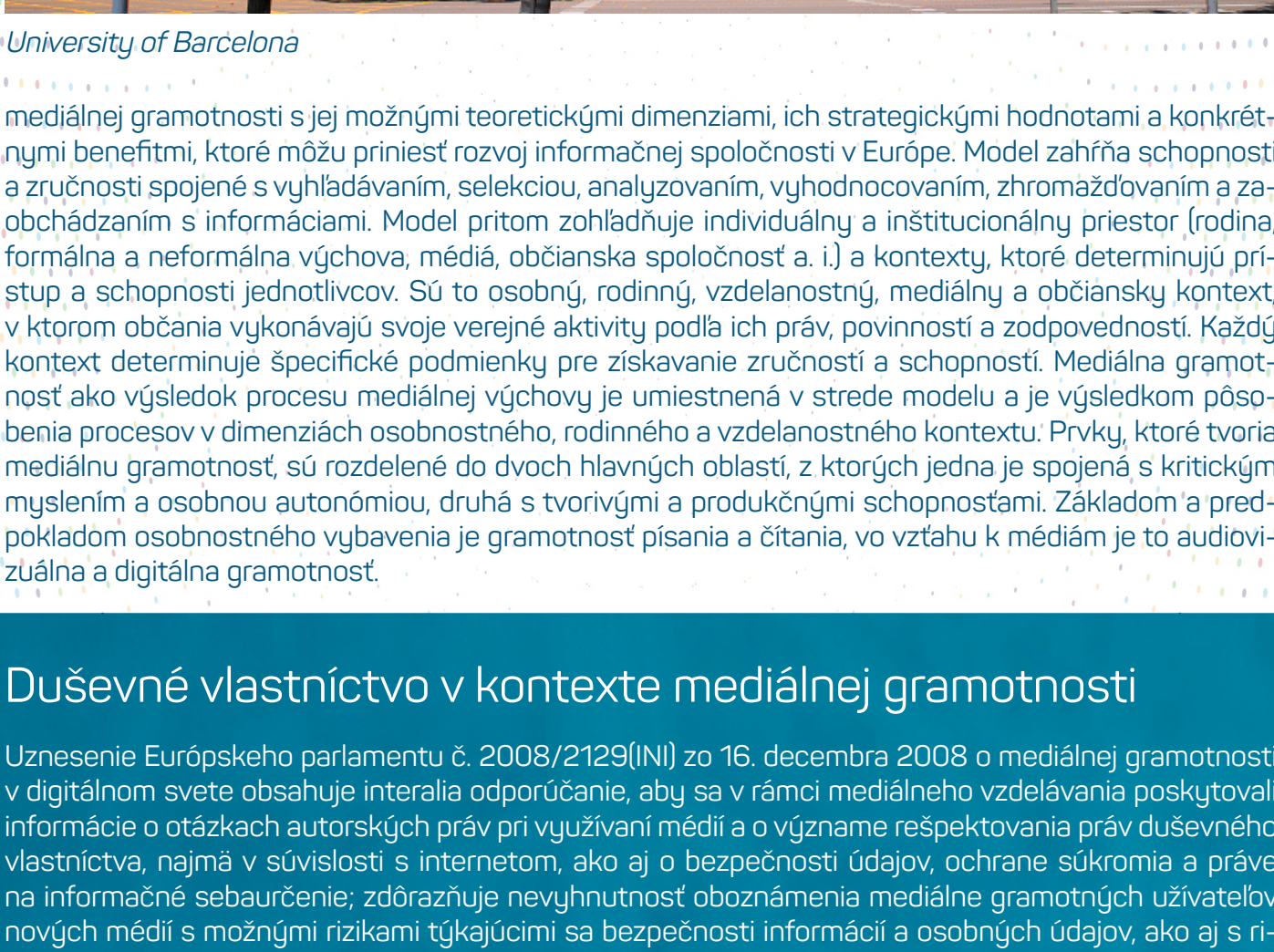


Mediálna GRAMOTNOSŤ

Dr. h.c. mult. prof. PhDr. Ing. Štefan Kassay, DrSc. - prezident INTERCEDU

Podľa definície mediálnej výchovy vyplývajú že mediálna gramotnosť je cieľom a výsledkom procesu mediálnej výchovy. Na najvyšebecnejšej úrovni je možné mediálnu gramotnosť definovať ako súbor zručností a schopností, ktoré sú nevyhnutným predpokladom zodpovedného využívania médií a prístupu k nim, a ktoré určujú proces komunikácie. Definčný rámec mediálnej gramotnosti tvorí súhrn zručností a schopností súvisiacich s prístupom k médiám, ktoré je možné zhrnúť do štyroch základných oblastí, ktorými sú prístup, hodnotenie/kritický postoj, analýza a tvorivosť. Všetky schopnosti sú faktorom osobného vývinu, ktoré formujú povedomie, kritické uvažovanie ale aj schopnosť riešiť problémy.

V rámci informačnej spoločnosti je mediálna gramotnosť základnou zručnosťou všetkých veľkých skupín populácie a pokladá sa za jeden zo základných predpokladov aktívneho a plnohodnotného občianstva a za prostriedok eliminácie rizík sociálneho vylúčenia. Štúdia o súčasných trendoch a prístupoch k mediálnej gramotnosti v Európe vypracovaná Barcelonskou univerzitou ponúka model



University of Barcelona

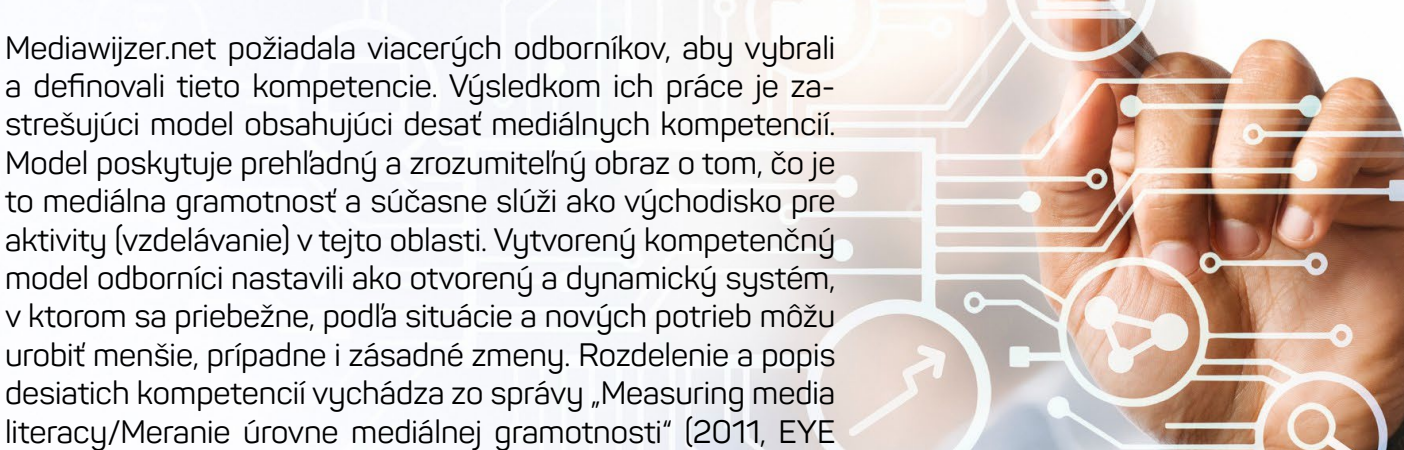
mediálnej gramotnosti s jej možnými teoretickými dimenziami, ich strategickými hodnotami a konkrétnymi benefitmi, ktoré môžu priniesť rozvoj informačnej spoločnosti v Európe. Model zahŕňa schopnosti a zručnosti spojené s vyhladávaním, selekciou, analyzovaním, vyhodnocovaním, zhromažďovaním a zaobchádzaním s informáciami. Model pritom zohľadňuje individuálny a inštitucionálny priestor (rodina, formálna a neformálna výchova, médiá, občianska spoločnosť a. i.) a kontexty, ktoré determinujú prístup a schopnosti jednotlivcov. Sú to osobný, rodinný, vzdelanostný, mediálny a občiansky kontext, v ktorom občania vykonávajú svoje verejné aktivity podľa ich práv, povinností a zodpovedností. Každý kontext determinuje špecifické podmienky pre získavanie zručností a schopností. Mediálna gramotnosť ako výsledok procesu mediálnej výchovy je umiestnená v strede modelu a je výsledkom pôsobenia procesov v dimenziách osobnostného, rodinného a vzdelanostného kontextu. Prvky, ktoré tvoria mediálnu gramotnosť, sú rozdelené do dvoch hlavných oblastí, z ktorých jedna je spojená s kritickým myslením a osobnou autonómiou, druhá s tvorivými a produkčnými schopnosťami. Základom a predpokladom osobnostného vybavenia je gramotnosť písania a čítania, vo vzťahu k médiám je to audiovizuálna a digitálna gramotnosť.

Duševné vlastníctvo v kontexte mediálnej gramotnosti

Uznesenie Európskeho parlamentu č. 2008/2129(INI) zo 16. decembra 2008 o mediálnej gramotnosti v digitálnom svete obsahuje interalía odporúčanie, aby sa v rámci mediálneho vzdelávania poskytovali informácie o otázkach autorských práv pri využívaní médií a o význame rešpektovania práv duševného vlastníctva, najmä v súvislosti s internetom, ako aj o bezpečnosti údajov, ochrane súkromia a práve na informácie sebaurčenie; zdôrazuje nevyhnutnosť obzornámenia mediálne gramotných užívateľov nových médií s možnými rizikami týkajúcimi sa bezpečnosti informácií a osobných údajov, ako aj s rizikami súvisiacimi s násilím šírením prostredníctvom internetu (bod 14 uznesenia). Podľa Odporúčania Komisie č. 2009/625/ES z 20. augusta 2009 o mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí pre konkurencieschopnejší audiovizuálny priemysel a priemysel obsahu a inkluzívnu vedomostnú spoločnosť mali iniciatívy v oblasti mediálnej gramotnosti obsahovať aj rozmer týkajúci sa uvedomenia si úloh autorských práv (recitál 22).

V časti II. Odporúčaný dokument hovorí, že jedným z nástrojov potrebných na zlepšenie úrovne mediálnej gramotnosti je aj aktívne informovanie občanov usporiadaním informačných dní o tom, ako funguje tvorivé hospodárstvo, a o tom, akú úlohu má v tejto súvislosti autorské právo (bod 4). Za jednu z nevyhnutných súčastí mediálnej výchovy, ktorá zvyšuje úroveň mediálnej gramotnosti v informačnej spoločnosti je aj vzdelávanie v oblasti duševného vlastníctva).

Vo vzťahu k médiám a mediálnym obsahom sa bude vzdelávanie týkať dvoch základných rovín. Prvou bude rovina používania chránených obsahov (obsahov, na ktorých ďalšie použitie sa vzťahuje ochrana výlučných práv duševného vlastníctva) a druhou bude rovina vytvárania nového obsahu (vlastná duševná tvorivá činnosť, ktorej výsledkom je vznik nových obsahov, na ktoré sa budú vzťahovať výlučné práva). Primárnou oblasťou však bude oblasť autorského práva a práv súvisiacich s autorským právom, sekundárne sa bude venovať celému systému práv duševného vlastníctva vrátane práv priemyselných.



Kompetencie mediálnej gramotnosti

Mediálnu gramotnosť môžeme presnejšie popísať prostredníctvom nevyhnutných kompetencií (spôsobilostí) potrebných pre aktívnu a vedomelú účasť človeka v súčasnej mediálnej spoločnosti.

Mediawijzer.net požiadala viacerých odborníkov, aby vybrali a definovali tieto kompetencie. Výsledkom ich práce je zastrešujúci model obsahujúci desať mediálnych kompetencií. Model poskytuje prehľadný a zrozumiteľný obraz o tom, čo je to mediálna gramotnosť a súčasne slúži ako východisko pre aktivity (vzdelávanie) v tejto oblasti. Vytvorený kompetenčný model odborníci nastavili ako otvorený a dynamický systém, v ktorom sa priebežne, podľa situácie a nových potrieb môžu urobiť menšie, prípadne i zásadné zmeny. Rozdelenie a popis desiatich kompetencií vychádza zo správy „Measuring media literacy/Meranie úrovne mediálnej gramotnosti“ (2011, EYE a.o.) a z najnovších poznatkov participujúcich odborníkov.

Keďže vývoj v oblasti médií podlieha rýchlym zmenám, tento model sa v budúcnosti bude musieť prispôbovať novým požiadavkám, aby bol aktualizovaný a relevantný sa bude venovať celému systému práv duševného vlastníctva vrátane práv priemyselných.



Ako narastá vplyv médií na spoločnosť?

Média – staré i nové zohrávajú čoraz významnejšiu rolu v našich životoch. Sme takmer nepretržite pripojení – našimi počítačmi, tabletmi, smartfónmi. Denne sledujeme televíziu, počúvame rádio, mp3, čítame časopisy a noviny, a veľa času venujeme aj herným konzolám. Predovšetkým tzv. nové médiá čoraz viac prenikajú do nášho každodenného života. Viac čítame naše noviny v online verzii, máme viac online ako offline priateľov, venujeme veľa času písaniu a čítaniu e-mailov, sms správ, počúvame stiahnutú hudbu a prežívame katastrofy, či iné prevratné zmeny v krajinách, v ktorých sme nikdy neboli. Týmto spôsobom široká škála médií ovplyvňuje náš obraz sveta a spôsobuje neustále rastúci vplyv médií na dianie v celej spoločnosti. Preto k mediálnej gramotnosti patrí nevyhnutne uvedomenie si tohto procesu a jeho dôsledkov. Teraz ešte celkom presne nevieme v plnej miere pomenovať dôsledky tohto vplyvu, a nevieme ani presne povedať, čo by sme mali víťat a čomu by sme sa mali brániť. Čo vieme určiť je to, že narastajúca prítomnosť médií v spoločnosti vplýva na naše každodenné rozhovory a verejnú diskusie, ktoré prebiehajú na rôznych úrovniach a miestach od kaderníciev cez univerzity, od internetových fór cez televízne „talk shows“. Dôležitú kompetenciu vedúcou k mediálnej gramotnosti je uvedomenie si vplyvu využívajúcich médií, t.j. uvažovanie a diskutovanie o trendoch a dôsledkoch typického znaku našej doby – rastúceho vplyvu médií na spoločnosť (a seba samého).



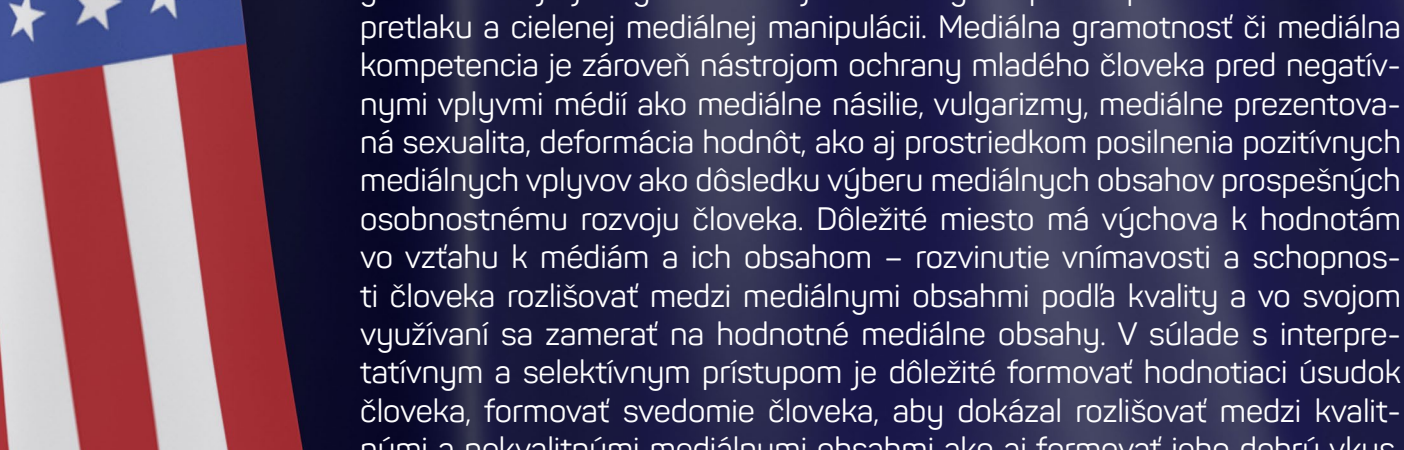
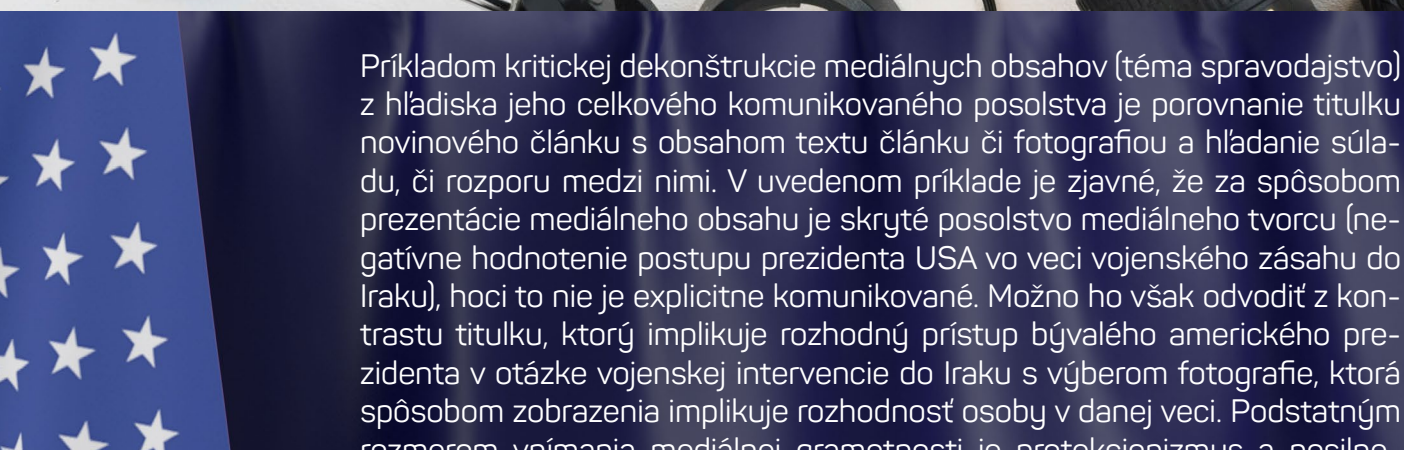
Akým spôsobom sú média konštruované?

Veľká časť mediálneho obsahu sa k nám dostáva kompletne sformovaná. Noviny, filmy, reklamy sú už „zafrinšované“, t. j. cielené pripravené na našu konzumáciu. Táto finálna forma zahŕňa v sebe technické, ekonomické a strategické rozhodnutia mediálnych manažérov. Byť mediálne gramotný znamená porozumenie toho, ako sú nami konzumované média „vytvárané“. Producenti médií zacieliujú svoje správy/posolstvá na určité cieľové skupiny. Televízne kanály prispôbujú svoje programy podľa sledovanosti. Vydavateľstvá (novín a časopisov) prispôbujú konkrétne témy, jazyk a dizajn vybraným cieľovým skupinám. Byť mediálne gramotný znamená porozumieť, ako výber/volba cieľovej skupiny ovplyvňuje formát a obsah médií. Média majú svoje vlastné formáty, zákonníky a pravidlá. Celovečerné filmy trvajú spravidla 90 minút a sú kresované do gradácie vo finále. Dokumentárne filmy sú o polovicu kratšie, viac premyslené a prezentujú rôzne názory. Predná strana všetkých novín má vždy titulok s výrazným písmom a dramatickou fotografiou pod titulkom. V talentových show je pozadie scény takmer vždy brilantovo modré. Byť mediálne gramotný znamená pochopiť vnútornú logiku rôznych médií a tiež ako to ovplyvňuje správy/posolstvá, ktoré posúvajú prijímateľom.



Cieľom mediálnej výchovy ako výchovy k mediálnej gramotnosti či procesu nadobúdania a rozvíjania mediálnych kompetencií je indikovať a rozvíjať u človeka potenciál aktívneho, reflexívneho, kritického recipovania a využívania médií. Ťažiskové prístupy k vnímaniu mediálnej gramotnosti implikujú požiadavku rozvinúť schopnosti jednotlivcov kriticky recipovať a hodnotiť rôznorodé mediálne produkty. „Schopnosť kritického myslenia, ktorá umožňuje obečstvu dekodovať informácie, ktoré prijalo kanálmi hromadných oznamovacích prostriedkov a posilňuje vytvorenie ich nezávislej myšlienky o mediálnych obsahoch. V rámci rozvoja tzv. sémantických kompetencií sa požaduje rozvinúť schopnosť vnímať, dekodovať, interpretovať symbolicky zobrazený obsah mediálnej reality a vyhodnotiť komunikačný zámer, resp. posolstvo mediálneho obsahu, najmä skryté významy (zamýšľané či nezamýšľané), odhaliť hodnotový systém jeho tvorcov, resp. prípadné manipulatívne vplyvy.

Model desiatich kompetencií mediálnej gramotnosti.



Mediálna gramotnosť ako odpoveď na potreby človeka v medializovanej spoločnosti

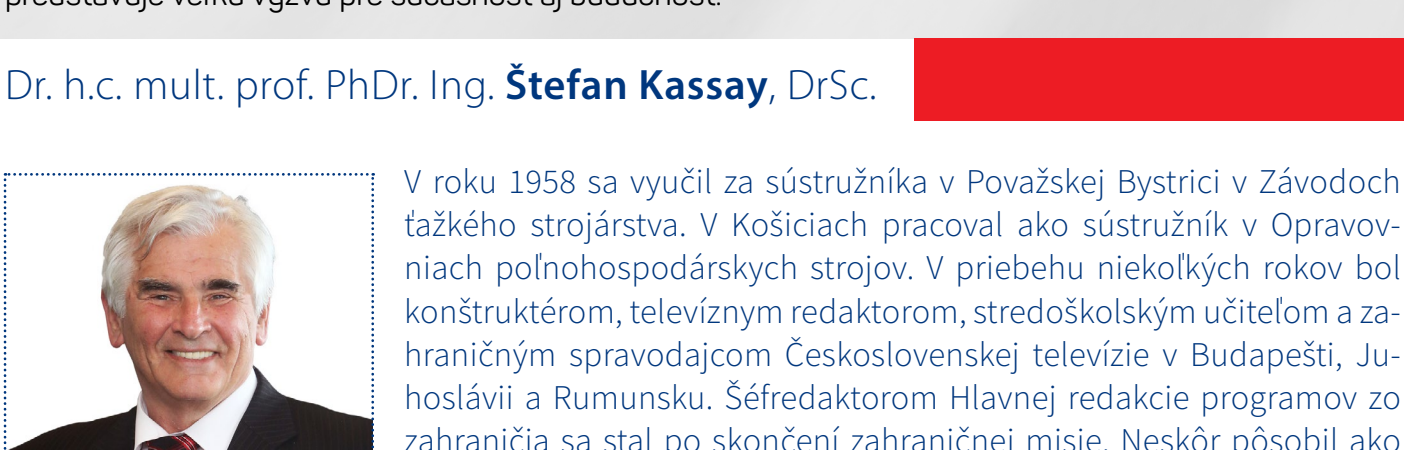
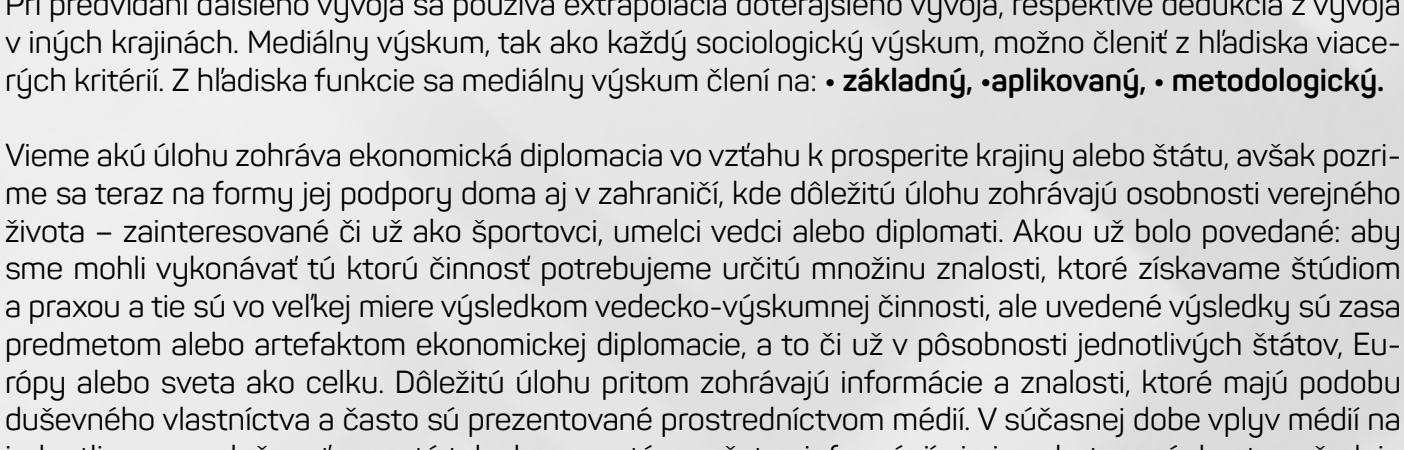
V informačnej spoločnosti sa hovorí o tzv. informačnej gramotnosti, ktorá vychádza z potreby vybaviť človeka vedomosťami, schopnosťami a zručnosťami, ktoré mu umožnia efektívne pracovať s informáciami sprostredkovanými rôznymi komunikačnými a informačnými technológiami a zároveň ich kriticky zhodnocovať. Ide o vyvíňnutie potreby jednotlivca efektívne sa uplatniť v informačnej znalostnej ére. Za jej základ, ako aj základ ďalších kompetencií, sa považuje čitateľská gramotnosť. Strategickým základom existencie v informačnej spoločnosti sa stáva „mať informácie“ a existenciou je teda schopnosť identifikovať a získať ich, intelektuálne spracovať, efektívne ich využiť a zhodnocovať. A to nie je možné bez čitateľskej gramotnosti na vysokej úrovni. V súčasnosti sa pod pojmom chápe: poznanie, znalosti, informácie, ale i porozumenie, chápanie, návyky na efektívne fungovanie a plnohodnotné uplatnenie sa v spoločnosti. Čitateľská gramotnosť vychádza primárne z potreby človeka porozumieť a používať písané texty a uvažovať o nich pri dosahovaní cieľov jedinca, rozvíjaní vlastných vedomostí a schopností a pri podieľaní sa na živote spoločnosti.

Pojem sa vymedzuje prednostne vo vzťahu k písomným textom, resp. tlačným médiám a v informačnej znalostnej spoločnosti sa chápe v súvislosti s nadobúdaním, spracovávaním, kritickým hodnotením a využívaním. V medializovanej spoločnosti a v súlade so základnými potrebami jednotlivca, ktoré médiá prostredníctvom svojich funkcií satorujú je zrejmé, že čitateľská gramotnosť môže byť vnímaná ako základ iného odlišného druhu gramotnosti. Je zjavné, že v dnešnej ére písmo a písaný text stratilo na svojej dominancii, je vytláčené obrazom a najmä digitálnym kódom. Mediálna abeceda – kultúra písma sa končí a na jej miesto prichádzajú audiovizuálne – elektronické prostriedky. Obraz zastupuje slovo. S tým súvisia snahy o zaeďovanie a rozvoj tzv. vizuálnej gramotnosti, ktorá pozostáva zo schopnosti vyhladávať a hodnotiť vizuálne informácie umiestnené vo vizuálnych médiách. Dôsledkom revolúcie v oblasti komunikácie a informácie je rozvoj univerzálneho – digitálneho jazyka. V súvislosti s chápaním povahy tohto jazyka sa hovorí tiež o tzv. o multimedialnej, e-gramotnosti, resp. mediálnej gramotnosti.



Cieľom mediálnej výchovy ako výchovy k mediálnej gramotnosti či procesu nadobúdania a rozvíjania mediálnych kompetencií je indikovať a rozvíjať u človeka potenciál aktívneho, reflexívneho, kritického recipovania a používania médií. Ťažiskové prístupy k vnímaniu mediálnej gramotnosti implikujú požiadavku rozvinúť schopnosti jednotlivcov kriticky recipovať a hodnotiť rôznorodé mediálne produkty. „Schopnosť kritického myslenia, ktorá umožňuje obečstvu dekodovať informácie, ktoré prijalo kanálmi hromadných oznamovacích prostriedkov a posiluje vytvorenie ich nezávislej myienky o mediálnych obsahoch. V rámci rozvoja tzv. sémantických kompetencií sa požaduje rozvinúť schopnosť vnímať, dekodovať, interpretovať symbolicko zobrazený obsah mediálnej reality a vyhodnotiť komunikatívny zámer, resp. posolstvo mediálneho obsahu, najst skryté významy (zamýšľané či nezamýšľané), odhaliť hodnotový systém jeho tvorcov, resp. prípadné manipulatívne vplyvy.

Príkladom kritickej dekonštrukcie mediálnych obsahov (téma spravodajstvo) z hľadiska jeho celkového komunikovaného posolstva je porovnanie titulku novínového článku s obsahom textu článku či fotografiu a hľadanie súlady, či rozporu medzi nimi. V uvedenom prípade je zjavné, že za spôsobom prezentácie mediálneho obsahu je skryté posolstvo mediálneho tvorca (negatívne hodnotenie postupu pri zrušení štátu USA vo veci vojenského zásahu do Iraku), hoci to nie je explicitne komunikované. Možno ho však odvodiť z kontrastu titulku, ktorý implikuje rozhodný prístup bývalého amerického prezidenta v otázke vojenskej intervencie do Iraku s výberom fotografiu, ktorá spôsobom zobrazenia implikuje rozhodnosť osoby v danej veci. Podstatným rozmerom vnímania mediálnej gramotnosti je protekcionizmus a posilnenie zodpovedného prístupu človeka k využívaniu médií. Rozvíjanie mediálnej gramotnosti je jedným z nástrojov ochrany recipienta proti informačnému preťaženiu a cielenie mediálnej manipulácii. Mediálna gramotnosť či mediálna kompetencia je zároveň nástrojom ochrany mladého človeka pred negatívnymi vplyvmi médií ako mediálne násilie, vulgarizmy, mediálne prezentovaná sexualita, deformácia hodnôt, ako aj prostriedkom posilnenia pozitívnych osobnostných vplyvov ako dôsledku výberu mediálnych obsahov prospešných osobnostnému rozvoju občanov. Dôležitú miestu má výchova k hodnotám vo vzťahu k médiám a ich obsahom – rozvíňanie vnímavosti a schopnosti človeka rozlišovať medzi mediálnymi obsahmi podľa kvality a vo svojom využívaní sa zamerar na hodnotné mediálne obsahy. V súlade s interpretatívnym a selektívnym prístupom je dôležité formovať hodnotiaci úsudok človeka, formovať svedomie človeka, aby dokázal rozlišovať medzi kvalitnými a nekvalitnými mediálnymi obsahmi ako aj formovať jeho dobrý vkus.



Rozvoj mediálnej gramotnosti – výzva pre súčasnosť a budúcnosť

V súčasnosti je výzvou pre vzdelávanie inštitúcie na rôznych úrovniach formálneho a neformálneho systému vzdelávania koncipovať cieľové programy z mediálnej výchovy. Tie by mali obsahovať návody ako v aplikatívnej rovine v edukačnej praxi uplatňovať stratégie rozvoja mediálnej gramotnosti (kompetencií jednotlivcov rôznych vekových kategórií) chápaných ako stratégie rozvoja schopností jednotlivca kriticky, hodnotovo selektívne a zodpovedne zaobchádzať s médiami. Výzvou pre budúcnosť je rozvoj systému mediálnej výchovy v systéme celoživotného vzdelávania v súlade s národnou koncepciou mediálnej výchovy v systéme celoživotného vzdelávania. Centrom poskytovania neformálnej, prevážne prakticky orientovanej mediálnej výchovy pre verejnosť sa môžu stať knižnice a štúdio-informačné strediská, resp. mediáteky. Verejné a vedecké knižnice by mohli realizovať programy výchovy k mediálnej gramotnosti v podobe kurzov, prednášok, seminárov pre deti, mládeže i dospelých pod vedením odborníkov na mediálnu gramotnosť, resp. mediálne vzdelaných knihovníkov.

Výskum mediálnej gramotnosti

Veda o komunikácii nemá jednotnú paradigmatu, čo znamená, že v nej neexistuje súbor pracovných inštrukcií, ktoré by boli predstaviteľmi tejto vedy jednotne uznávanými. Paradigmy obvykle obsahujú predpoklady výskumných stratégií, ktoré na druhej strane vymedzujú predmet sociálnych vied. Vychádza sa z toho, že teoretický a empirický výskum predstavujú dva kroky výskumného procesu. Tieto kroky na seba nadväzujú a jeden bez druhého nemá význam. Komunikáčna veda ako súčasť sociálnych vied prikladá technikám empirického výskumu kľúčový význam. Existujú výrazné rozdiely medzi európskou komunikáčnou vedou a americkým výskumom masovej komunikácie. Pri porovnávaní európskej sociológie a amerického výskumu sa zameriava k záveru, že výskum masovej komunikácie v USA dopracúňuje konverenciu a politickú aktívne použitelné získané fakty, avšak ďalej nepokračuje v ich analýzách. Výsledkom je početnosť zistení, ktoré sa nedajú navzájom integrovať do ucelenej celku. Analýza masovej komunikácie sa obmedzuje na nájdenie krátkodobých, rýchlo a splošhivo identifikovateľných účinkov, pričom ignoruje a začleňuje masových médií do celkového spoločenského rámca sa zanedbávajú. Pod výskumom rozumieme proces, ktorý má určité charakteristické vlastnosti. Platí, že každý výskum musí byť zámerný, čiže premyslený, musí mať svoje presné poradie krokov, a musí smerovať k istému cieľu. Všetky kroky majú svoj význam a svoj zmysel. Každý výskum má tri základné ciele uvedené na obrázku.

Ak je cieľom výskumu poznať nejaký jav, tak sa musíme zamerať na viacero činností. Najskôr musíme daný jav popísať v stave akom sa nachádza. Ak sa nachádzame v tematickej mediálnej komunikácii, tak to môže byť popis obsahovej štruktúry televíznych a rozhlasových staníc. Väčšina výskumov realizovaných v mediálnom priestore má popisný charakter. Následne sa prístupuje k analýze. Cieľom sociálneho výskumu je aj dané javy vysvetľovať. V tomto prípade ide o zámer vysvetliť príčinu určitých zistených skutočností. Výskumom sa získavajú nové poznatky, ale taktiež overujú teórie alebo iné zistenia. Pri predvídaní ďalšieho vývoja sa používa extrapolácia doterajšieho vývoja, respektíve dedukcia z vývoja v iných krajinách. Mediálny výskum, tak ako každý sociologický výskum, možno členiť z hľadiska viacerých kritérií. Z hľadiska funkcie sa mediálny výskum člení na: • **základný**, • **aplikovaný**, • **metodologický**.

Vieme ako úlohu zohráva ekonomická diplomacia vo vzťahu k prosperite krajiny alebo štátu, avšak pozrieme sa teraz na formy jej podpory doma aj v zahraničí, kde dôležitú úlohu zohrávajú osobnosti verejného života – zainteresované či už ako športovci, umelci vedy alebo diplomati. Akou už bolo povedané: aby sme mohli vykonávať tú ktorú činnosť potrebujeme určitú množinu znalostí, ktoré získavame štúdiom a praxou a tie sú vo veľkej miere výsledkom vedecko-výskumnej činnosti, ale uvedené výsledky sú za sasa predmetom alebo artefaktom ekonomickej diplomacie, a to či už v pôsobnosti jednotlivých štátov, Európy alebo sveta ako celku. Dôležitú úlohu pritom zohrávajú informácie a znalosti, ktoré majú podobu duševného vlastníctva a často sú prezentované prostredníctvom médií. V súčasnej dobe vplyv médií na jednotlivca a spoločnosť narastá tak ako narastá množstvo informácií nimi poskytovaných a to vyžaduje schopnosť správne v nich orientovať. Na tomto mieste zohráva svoju úlohu mediálna gramotnosť, čo predstavuje veľkú výzvu pre súčasnosť aj budúcnosť.

Dr. h.c. mult. prof. PhDr. Ing. Štefan Kassay, DrSc.



V roku 1958 sa vyučil za sústružníka v Považskej Bystrici v Závodoch ťažkého strojárstva. V Košiciach pracoval ako sústružník v Opravovniach poľnohospodárskych strojov. V priebehu niekoľkých rokov bol konštruktérom, televíznym redaktorom, stredoškolským učiteľom a zahraničným spravodajcom Československej televízie v Budapešti, Zahoslávii a Rumunsku. Šéfredaktorom Hlavnej redakcie programov zo zahraničia sa stal po skončení zahraničnej misie. Neskôr pôsobil ako riaditeľ Central European Development Company so sídlom vo Veľkej Británii. Na základe medzinárodného tendra sa stal v roku 1991 spoluvlastníkom Pečivární Holding a v roku 1992 spoluvlastníkom podniku Figaro Tnava. Bol predsedom dozornej rady I.D.C. Sereď. a.s. Pôsobil vo viacerých vedeckých a redakčných radách aj v zahraničí. Postupne popri zamestnaní nadobudol vyššie a univerzitné vzdelanie. Po maturite na Strednej priemyselnej škole strojníckej v Košiciach študoval na Strojníckej fakulte Technickej univerzity (vtedy Vysoká škola technická) v Košiciach, ktorú absolvoval v roku 1970 (Ing.). Následne pokračoval v štúdiu na Karlovej univerzite v Prahe a obhájil rigorózne štátu v roku 1976 mu bol udelený titul doktora filozofie (PhDr.). Súčasne na strojníckej fakulte Technickej univerzity v Košiciach na Katedre ekonomiky a riadenia absolvoval vedeckú aspirantúru. Na Slovenskej technickej univerzite (SVŠT) v Bratislave v roku 1977 po obhajobe mu bola udelená vedecká hodnosť kandidata ekonomických vied z odvetvových a prierezových ekonomík (CSc./Ph.D.). Na Ekonomickej fakulte Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici sa v roku 1996 habilitoval a bol menovaný za docenta vo vednom odbore odvetvové a prierezové ekonomiky (doc.). V Japonsku v roku 1998 absolvoval AOTS (The Association for Overseas Technical Scholarship). Na Slovenskej akadémii vied v Bratislave v roku 2001 obhájil dizertačnú prácu a bola mu udelená vedecká hodnosť DrSc. z odvetvových a prierezových ekonomík. Po inauguračnej prednáške bol vymenovaný prezidentom republiky za profesora v odbore Inžinierstvo riadenia priemyslu (2002). Je nositeľom dvoch čestných doktorátov (Doctor Honoris Causa). Prvý mu udelila Technická univerzita v Košiciach „Za rozvoj vedeckých vied a akademického vzdelávania doma i v zahraničí“ (2010) a druhý čestný doktorát mu udelila Katolícka univerzita v Ružomberku „Za mimoriadny prínos v oblasti spolupráce vzdelávania, vedy a praxe“ (2020). Medzi jeho dôležitejšie vedecké publikácie patria: Reengineering podnikateľských procesov (1999), Podnik svetovej triedy (2001), kvadrologia Marketingová stratégia firmy holdingového typu (1998-2001), The World Class Company Strategy (2001), Stratégia podniku svetovej triedy (2002), Životné dielo pentalogia Podnik a podnikanie prvý zväzok (2006), druhý zväzok (2008), tretí zväzok (2010), štvrtý zväzok (2013), piaty zväzok (2014). Zahraničnú odbornú verejnú prejavuje záujem o využitie vedeckého diela a jeho praktických impulzov, pre ktorú už boli preložené najvýznamnejšie práce prof. Kassaya do piatich jazykov. Niekoľko rokov v spolupráci s Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí sa venuje ekonomickej diplomácii. Je nositeľom viacerých zahraničných a domácich vyznamenaní. Dlhoročnú prípravu projektu Medzinárodného centra vzdelávania (International Center of Education) profesor Kassay v roku 2020 realizoval aplikáciu webových portálov www.kassay.eu a www.intercedu.com. Zmyslom pôsobenia v novej pozícii je šíriť dobré meno Slovenska aj v medzinárodnom význame, kde vychádzame predovšetkým zo spolupráce Memoranda o spolupráci medzi Európskou akadémiou vied a umení v Salzburgu a Medzinárodným centrom vzdelávania – INTERCEDU, a.s., ktoré bolo podpísané profesorom Štefanom Kassayom a profesorom Klausom Mainzerom v Limbachu 7. 9. 2023. V zmysle Memoranda bol upravený plán exploatácie multimedionálnych produktov INTERCEDU a nového Inštitútu profesora Štefana Kassaya pre rozvoj socioekonomických štúdií, ktorý bol otvorený v decembri 2024.