne odlišná situácia je v prípade sofistikovanejších spôsobov šírenia informácií a zabezpečovania publicity prostredníctvom sociálnych sietí. Na otázku – nakoľko je pre nich dôležitá schopnosť vytvoriť na sieti Facebook vlastnú záujmovú skupinu – odpovedalo až 37 % respondentov pomerne skepticky (úplne bezvýznamné), príp. označili vytváranie skupín na sociálnych sieťach za veľmi málo dôležité (23 %). Podobné výsledky sme zaznamenali i pri odpovediach na otázku súvisiacu s vytváraním vlastných stránok organizácie v rámci najväčšej a na Slovensku najvyužívanejšej sociálnej siete.

Schopnosť spracovávať rôzne druhy informácií a nakladať s nimi v rôznych formátoch



3.2 Mediálne kompetencie v práci s mládežou

3.2.1 Komunikácia so spolupracovníkmi a externým prostredím

Využívanie nástrojov a technológií na komunikáciu so spolupracovníkmi a ďalšími okruhmí osôb patrí do základnej sady kľúčových kompetencií každého pracovníka s mládežou, mládežníckeho pracovníka i mladého vedúceho.

Pri komunikácii s mladými ľuďmi sa nezaobídeme bez základných užívateľských znalostí moderných informačno-komunikačných technológií. Náš osobný postoj napríklad k sociálnym sieťam môže byť kritický, avšak úplne odmietajú používanie Facebook-u je pri práci s mládežou veľmi krátkozrakým riešením. Ak sami nemáme dostatočné skúsenosti v rámci sociálnych sietí, môžeme poveriť spravovaním a aktualizáciou obsahu priamo mladých ľudí. Takéto riešenie zvyšuje ich zaangażovanosť vo veciach organizácie a zároveň umožňuje zvládnuť ich komunikačné a organizačné spôsobilosti.

Z hľadiska internej komunikácie v rámci organizácie platí, že akákoľvek forma zdieľania informácií je lepšia ako žiadna. Odporúča sa preto využívať pre informovanie a komunikáciu čo najviac kanálov (e-mailová komunikácia, newsletter, rozposielanie pozvánok, oznámení).

Newsletter (občasník) určený pre mladých ľudí by mal byť dostatočne atraktívny. Neznamená to iba graficky príťažlivé spracovanie, ale najmä hodnotný obsah.

Mailová schránka má nesporné výhody aj pri individuálnej alebo skupinovej komunikácii s mladými ľuďmi. Napríklad priamo v službe G-mail možno využívať Google Chat, ktorý nám umožní priamu komunikáciu nielen prostredníctvom textových odkazov, ale aj hlasového a video rozhovoru. Podobný účel má i veľmi frekventovane využívaná služba Skype, prostredníctvom ktorej môžeme bezplatne uskutočňovať rozhovory s kolegami alebo mladými ľuďmi, ktorí sú napríklad na dobrovoľníckom pobyte v zahraničí.

V praxi mládežníckej organizácie by sa nemalo zabúdať ani na prezentovanie informácií a názorov mladých ľudí smerom k externému prostrediu. K najčastejšie využívaným (a niekedy jediným) prostriedkom patrí webová stránka. Funkciou webovej stránky je predovšetkým informovať a prezentovať aktuálne údaje o organizácii, ktoré by mali byť umiestňované v čo najkratšom čase. Z tohto pohľadu sa odporúča prevádzkovať webové sídlo organizácie na platformách, ktoré umožňujú jednoduchú aktualizáciu a vkladanie nových príspevkov. Takéto publikačné platformy pre správu obsahu označujeme ako Content Management System (CMS).

Najviac vyhľadávame informácie cez internet

Takmer dve tretiny respondentov často vyhľadávajú na internete podklady a materiály, ktoré môžu byť využiteľné v rámci pripravovaných aktivít, programovej činnosti a podobne. Približne 48 % opýtaných využíva na tieto účely skôr tlačene publikácie a 32 % publikácie a materiály v elektronickej forme (CD, DVD a pod.), ktoré nie sú dostupné on-line. Približne tretina opýtaných pomerne intenzívne využíva sociálne siete aj na iné, ako súkromné účely – teda napríklad pri komunikácii s kolegami, známymi, ale aj samotnými mladými ľuďmi, ktorí prichádzajú do kontaktu s organizáciou. Viac ako 57 % opýtaných využíva na komunikáciu a zdieľanie informácií, myšlienok, nápadov a pod. aj mailovú komunikáciu. Perspektívnym komunikačnými prostriedkami, ktoré umožňujú v on-line prostredí bezprostredný rozhovor s využitím obrazu i zvuku, sú služby typu Skype, GoogleTalk a pod. Tieto komunikačné nástroje sú u respondentov zapojených do nášho výskumu využívané so strednou intenzitou – často alebo niekedy ich používa približne 38 % opýtaných.

3.2.2 Mediálna komunikácia pri príprave podujatí

Mediá sú v praxi organizácií pracujúcich s mládežou veľmi užitočnou, ale často podceňovanou záujmovou oblasťou. Existuje celá škála informačných a mediálnych nástrojov, techník, formátov i aplikácií, ktoré môžu prispieť k zefektívneniu podujatí vo všetkých fázach ich realizácie.

1) Fáza prípravy a plánovania. Už v úvodnej časti, ktorá predchádza príprave akéhokoľvek podujatia, je možné a odporúčané využívať rôzne mediálne a informačné nástroje a aplikácie. On-line nástroje, ale aj mobilné aplikácie, ktoré umožňujú tvorbu, revízie, správu, publikovanie a zdieľanie rôznych obsahov. Napríklad služba Google Dokumenty predstavu-

je plnohodnotný kancelársky balík, v ktorom sa dajú vytvárať rôzne dokumenty, tabuľky, prezentácie, grafy a pod. Dôležitým benefitom takýchto riešení je, že pracovať na spoločnej úlohe môžu viacerí ľudia súčasne.

2) Propagácia podujatí. Bez ohľadu na charakter podujatia, aktivity či projektu by sme v praxi organizácií pracujúcich s mládežou nemali zabúdať na informovanie a publicitu. V prípade, že organizujeme menšie podujatie, v rámci ktorého predpokladáme prevažne účasť členov či priaznivcov našej organizácie, postačia menej náročné formy informovania (plagáty, e-mail, Facebook). Ak chceme osloviť cieľovú skupinu mladých ľudí, ktorých zatiaľ nepoznáme a ani nemáme na nich žiadne kontaktné dáta, je frekventovanou formou inštitút odporúčania. V skratke ho možno charakterizovať tak, že existujúci členovia či priaznivci referujú o svojich skúsenostiach svojim priateľom, spolužiakom, kolegom, príbuzným, známym a ďalším okruhom osôb.

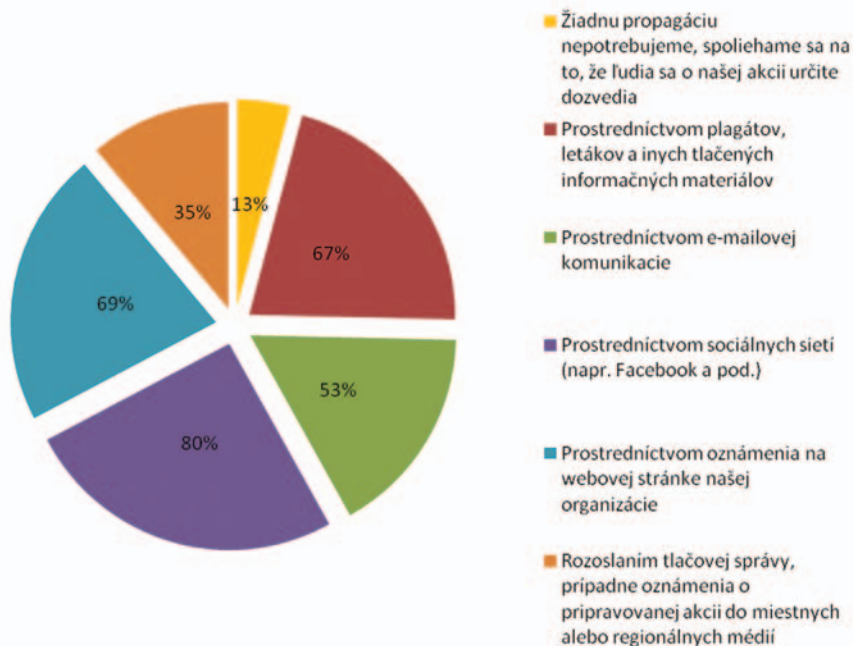
Fakt, že sociálne siete sú najviac rozšírené medzi mladými ľuďmi, patria k dôležitým faktorom, ktoré organizácii pracujúcej s mládežou mimoriadne uľahčujú prácu. Vo väčšine prípadov si organizácia v rámci informovania a publicity s nimi úplne vystačí. Iné formy propagácie pripravovaných podujatí – predovšetkým prostredníctvom tradičných médií (tlač, regionálna televízia a pod.) – je vhodné využívať najmä v prípade väčších a významnejších podujatí. V tomto kontexte sa môžu vynoriť obavy z finančnej náročnosti takýchto informačných aktivít. V prípade, že máte na tieto účely vyčlenené prostriedky v rozpočte (napr. v rámci grantu, nenávratného finančného príspevku a pod.), je úplne legitímne takúto možnosť využiť a svoju činnosť priamo propagovať v médiách. V opačnom prípade by organizáciám nemalo chýbať zdravé sebavedomie a uvedomenie si skutočnosti, že ak našu tému vhodne prezentujeme, môže sa pre miestne alebo regionálne médiá stať vhodnou agendou aj bez toho, aby za je prezentovanie dostali zaplatené.

3) Diseminácia priebehu a výsledkov projektu. Vo väčšine projektov, ktoré získali finančnú podporu alebo spolufinancovanie z verejných či súkromných zdrojov, je dodržiavanie pravidiel publicity dokonca povinnou podmienkou. Návrh propagačného materiálu, loga organizácie či informačnej kampane na Facebooku si vôbec nemusíme objednávať u externej komerčnej agentúry, ak priamo v organizácii identifikujeme a podchytíme schopných a motivovaných mladých ľudí. Pri diseminácii výsledkov našej činnosti netreba zabúdať, že okrem Facebook-u existujú aj ďalšie sociálne médiá, prostredníctvom ktorých môžeme veľmi účinne propagovať naše aktivity a projekty. Pre ilustráciu môžeme spomenúť video hostingové služby, ktoré umožňujú používateľom nahráť svoje videá a zdieľať ich s ostatnými on-line návštevníkmi.

Príklady najpoužívanejších platforiem na ukladanie, prezentáciu a zdieľanie videa

YouTube, Dailymotion, Vime, Viddler, Metacafe, Openfilm, TeacherTube, Google Video, Hulu.

Predstavte si, že máte zorganizovať nejakú akciu (napr. koncert, diskotéku, besedu a pod.) Akú formu propagácie by ste zvolili?



3.2.3 Prezentácia aktivít

Schopnosť samostatného vystúpenia pred menšou alebo väčšou skupinou ľudí nie je pre mnohých mladých ľudí vôbec samozrejmosťou. Túto spôsobilosť je potrebné systematicky rozvíjať a venovať jej dostatočnú pozornosť.

Fáza 1: Získavanie materiálov a podkladov potrebných pre prezentáciu

Základným predpokladom každej prezentácie je dôkladná príprava. Je zbytočné zaťažovať poslucháčov prejavmi na tému, ktorej vôbec nerozumieme a nemáme o nej ani základné informácie. Táto príprava zahŕňa aj informácie o tom, kto tvorí naše cieľové publikum. Je rozdiel, či hovoríme k skupine ľudí, ktorí sa v problematike dobre vyznajú, alebo k poslucháčom, ktorí s témou našej prezentácie prichádzajú do kontaktu po prvý raz.

Fáza 2: Príprava prezentácie

V tejto fáze je dôležité osvojiť si a rešpektovať zásady a pravidlá tvorby prezentácie. Bez ohľadu na to, či pri našom vystúpení využijeme prezentačnú techniku (najčastejšie dataprojektor), alebo tému vysvetľujeme bez jej využitia, mali by sme venovať dostatok pozornosti

príprave podkladov. Spoliehať sa iba na to, že o problematike niečo povieme, môže byť veľmi krátkozraké, najmä ak nemáme dostatočné skúsenosti a rozhľad. Odstrašujúcim dojmom pôsobí tiež situácia, ak si rečník síce prezentáciu vopred napíše, avšak celú ju mechanicky číta z papiera. To však neznamená, že rečník by mal vždy improvizovať a na prezentáciu sa vôbec nepripraviť. Naopak, v každom prípade je vhodné si myšlienky vopred usporiadať, utriediť a hlavne vopred vedieť, aké poslanstvo či myšlienky chceme poslucháčom odovzdať.

V praxi organizácií pracujúcich s mládežou je užitočnou spôsobilosťou ovládanie niektorého z prezentačných programov. K najrozšírenejším patrí Microsoft PowerPoint. Spomenúť možno najmä možnosť tvorby prezentácií v prostredí Google Disk, ktorá je plnohodnotnou náhradou spolpatnených programov a navyše umožňuje hotovú prezentáciu exportovať do formátu PowerPoint. Z aplikácií dostupných on-line stojí za pozornosť Prezi, prostredníctvom ktorého môžeme spracovať graficky veľmi atraktívne a navyše interaktívne.

Fáza 3: Realizácia prezentácie

Schopnosť zaujať a udržať pozornosť poslucháčov a zároveň čo najkomplexnejšie predstaviť zvolenú tému patrí ku kľúčovým faktorom úspešnosti každej prezentácie. Aj v praxi organizácií, ktoré pracujú s mladými ľuďmi, by sa nemalo zabúdať na tréningy a vzdelávacie aktivity zamerané na rétorické techniky. Zvládnutie prvkov verbálnej i neverbálnej komunikácie so skupinou je dôležitým faktorom, ktorý pracovníkom s mládežou i samotným mladým ľuďom umožňuje v praxi rozvíjať celé spektrum dôležitých kompetencií. Motivovanie a interakcia s ľuďmi sú prakticky nemožné bez toho, aby sme zvládli aspoň základy komunikačných a prezentačných zručností.

3.2.4 Dokumentácia aktivít

Súčasťou podporných činností realizovaných v kontexte práce s mládežou a mládežníckej politiky je i dokumentácia aktivít. Zhotovovanie a udržiavanie záznamov o našich podujatiach môže mať rôzny účel i podobu. Z funkčného hľadiska ich môžeme rozdeliť nasledovne:

Dokumentácia pre interné účely. Ide o všetky typy vytvárania a archivovania materiálov, ktoré súvisia s činnosťou a bežnou agendou organizácie.

Dokumentácia pre externé účely. Táto časť informačných a mediálnych aktivít zameraných na dokumentáciu je zameraná na produkciu všetkých materiálov a výstupov činnosti, ktoré sú určené predovšetkým pre ľudí z externého prostredia.

Vytváranie, zdieľanie a archivácia fotodokumentácie

Fotodokumentácia má svoj základný účel v obrazovej dokumentácii všetkých významnejších podujatí a aktivít, ktoré sa v organizácii uskutočnili. Fotografie tohto druhu nie sú zhotovované primárne z estetických dôvodov, ich funkcia je skôr dokumentačná. To však neznamená, že v rámci organizácie nemôžu vzniknúť kvalitné fotografie. Naopak, v radoch členov, klientov či priaznivcov je potrebné vyhľadávať a čo najskôr podchytiť širokých jednotlivcov, ktorí radi fotografujú. Vhodná motivácia a ich zapojenie do širokého spektra aktivít sú dôležitým predpokladom budovania stabilného fotografického archívu.

Z hľadiska dokumentácie je vhodné využívať aj on-line platformy, ktoré slúžia nielen na archiváciu, ale i zdieľanie nami vytvorených fotografií a fotoalbumov (napr. služby Picasa, Flickr, Photobucket a pod.).

Vytváranie, zdieľanie a archivácia videodokumentácie

Vhodným spôsobom dokumentovania našich aktivít je i zhotovovanie videozáznamov. V súčasnosti už tento spôsob obrazového záznamu nie je natoľko technicky náročný – na bežné záznamy nám často postačí i kamera v kvalitnejšom mobilnom telefóne. Kvalita obrazu býva vyhovujúca i v prípade, že tieto záznamy chceme publikovať na webovej stránke organizácie. Pri využití kvalitnejších videozáznamov netreba zabúdať i na veľmi efektívne a bezplatné formy zdieľania prostredníctvom videohostingových platforiem. Najznámejším príkladom je YouTube, kde si organizácia môže vytvoriť vlastný kanál, kde možno na jednom mieste pridávať, ukladať a zdieľať s ostatnými všetky naše videá.

Dokumentácia aktivít a informovanie prostredníctvom webu

Cieľom webovej stránky organizácie zameriavajúcej sa na prácu s mládežou je predovšetkým informovať o zameraní, cieľoch, aktivitách, štruktúre, novinkách a ďalších aspektoch činnosti. Na rozdiel od osobnej stránky či blogu ide niekedy o väčšie a zložitejšie štruktúrované webové stránky, ktoré majú verejnú a neverejnú časť. Do neverejnej časti sa dostanú iba oprávnené skupiny používateľov (vybraní zamestnanci, vedenie inštitúcie, administrátor a pod.). Prostredníctvom sekcie venovanej aktualitám sa odporúča prezentovať verejnosti všetky významnejšie aktivity a dôležité udalosti zo života organizácie. Nemali by sme sa však uspokojiť iba s jednoduchými textovými dokumentmi, ale v čo najširšej miere by sme mali využívať i obrázky, fotografie a videozáznamy. V prípade, že o našej činnosti informuje niektoré z miestnych, regionálnych, či dokonca celoslovenských médií, nemali by sme si tento úspech nechávať pre seba. Takéto materiály môžeme zverejňovať v špeciálnej sekcii nazvanej napríklad Napísali o nás. Môže obsahovať kópie článkov, linky na archív televízie či rozhlasovej stanice, ktoré o nás informovali.

Fotografovanie a video dokumentácia sú už bežnou zručnosťou

Až 41 % respondentov označilo svoju schopnosť pracovať s fotoaparátom ako expertnú a 39 % ako dobrú. Podobné výsledky boli dosiahnuté v hodnotení schopnosti zhotovovať záznamy vo videoformáte, kde veľmi dobrú spôsobilosť indikuje 37 % účastníkov výskumu. Toto zistenie možno interpretovať ako pozitívny trend súvisiaci s tým, že schopnosť zhotovovania fotografických a videozáznamov sa stáva čoraz bežnejšou spôsobilosťou. Tento trend súvisí okrem iného aj s masovým rozšírením mobilných telefónov, ktoré umožňujú zhotovovať technicky veľmi kvalitné záznamy – a to aj bez hlbších znalostí fotografických či videotechník. V rámci vyhodnotenia tejto otázky sme sa však zaujímali aj o pokročilejšie informačné a mediálne kompetencie. Zaradili sme medzi ne spôsobilosť nielen fotografiu či video zhotoviť, ale ho aj upraviť. Celkovo 33 % respondentov odpovedalo, že vie na veľmi dobrej úrovni uskutočniť jednoduché úpravy digitálnych fotografií (napr. orezanie snímky, odstránenie efektu červených očí a pod.). O niečo nižšie ohodnotili vlastné schopnosti v súvislosti s úpravami videa, kde sa za zručných používateľov považuje 18 % opýtaných. Archiváciu a zdieľanie fotografií v on-line prostredí (napr. cez službu Picasa) ovláda na pokročilej úrovni 28 % opýtaných. Podobný je i podiel tých opýtaných, ktorí v prostredí internetu využívajú zdieľanie videa (napr. YouTube).

4. ODPORÚČANIA A VZDELÁVACIE POTREBY

V rámci výskumu informačných a mediálnych kompetencií sme identifikovali nasledovné potreby a odporúčania, ktoré sa týkajú vzdelávacích programov určených pre mladých ľudí a pracovníkov s mládežou: Dôraz by mal byť kladený na:

- **Vzdelávanie zamerané na efektívnu prácu, komunikáciu a zdieľanie informácií v on-line prostredí.** Tento prístup k vzdelávaniu mládežníckych vedúcich a pracovníkov s mládežou by mal rozvíjať u účastníkov nasledovné schopnosti v on-line prostredí: **(a)** učenie sa a získanie informácií na základe skúseností iných; **(b)** spolupráca, interakcia a riešenie úloh v tímoch prostredníctvom internetových nástrojov a mobilných aplikácií; **(c)** prieskum potrieb a názorov mladých ľudí prostredníctvom dopytovania, diskusií a participácie v prostredí digitálnych médií; **(d)** kooperatívna tvorba nových aktivít, nápadov a projektov týkajúcich sa mládežníckej práce v rámci nástrojov, ktoré sú k dispozícii v rámci sociálnych sietí (napr. Facebook a pod.).
- **Vzdelávanie zamerané na efektívnu propagáciu mládežníckych organizácií.** Pracovníci s mládežou a mládežnícki vedúci by mali získať praktické zručnosti a spôsobilosti týkajúce sa public relations (vzťahy s verejnosťou). Tieto kompetencie zahŕňajú schopnosť efektívnej a zároveň nízkonákladovej propagácie, organizovaných akcií a podujatí; činnosti organizácie ako takej; príkladov dobrej praxe a skúseností z práce s mládežou. Propagačné a informačné aktivity by mali smerovať k miestnym, regionálnym, príp. celoslovenským médiám; predstaviteľom miestnych a regionálnych autorít; samotným mladým ľuďom ako hlavnéj cieľovej skupine organizácie.
- **Vzdelávanie zamerané na zdieľanie informácií, skúseností a zážitkov so živými príkladmi dobrej praxe z prostredia mládežníckej politiky a práce s mladými ľuďmi.** Mládežnícki lídri a pracovníci s mládežou by sa v rámci takejto školiacej aktivity naučili, **(a)** ako nájsť a osloviť skúseného odborníka, ktorý má bohaté skúsenosti z práce s mládežou (nielen v SR, ale aj v zahraničí); **(b)** vyhľadať si o ňom potrebné informácie a pripraviť sa na jeho návštevu v organizácii; **(c)** organizačne zabezpečiť a prípadne moderovať neformálne stretnutie zamerané na prezentáciu príkladov dobrej praxe, skúsenosti s novými inováčnymi formami mládežníckych aktivít, využívaním nových médií a internetu v mládežníckych aktivitách a pod.; **(d)** okrem fyzickej účasti experta na takomto stretnutí je možné organizovať aj stretnutia prostredníctvom virtuálneho spojenia (telekonferenčné systémy, systémy na prenos hlasu a obrazu, napr. Skype a pod.); **(e)** ako takéto stretnutia spropagovať, a prípadne i naučiť sa šíriť záznamy z takýchto inšpiratívnych stretnutí prostredníctvom platforiem na zdieľanie videí (napr. YouTube).

ZÁVER

Výsledky výskumu naznačujú, že informačné a mediálne kompetencie súvisiace s prístupom k informáciám sú u výskumnej vzorky na relatívne vysokej úrovni. Väčšina respondentov využíva a často i preferuje získavanie informácií v prostredí internetu. Za najdôležitejšie z hľadiska ich pracovných aktivít považujú materiály v textovej podobe. Isté rezervy vidíme v miernom podceňovaní významu práce s informáciami v iných formátoch – najmä video a fotografie – ktorých potenciál je využiteľný v rámci tvorby a realizácie programových aktivít, ako pri zabezpečovaní propagácie, informovania a publicity o činnosti organizácie. K všeobecným predpokladom efektívneho využívania informačných a mediálnych kompetencií v oblasti práce s mládežou patrí i hodnotenie a komparácia rôznych informačných zdrojov a v nich zastúpených obsahov.

Vzhľadom na množstvo informácií, s ktorými prichádzame do kontaktu, sa čoraz dôležitejšou ukazuje schopnosť vybrať relevantné dáta, ktoré pochádzajú z hodnoverného zdroja. Z hľadiska rozvoja kľúčových kompetencií pracovníkov s mládežou, mládežníckych vedúcich i mladých vedúcich by bolo účelné realizovať vzdelávacie aktivity zamerané na schopnosť čeliť informačnému presýteniu často navzájom nesúvisiacimi informáciami.

Pracovné aktivity v rámci mládežníckych organizácií si vyžadujú i ďalšie spôsobilosti týkajúce sa práce so súbormi v rôznych formátoch. Zistenia výskumu ukazujú, že potenciál rôznych inovatívnych platforiem zameraných na ukladanie, zdieľanie a prezentáciu materiálov v on-line prostredí nie je zatiaľ úplne využitý. V tejto súvislosti by bolo prospešné realizovať neformálne vzdelávacie a osvetové aktivity, v rámci ktorých by boli prezentované možnosti využitia podobných platforiem, založených na báze sociálnych médií.

V kontexte možností on-line participácie, prezentácie nových podujatí a aktivít mládežníckych organizácií, získavania spätnej väzby a prieskumu potrieb mladých ľudí by sa mali do väčšej miery využívať možnosti sociálnych médií.

Schopnosť vlastného štúdia a vyhľadávania vhodných vzdelávacích príležitostí priamo súvisí so spôsobilosťou využívať informačné a mediálne spôsobilosti v oblasti práce s mládežou. Tieto schopnosti treba systematicky rozvíjať – tak, aby sme dokázali z množstva zdrojov, s ktorými prichádzame denne do kontaktu, vybrať najvhodnejšie elementy využiteľné v našich pracovných, študijných alebo voľnočasových aktivitách.

POĎAKOVANIE

Táto publikácia bola vytvorená na základe výskumu „Informačné a mediálne kompetencie v práci s mládežou“. Za odbornú stránku výskumu zodpovedal Mgr. Norbert Vrabec, Phd., ktorému touto cestou ďakujeme za spoluprácu.

Názov:	Komunikujme efektívne: Mediálne a komunikačné zručnosti v práci s mládežou
Zostavovateľka:	Mgr. Alena Tomanová
Jazyková korektúra:	Mgr. Mária Berdisová
Vydavateľ:	IUVENTA – Slovenský inštitút mládeže
Grafika:	VAV & ROSSI, s.r.o
Tlač:	DOLIS, s.r.o.
Rok vydania:	2013
Náklad:	2 000 ks
ISBN:	978-80-8072-128-2

IUVENTA – Slovenský inštitút mládeže je príspevková organizácia priamo riadená Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu SR. Pripravuje a riadi množstvo zaujímavých programov a projektov pre mladých ľudí, pracovníkov s mládežou a ľudí zodpovedných za mládežnícku politiku. Snaží sa o to, aby mladí ľudia poznali svoje možnosti, boli aktívni a pracovali na sebe tak, aby boli raz úspešní a uplatnili sa na trhu práce. IUVENTA vychováva mládež k ľudským právam, podporuje rozvoj dobrovoľníctva, vzdelávacie programy a tiež mladé talenty.

IUVENTA je realizátorom národných projektov v oblasti práce s mládežou KomPrax – Kompetencie pre prax a Praktík – Praktické zručnosti cez neformálne vzdelávanie v práci s mládežou, ktoré sú podporené z Európskeho sociálneho fondu. Zároveň administruje Programy finančnej podpory aktivít detí a mládeže MŠVVaŠ SR ADAM, je národnou agentúrou programu EÚ Mládež v akcii a národným partnerom európskej informačnej siete pre mládež Eurodesk.

Kontakt: IUVENTA – Slovenský inštitút mládeže
Búdková 2
SK-811 04 Bratislava 1
tel.: (421-2) 59 29 61 12
fax: (421-2) 59 29 61 23
e-mail: iuventa@iuventa.sk
web: www.iuventa.sk
www.facebook.com/iuventa

