



**mpc**  
METODICKO-PEDAGOGICKÉ CENTRUM



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

Metodicko-pedagogické centrum

Národný projekt

# MEDIÁLNA VÝCHOVA V PREDPRIMÁRNOM VZDELÁVANÍ

Edukačný materiál

Iveta Šenšelová

Bratislava 2014

Autor: Bc. Iveta Šenšelová  
Názov: Mediálna výchova v predprimárnom vzdelávaní  
Recenzenti: PhDr. Dagmar Rusnáková  
PaedDr. Katarína Hollá, PhD.  
Jazyková úprava: Netto SK, s. r. o.  
Vydavateľ: Metodicko-pedagogické centrum v Bratislave  
Rok vydania: 2014  
ISBN 978-80-8052-681-8

## **ANOTÁCIA**

Pojem médiá je v súčasnosti skloňovaný takmer na každom kroku. Nevieme si predstaviť odvetvie, ktoré na svoj rozvoj nevyužíva informácie z médií. V publikácii sa zaoberáme vplyvom médií na deti predškolského veku. Približujeme dieťa a špecifiká vývinového obdobia, ktoré sú charakteristické pre predškolský vek. Stručne charakterizujeme problematiku médií aj to, aký vplyv dokážu mať na spoločnosť, človeka a deti. Zameriavame sa na dosah jednotlivých médií na deti predškolského veku, na ich socializáciu a hodnotovú orientáciu. Médiá dokážu ovplyvniť konanie a uvažovanie ľudí, no najmä detí. Práve ony sú najviac ohrozenou skupinou, pretože detský vek jednoznačne ovládajú médiá. Prostredníctvom nich deti získavajú predstavu o svete dospelých i svojich vrstovníkov, nachádzajú nové spôsoby oddychu a zábavy, prežívajú chvíle napätia, rozvíjajú svoje záujmy. Prinášame praktické rady pre rodičov a edukačné aktivity pre pracovníkov predškolských zariadení. Snažíme sa prispieť k tomu, aby si učitelia, rodičia a široká verejnosť uvedomili, že mediálne prostredie, ktoré dieťa obklopuje, podstatným spôsobom ovplyvňuje kvalitu a najmä dynamiku rozvoja jeho osobnosti. Cieľom publikácie je poukázať na to, že deti predškolského veku sú médiami najviac ovplyvniteľné, čo je podmienené charakteristickými špecifikami tohto vývinového obdobia. V súčasnosti vidíme reálne možnosti implementácie mediálnej výchovy do edukačného procesu v predprimárnom vzdelávaní. Práve vďaka mediálnej výchove si už deti predškolského veku dokážu vytvoriť postoj, ktorý by mali k médiám zaujať, ako ich najlepšie využívať na rozvoj svojej osobnosti, ako nepodliehať ich tlaku a nestáť sa od nich závislými. Dôležité je snažiť sa dosiahnuť to, aby deti boli schopné udržať si od médií kritický odstup a uvedomovali si ich tlak na spoločnosť i na jedincov. Zároveň je potrebné, aby deti pochopili, v čom sú médiá pre spoločnosť prínosné a ako môžu ľuďom škodiť. Mediálna výchova sa javí nielen ako účinný prostriedok na minimalizáciu negatívnych televíznych vplyvov a maximalizáciu pozitívnych, ale aj ako vhodný prostriedok, ako učiť deti spolupracovať a tolerovať sa navzájom. Práve to je jeden zo spoločných cieľov mediálnej výchovy v predprimárnom vzdelávaní.

## **Kľúčové slová**

Médiá. Klasifikácia médií. Dieťa. Predškolský vek. Násilie. Rodina.

**OBSAH****ÚVOD**

<b>1 DIEŤA PREDŠKOLSKÉHO VEKU A MÉDIÁ.....</b>	<b>6</b>
1.1 Charakteristika dieťaťa a špecifiká vývinového obdobia.....	6
1.2 Vplyv médií na deti .....	8
<b>2 VPLYV MÉDIÍ NA DIEŤA PREDŠKOLSKÉHO VEKU .....</b>	<b>11</b>
2.1 Kniha a deti .....	11
2.2 Vplyv časopisov na dieťa predškolského veku .....	12
2.3 Vplyv televízie na dieťa predškolského veku .....	14
2.4 Vplyv reklamy na dieťa predškolského veku.....	20
2.5 Vplyv internetu na dieťa predškolského veku.....	24
2.6 Deti a mobilné telefóny .....	25
2.7 Deti a počítačové hry .....	26
<b>3 MEDIÁLNA VÝCHOVA V RODINE .....</b>	<b>27</b>
<b>4 MEDIÁLNA VÝCHOVA V MATERSKEJ ŠKOLE .....</b>	<b>30</b>
4.1 Mediálna výchova v kontexte ŠVP ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie .....	31
4.2 Učiteľ v procese edukácie mediálnej výchovy .....	33
4.3 Metódy a stratégie – prostriedky formovania mediálnej gramotnosti. ....	35
4.4 Edukačné aktivity na rozvíjanie mediálnej výchovy v edukačnom procese MŠ .....	38
<b>ZÁVER .....</b>	<b>48</b>
<b>ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV.....</b>	<b>50</b>

## ÚVOD

V súčasnom období zohrávajú v našom živote veľmi dôležitú úlohu médiá, bez ktorých si existenciu už nevieme ani predstaviť. Sú okolo nás, obklopujú nás, ovplyvňujú naše myšlienky, názory, postoje. Prostredníctvom nich máme prehľad o celosvetovom dianí, ale často nevieme, aký deň prežilo naše dieťa v materskej škole. Vývoj smeruje dopredu, informačné technológie sa vyvíjajú rýchlo a my sa musíme tomuto trendu prispôsobovať. Rodičia sa často uchýľujú k výchove práve cez médiá. Keďže si nevieme život bez nich predstaviť, je preto dôležité vedieť mediálne ponuky správne využívať a dôkladne selektovať.

V publikácii poukazujeme na kladný a záporný vplyv médií na dieťa predškolského veku. Približujeme, ako možno využiť médiá na správne formovanie jeho osobnosti výchovou médiami a výchovou k médiám, na ktoré majú vplyv rodina, škola a spoločnosť. Práca pozostáva z piatich kapitol. V prvej kapitole sa zameriavame na charakteristiku dieťaťa predškolského veku a na špecifiká tohto vývinového obdobia. Prinášame charakteristiku médií a ich vplyv na spoločnosť a jednotlivcov. Obsahom druhej kapitoly sú jednotlivé druhy médií: kniha, časopisy, televízia, reklama, internet, mobilné telefóny, počítačové hry a ich vplyv na dieťa predškolského veku. Prezentujeme rady, ako správne pristupovať k vzťahu dieťa a médium, aby si dieťa dokázalo vybrať z médií to podstatné a veku primerané. V tretej časti práce sa venujeme možnostiam správneho postoja dieťaťa k médiám v rámci rodiny. Učiteľom predprimárneho vzdelávania ponúkame v štvrtej kapitole súbor edukačných aktivít na rozvíjanie mediálnej výchovy v edukačnom procese a odporúčania v tom zmysle, aby mediálna výchova bola už v predškolskom veku efektívna. V procese realizácie mediálnej výchovy v materskej škole sa dieťa v rámci svojich vekových a individuálnych zvláštností oboznamuje s podstatou mediálnych posolstiev, ktoré médiá ponúkajú, získava vedomosti, zručnosti a návyky, formuje sa jeho hodnotová orientácia, postoje, správanie. V záverečnej časti sa zaoberáme myšlienkou nutnosti globálneho spojenia síl, aby vplyv masmédií na naše deti bol iba pozitívny.

Veríme, že touto prácou aspoň malou mierou prispejeme k úspešnému zapracovaniu mediálnej výchovy do školských vzdelávacích programov, aby sa možnosti jej uplatnenia systematicky plánovali a spájali so životom. Mediálna výchova realizovaná v materskej škole poskytuje priestor a neohraničené možnosti na vytváranie základov zodpovedného vzťahu človeka k mediálnym obsahom.

## 1 DIEŤA PREDŠKOLSKÉHO VEKU A MÉDIÁ

Jadrom tejto kapitoly je charakteristika dieťaťa a charakteristika predškolského veku. Predškolský vek je jedným z najdôležitejších období v živote každého dieťaťa, pretože sa v ňom vytvárajú základy hodnôt a všestranného rozvoja osobnosti s dôsledkami na celý život. Priblížime si médiá a ich vplyv na ľudí a deti. S médiami sa deti stretávajú nielen v rodine, v škole, ale aj vo voľnom čase. Prostredníctvom nich získavajú predstavu o svete dospelých i svojich vrstovníkov, nachádzajú nové spôsoby oddychu a zábavy, a preto je dôležitá výchova k médiám, ale aj výchova prostredníctvom médií.

### 1.1 Charakteristika dieťaťa a špecifiká vývinového obdobia

Dieťa predstavuje jednu z najvzácnejších hodnôt rodiny a bohatstva spoločnosti, je najcennejším darom života. *„Dieťa je tvor jedinečný, osobitý, ktorý si zaslúži lásku, pochopenie, povzbudenie, pomoc či plnohodnotné rozvinutie svojho potenciálu“* (Ondrušková, 2009, s. 15).

Z pohľadu učiteľa národov Jana Amosa Komenského *„dieťa je najcennejší dar, najdrahší klenot a najväčšie bohatstvo, ktoré má ľudská spoločnosť. Deťom treba venovať najväčšiu starostlivosť, lebo sú najcennejším Božím darom a klenotom, ktorý sa nedá s ničím porovnať“* (Komenský, 1991, s. 1).

Predškolský vek je obdobie od dovŕšenia tretieho roku veku dieťaťa až po jeho vstup do školy. V tomto veku dochádza k výrazným zmenám v telesnej, pohybovej oblasti, v poznávacích procesoch, ale aj v citovej a sociálnej oblasti. Je to najdôležitejšie obdobie v živote človeka, v ktorom sa utvárajú základy rozvoja osobnosti. Má vplyv na celoživotné utváranie vlastností, návykov, postojov, sociálnych vzťahov. Čo dieťa v tomto období nadobudne, získa a rozvinie, stáva sa trvalou hodnotou na celý život. Dieťa na ceste za poznaním hľadá, objavuje, báda, skúma všetko nové, čo ho zaujíma a k čomu má vzťah. Využíva pri tom svoju fantáziu, tvorivosť, bezprostrednosť. My dospelí mu na tejto ceste pomáhame, usmerňujeme ho, aby jeho vývoj napredoval tým správnym smerom a aby sa sformovalo na osobnosť rozvinutú vo všetkých oblastiach.

Každé vývinové obdobie človeka je charakteristické zmenami, ktoré nastávajú v zákonitom poradí. Vývoj je zmena, ktorou organizmus získava nové vlastnosti, stáva sa zložitejším vnútorne i navonok, menej závislým od svojho okolia. V telesnom vývoji prebieha u detí predškolského veku prvá premena postavy. Menia sa vzájomné pomery veľkostí jednotlivých častí tela alebo telesných proporcií. Organizmus silnie, zlepšuje sa

pohybová koordinácia. Mozog dozrieva, dieťa dýcha pomalšie a hlbšie, srdce bije pomalšie a pravidelnejšie, celý organizmus je výkonnejší. Výrazne sa zlepšuje mobilita dieťaťa, ktoré už zvládne základné zručnosti týkajúce sa vlastnej obsluhy. **Myslenie** dieťaťa predškolského veku sa vyznačuje kognitívnym egocentrizmom a je antropomorfné. Dieťa pripisuje človeku neživé veci, predpokladá, že stromy, zvieratá a pod. myslia, cítia, hnevajú sa. (Říčan, 2004)

**Pamäť** je v tomto období nezámerná a udržanie informácií v nej je najčastejšie spojené s emocionálnymi zážitkami. Koncom predškolského obdobia je pozorovateľné zámerné zapamätávanie si. Dieťa už začína chápať realitu. Jeho myslenie je na úrovni názorného myslenia a je považované za prelogické, čo znamená, že dieťa ešte nerešpektuje všetky znaky reality. Väčšina 5- až 6-ročných detí je schopná myslieť morálne. Dokáže vyvodit morálny úsudok, no nevidí motív konania, len samotný výsledok. (Kutálková, 2001)

Z hľadiska našej práce je dôležité **vnímanie** detí v predškolskom veku. Chýba v ňom schopnosť sústavného pozorovania. Deti vnímajú podnety, ktoré sú nejakým spôsobom zaujímavé. V tomto období nie sú schopné analyzovať objekt, ktorý vnímajú ako celok. Vďaka tomu si neuvedomujú možné vzťahy medzi jeho jednotlivými časťami. Dieťa v predškolskom období často nadobúda pohľad, ktorý je skresľujúci, pretože objekty vníma a hodnotí tak, ako sa mu v danej chvíli javia. (Vágnerová, 2008)

Vnímanie je poznávací proces, ktorým dieťa registruje informácie sprostredkované zmyslovými orgánmi. Učí sa prostredníctvom interakcie na svoje prostredie. Podnety z okolitého prostredia vníma cez senzorické orgány. Deti rôzneho veku vnímajú svet rôzne. Sústreďujú svoju pozornosť na iné črty podnetu, pri sledovaní deja alebo situácie sa sústreďujú na určité časti, kým iné si nevšímajú. Spôsob, akým vnímajú podnety z prostredia, má podstatný vplyv na to, ako sa učia. Vnímanie okolo 3. roku veku dieťaťa prechádza výraznou zmenou od synkretického, globálneho vnímania k analytickému, na základe ktorého je schopné detailnejšej analýzy (Trubíniová, 2007).

Deti v predškolskom období zameriavajú poznávanie na najbližší svet. Vágnerová (2005) uvádza niekoľko spôsobov, ako deti vnímajú svet, aké informácie si vyberajú a akým spôsobom:

- **Centrácia:** ide o tendenciu zostávať na jednom znaku, ktorý dieťa považuje za podstatný. Vďaka tomu sú prehliadané významnejšie a menej výrazné znaky.
- **Egocentrizmus:** znamená, že dieťa lipne na názore, ktorý je preň dôležitý z osobného hľadiska, a nedbá na názory ostatných. Nevie a nechápe, prečo nazeráť na situáciu z rôznych uhlov pohľadu. Na základe vlastných postojov a preferencií vzniká tendencia skresľovania názorov.

- **Fenomenizmus:** ide o spôsob, ktorý kladie dôraz na určitú podobu či predstavu okolitého sveta. V tomto prípade je dôležité, ako sa situácia dieťaťa javí. Svet je pre dieťa v predškolskom období taký, ako vyzerá.
- **Prezentizmus:** súvisí s fenomenizmom, dieťa je viazané na aktuálnu podobu sveta, je stále viazané na prítomnosť. To, že vníma aktuálny obraz sveta, predstavuje preň subjektívne istotu.
- **Predstavivosť:** plne sa uplatňuje v hrách. Dieťa v hrách využíva pamäťové predstavy, ale aj výmysly, fikcie, fantazijné predstavy, ktorými nahrádza medzery vo vlastnej skúsenosti. Fantáziou si dotvára a modifikuje predmety, ktoré v hre používa. Prostredníctvom predstavivosti, fantázie sa pokúša nájsť vysvetlenie rôznych záhad, problémov, s ktorými prichádza do styku a ktorých logické objasnenie mu ešte nie je dostupné.

Charakteristické špecifiká tohto vývinového obdobia predurčujú deti na to, že sú médiami najviac ovplyvniteľné. Je nutné tieto špecifiká zohľadniť pri interakcii dieťaťa na mediálne obsahy a mediálne pôsobenie, aby vplyv médií pozitívne formoval ich rast a objavoval v nich to hodnotné. Zároveň ide o to, aby si deti postupne uvedomovali a zároveň odmietali negatívne vplyvy, ktoré mediálne posolstvá prinášajú.

## 1.2 Vplyv médií na deti

Slovo **médium** pochádza z latinského jazyka a znamená prostriedok, prostredie, to, čo sprostredkováva dej. Médium je prostriedok masovej a mediálnej komunikácie. Je dôležitý článok medzi komunikátorom a adresátom. Médiá sú prostriedky masovej komunikácie, ktoré prenášajú informácie v rôznych formách a za rôznym účelom. (Reifová a kol., 2004)

Médiá delíme na dve základné kategórie: **tlačové** (noviny, časopisy, knihy) a **elektronické** (rozhlas, televízia, film/kinematografia, internet). Podľa spôsobu spracovania informácií poznáme **mienkotvorné** (snažia sa poskytovať objektívne, seriózne informácie a pomáhať publiku utvárať si nezávislý názor) a **bulvárne** (snažia sa prinášať škandalózne, šokujúce informácie, správy zo života celebrit). Elektronické médiá (rozhlas a televízia) sa delia na **komerčné** (podobne ako bulvárna tlač sa snažia dosiahnuť čo najväčší zisk) a **verejnoprávne** (sú zriaďované štátom a ich prvoradou úlohou je slúžiť verejnosti; informujú o menšinách, ktoré si komerčné médiá nevšímajú). (Mistrík, 2008)

Médiá sú významným zdrojom skúseností, poznatkov a zážitkov pre široký okruh príjemcov. Evidentne vplyvajú na celú spoločnosť. Ich pôsobenie je nástrojom, ktorý



slúži na socializáciu jednotlivca od najútlejšieho veku. Formujú naše postoje, názory, úsudky. Medzi kľúčové zručnosti dneška patrí schopnosť vyhľadávať tie informácie z médií, ktoré slúžia na osobný rozvoj jednotlivca. Treba rozlišovať v mediálnom obsahu informácie bezcenné od informácií, ktoré majú pre život praktický význam. (Vrabec, 2008)

Médiá sú nositeľom dobra, ale stávajú sa aj činiteľom rozširujúcim zlo, násilie a agresiu. Prezentujú skutočnosť, ale môžu ju aj meniť. Ich pôsobenie na deti a mládež je evidentné v oblasti emocionálnej a vôľovej, majú pozitívne, ale aj negatívne dopady na výchovu. Na jednej strane je im prisudzovaná zodpovednosť za zvyšovanie kriminality, za znižovanie estetického vkusu, za morálny úpadok spoločnosti, za potlačanie tvorivosti a hodnotovej orientácie človeka, na druhej strane ich pozitívny význam spočíva v tom, že pomáhajú odhaľovať nežiaduce spoločenské javy, sprostredkujú kultúru, informujú, vychovávajú, ponúkajú zábavu, spoluvytvárajú duchovný svet mládeže, jeho hodnotovú štruktúru, posilňujú identitu. Majú nezastupiteľný význam vo výchovnom, vzdelávacom, spoločenskom, kultúrnom pôsobení. (Mešťánková, 2008)

Kačinová (2009, s. 377) uvádza, že médiá v súčasnosti predstavujú „*vplyvné socializačné a edukačné prostriedky. Predovšetkým ako nositelia a šíritelia hodnotových orientácií, etických kategórií, ich významov a svojimi ponukami diverzných modelov a vzorov spoločenského správania sa významne spolupodieľajú na kreovaní osobnosti detí a mládeže, ich ľudských kvalít.*“

Masmédiá sú informačné nástroje, ktoré rôznymi spôsobmi poskytujú informácie veľkým skupinám ľudí. Ide hlavne o televíziu, rozhlas, denníky, časopisy a internet. Celé pôsobenie masmédií je pôsobenie na diváka. Informácie prinášané médiami môžu byť iba sprostredkované, a to vizuálne alebo audiovizuálne. Silne sa podieľajú na stanovení obsahu a riadení myslenia. (Kostolanský, 2008)

„*Vplyv masmédií na človeka je dnes nespochybniteľným faktom. Slovo „vplyv“ v súvislosti s masmédiami nadobúda rôzne významové odtiene. Byť „pod vplyvom“ znamená „byť pod čarom“ (napr. televízie), čo v krajnom prípade môže znamenať „byť závislý“, či dokonca „byť zotročeným“ (Zasepa, Olekšák, 2008, s. 35).*“

Podľa Krajňáka (2009) médiá vplyvajú na človeka v rôznych oblastiach. V **intelektuálnej** rozum prijíma súdy a vytvára si úsudky na základe prijatého, dieťa vie málo odlíšiť ilúziu od skutočnosti. V **emocionálnej** človek rozumom veci prehodnotí a vôľou po nich siaha, dieťa je vystavené silnému emocionálnemu tlaku prostredia, ktorý má rozhodujúci vplyv na utváranie jeho vlastných hodnôt. V **estetickej** oblasti človek túži po kráse a harmónii, deťom sú predstavované televízne vzory v extravagantnom oblečení, v umení bez krásy a harmónie. Poslednou oblasťou je náboženská, v ktorej človek

prehodnocuje svoje postoje a skutky vzhľadom na vieru, táto rovina je rozhodujúca. Podľa toho, ako médiá vplývajú na ľudí, Zasepa, Olekšák (2008) uvádzajú tieto vplyvy masmédií na osobnosť:

- **bezprostredný vplyv** – je najlepšie pozorovateľný u malých detí, ktoré reagujú živelne a neskrývajú svoje pocity, jeho príznaky je možné pozorovať zo strany okolia,
- **kumulatívny vplyv** – je nepozorovateľný, najmä v jeho jednotlivých fázach, jedna etapa činnosti „pripravuje“ jej ďalšie etapy,
- **podvedomý vplyv** – nie je jednotlivcom uvedomovaný, človek si ho neuvedomuje v žiadnej jeho fáze, ale v konečnom efekte dáva o sebe vedieť.

Zasepa (2002, s. 345) konštatuje: „Pohybujeme sa medzi novinami, rádiom, televíziou a internetom, pričom medzi nimi vôbec nehľadáme a ani nečakáme nejakú skutočnú súvislosť. Skúsenosti, ktoré z toho vyplývajú, sú chaotické a bez spojitosti.“

## 2 VPLYV MÉDIÍ NA DIEŤA PREDŠKOLSKÉHO VEKU

Veľmi dôležitá je otázka vplyvu médií na deti, ktoré sú špeciálnym druhom príjemcov. Ľahko prijímajú vzory správania, a preto si vyžadujú premyslenú starostlivosť o svoj rozvoj, primeraný socializačný proces a správnu hodnotnú zábavu. Podliehajú dynamickým vplyvom, ktoré im ponúkajú médiá, ale bez schopnosti ich správneho rozlíšenia môžu podľahnúť presvedčeniu, že všetko v médiách je správne a dobré. Presvedčovacia sila médií je obrovská, preto by rodičia a pedagógovia mali dieťa pred nebezpečenstvami chrániť a naučiť ho kriticizmu a schopnosti voľby jemu primeraných a vhodných obsahov. Obsah vysielaný médiami by mal byť primeraný veku dieťaťa a mal by zahŕňať obsahy, ktoré dieťa rozvíjajú a formujú v ňom pozitívne hodnoty. (Zasepa, Olekšák, 2008)

Deti v tejto vekovej kategórii recipientov mediálny obsah postrehnú a následne vnímajú, avšak vzhľadom na ich vek je zložité ubrániť sa mediálnemu obsahu, a tak nastáva nasledovanie podnetu. Aký podnet bol vyslaný, taká bude aj reakcia. Dieťa chce tento podnet často nasledovať, a to aj napriek tomu, že to môže vyvolať zákaz zo strany autority. Preto sa hlavne u recipientov z tohto modelu vyskytujú vedľajšie účinky mediálneho obsahu, ako je plač, domáhanie sa niečoho protestnými spôsobmi. Deti v tomto veku dávajú prednosť mediálnym obsahom, ktoré sú napínavé, pestré a vyžadujú akciu. Najviac ich zaujímajú jednotlivé scény, ktoré však nedokážu prepojiť do súvislého celku. Dokážu verne reprodukovať detaily, často sa im do rozprávania miešajú vlastné skúsenosti.

### 2.1 Kniha a deti

Kniha je odpradávnym zdrojom poznania, ľudskej múdrosti a mravných hodnôt. Poskytuje široký obzor skúseností a zážitkov. Práve v období predškolského veku sa budujú základy na rozvíjanie zručností, návykov, poznatkov a postojov. Ak sú tieto základy dostatočne pevné, môžu sa ďalej formovať a zdokonaľovať. Deti sa učia rozoznávať pravé ľudské hodnoty, posudzovať charakterové vlastnosti, hodnotiť, keď dobro víťazí nad zlom. V dnešnej dobe majú veľa možností, ako tráviť voľný čas. Ak ich v tomto veku naučíme vážiť si knihu, táto záľuba v nich pretrvá až do dospelosti. Práca s knihou má širokospektrálny záber. Má veľký význam pri formovaní detskej osobnosti. Kniha je nástroj v rukách učiteľky. Jej prostredníctvom im môže poskytnúť veľa vedomostí spôsobom, ktorý deti vnímajú ako zábavu a šťastnú hru, a preto by mala byť súčasťou ich každodenného života. Výber kníh pre deti je podmienený vekom. V ranom období

dostáva do rúk leporelo. Tvorí ho mozaika drobných samostatných textov, ktoré sú bohato doplnené ilustráciami, ktoré stimulujú krátkodobú pozornosť. Neskôr sú to knižné hračky, maľovanky a vystrihovačky. Ak dieťa žije v prostredí, kde sú knihy obľúbené, kde sa nielen kupujú, ale aj čítajú, bude svoje vzory prirodzene nasledovať a napodobňovať. Je to jeden z najlepších spôsobov, ako môže získavať stále nové informácie a vedomosti, pretože najviac ich je práve v knihách. Čím skôr začneme deťom čítať, tým je väčší predpoklad, že nadobudnú ku knihám dobrý vzťah. Budú si ich vážiť a zároveň sa o ne aj primerane starať. Postupne zistia, že čítanie je veľmi príjemná činnosť a písanie užitočné a potrebné.

Záujem o knihu sa postupne rozvíja v predškolskom veku. V tomto období, keď si dieťa ešte nevie samo vyberať knihy, zohráva veľkú úlohu sprostredkovateľ. Podľa toho, aké knihy, texty, diela vyberie, ako ich deťom sprostredkuje, vyvolá a ovplyvní ich záujem o knihu. Sprostredkovateľ má dôležitú funkciu, je medzičlánok, ktorý dieťa aktivizuje a stimuluje jeho záujem. V materskej škole takúto funkciu plní učiteľka. Jej odbornosť spočíva v tom, že dôkladne pozná skupinu detí, s ktorými pracuje. Vyberá kvalitné literárne diela na základe poznania ich záujmov, túžob a potrieb. Mala by mať prehľad o detskej literatúre, aby mohla sprostredkovať deťom rôzne žánre. (Burianová, Trubíniová, 2007)

Knihou sa deti dostávajú do kontaktu aj s písaným jazykom a písanou kultúrou, a tým sa postupne rozvíja ich slovná zásoba, začínajú si všímať a chápať súvislosti medzi hovoreným slovom a jeho písomnou formou. Treba im vytvoriť prostredie, ktoré je dostatočne podnetné, motivujúce, pretože sú prirodzene zvedavé. Úloha učiteľa spočíva aj v tom, aby im ukázal, naučil ich vnímať knihu a jej obsah ako niečo, čo má pre nás veľkú hodnotu, pretože je zdrojom a prameňom mnohých poznatkov, vedomostí, skúseností, ale aj zábavy.

## **2.2 Vplyv časopisov na dieťa predškolského veku**

Čítať spolu s deťmi je prirodzená činnosť, ktorá môže a musí obohatiť všetkých. Čítanie je aktívnejším spôsobom prijímania informácií. Dieťa sa musí viac namáhať. Príbeh si dotvára podľa vlastnej fantázie a tvorivosti. Stretávame sa so skutočnosťou, že deti si vyberú radšej televíziu ako čítanie. Ak ešte nevedia čítať, počúvajú rozprávku, majú aktívnu úlohu, lebo musia spojiť svoju predstavivosť a fantáziu so slovami a rozumovo ich spracovať. Pri pozeraní televízie to nie je možné. Obrazy unikajú, nedajú sa zastaviť. Tak sa im predkladá spracovaný obsah, na ktorom sa nemusia aktívne spolupodieľať. Časopisy pre deti sú možnosťou, ako u nich vybudovať vzťah k čítaniu a k literatúre. Okrem toho sa v detských časopisoch môžu veľa dozvedieť. Ak nemajú veľký záujem o

knihy, možno práve vhodný časopis bude tou správnou cestou, ako ich priviesť aj ku knihám. V časopisoch sú často rôzne úryvky z rozprávok či iných diel pre deti a neraz vzbudia záujem prečítať si celú knihu.

Deťom v predškolskom veku sú na našom trhu určené časopisy Včielka, Vrabček, Bobi, Šikovníček, Adamko, Macko Puf, Macko Pusík atď. Za pozitívnu stránku detských časopisov možno považovať to, že nerozvíjajú zlé vlastnosti. Obsahujú zaujímavé príbehy, hádanky, maľovanky, súťaže, kresby, ilustrácie rozprávok a kreslených seriálov, oboznamujú deti s písmenami veľkej tlačenej abecedy, a tak sa u nich vytvárajú základy predčitateľskej gramotnosti. Rozvíjajú fantáziu, poznávanie, slovnú zásobu, matematické predstavy – poznávajú čísllice, geometrické tvary. Rozvíjajú jemnú motoriku dieťaťa vystrihovaním vystrihovačiek, vyfarbovaním obrázkov, grafomotorickými cvičeniami. Časopisy ponúkajú detskému čitateľovi množstvo zábavy, hier, súťaží, ktoré rozvíjajú detskú predstavivosť a logické myslenie. Poskytujú mu možnosť dozvedieť sa viac o prírode, zvieratách, rodine, kultúre, vhodnou formou ho učia dodržiavať hygienické zásady a zásady správnej životosprávy.

Pri čítaní alebo počúvaní pracuje rozum, fantázia, obrazotvornosť, cvičia sa vyjadrovacie schopnosti a dieťa sa pri tom unaví na rozdiel od vizuálneho vnímania, ktoré je pohodlnejšie. Vonkajšie vnemy idú dovnútra bez rozumovej kontroly, čím oberajú deti o obrazotvornosť a fantáziu. Predstavy sú hotové, dieťa už nevidí svet v jeho realite, ale skreslený, virtuálny. Dieťa prestáva byť mysliteľom, je hodnotiteľom. Čítanie primeranej literatúry treba uprednostňovať pred televíziou a internetom. Médiá sa nesmú stať vecou na krátenia voľného času. (Tondra, 2009)

Okrem detských časopisov ponúkajú niektoré vydavateľstvá pracovné zošity pre deti predškolského veku, ktoré sa zameriavajú na rozvoj rozumovej výchovy, grafomotorických zručností, reči, matematických schopností, rozvoj dopravnej, zdravotnej a environmentálnej výchovy. Sú spracované podľa požiadaviek odborníkov. Ich cieľom je hravou formou klásť dôraz na motiváciu, aby sa deti pýtali a kládli otázky, ale najmä aby vedeli, na čo sa majú pýtať. Medzi takéto pracovné zošity patria napr. Zdravá škôlka, Jazyček šikovníček, Chrobáčik, Bezpečne do škôlky, Veselá ceruzka predškolačka, Škôlkar počíta, Škôlkar poznáva a pod. Časopisy svojím obsahom podnecujú a kladne vplyvajú na charakterové črty a celkovo dieťa predškolského veku (Drobná, In Trubíniová a kol., 2007).

Už v predškolskom veku má na formovanie vlastného názoru vplyv bábika Barbie prostredníctvom časopisu Barbie. Jeho vplyvom sa dievčatá chcú podobať na bábiku, chcú byť štíhle, krásne, mať dlhé vlasy. Fenomén vzoru bábiky ovplyvňuje už dlhé desaťročia aj dievčatá predškolského veku. Cítia sa menejcenné, nedokonalé, odstrkované. Je dôležité im vysvetľovať, že nezáleží na tom, ako vyzeráme, ani na tom,

aké oblečenie nosíme, ani na tom, akých máme rodičov, ale na tom, či sa vieme podeliť s inými, či vieme počúvať, či vieme poslúchať. Nikdy nezamedzíme tomu, aby deti neboli formované médiami, časopismi predškolského veku či letákmi, ale môžeme ich naučiť rozlišovať, čo je skutočné a čo nie.

### 2.3 Vplyv televízie na dieťa predškolského veku

V tejto časti sa chceme zamerať na kladné a záporné stránky sledovania televízie. Myslíme si, že televízia má vplyv na dušu dieťaťa, pôsobí priamo na jeho city, a to je dôvod, prečo má taký veľký vplyv na vytváranie detskej osobnosti. Je to médium, ktoré je prítomné takmer v každej domácnosti a ovplyvňuje názory, hodnoty, atmosféru a život celej rodiny, teda aj dieťaťa. Je to najsledovanejšie médium, a preto na dieťa predškolského veku pôsobí najintenzívnejšie. Televízia zohráva v živote dieťaťa dôležitú úlohu, formuje jeho postoje, upevňuje a vytvára prosociálne spôsoby správania, vedie k emocionálnemu a estetickému vnímaniu, k pozitívnej komunikácii, k jeho socializácii, k vytváraniu mravných hodnôt, ktoré ho sprevádzajú počas celého života.

Časté a dlhodobé sledovanie televízie má negatívny vplyv na pozornosť, hodnotovú orientáciu a reč. **Narušenie pozornosti detí:** úspešné detské programy sú založené na dejových zvratoch, aby deti sedeli pri televízii a boli neustále prekvapované. Intervaly medzi týmito zvratmi sú krátke, zhruba iba 35 sekúnd. Ak dieťa pozerá veľa takýchto programov, stráca spôsobilosť koncentrovať sa na udalosti, kde takýto zvrat nie je (napr. vyučovanie v škole, dlhodobá záujmová činnosť atď.). Dochádza **k narušeniu hodnoty autentických osobných zážitkov:** deti strácajú citlivosť pre zážitky, ktoré môžu samy prežiť, je pre ne príťažlivejšie prežívať zážitky prostredníctvom televízie, teda prežívať niečo skrze niekoho iného. Je narušený vývoj osobnej identity a strácajú zmysel pre vlastný život. Nesmieme zabúdať, že ponuka programov pre deti podnecuje aj agresívne sklony. **Redukcia reči na primitívne, započuté dialógy:** potláča sa spôsobilosť hovoriť rozvinutou rečou, hovoriť úctivo, vedieť počúvať druhých a ich názory a vedieť argumentovať a prijímať argumenty druhých. Programy si deti vynucujú podľa toho, čo je aktuálne v móde, pretože vtedy to pozerajú všetci spolužiaci, kamaráti a pod. Dochádza **k napodobňovaniu a identifikácii.** (Helus, 2004)

Televízia upútava vo veľkej miere pozornosť a formuje pocity, je teda silným nástrojom morálnej výchovy. Deti si túto skutočnosť neuvedomujú, pokiaľ ich rodičia alebo učitelia nepovedú k morálnej reflexii. Televízia nepredkladá nijaký ucelený morálny názor, skrýva sa za ňou emocionálna manipulácia. Je nástrojom zisku, a preto je ľahostajná k základným ľudským hodnotám, ktoré priťahujú pozornosť ľudí. (Zasepa, 2002)

**Výchovné pôsobenie televíznej obrazovky** sa zameriava na pozitívnu komunikáciu s dieťaťom, ktoré najskôr vníma pohyb v súčinnosti so zvukom, až potom celok. Svoj záujem vyjadruje citovým zaujatím. Ak ho obsah zaujíma, má radosť a potešenie z tvorivého elementu formujúceho svet postáv, ale umožňuje mu aj stotožnenie sa s nimi. Deti najviac upútajú veselé a humorné scény. Reagujú s nadšením a smiechom, smiech je prejav detského zdravia. S postupne sa rozvíjajúcim vnímaním obsahu sa dieťa samo vyjadruje pohybom, hrou, grafickými prejavmi, rozhovormi, vytvára si k televízii postoje a aktívny návyk sledovania televízneho programu. V poslednom období prevzala televízia dôležitú úlohu v procese **socializácie dieťaťa**. Jeho sociálne návyky sú ovplyvnené tým, čo sleduje v televízii a v iných médiách. Jednou z foriem socializácie dieťaťa je napodobňovanie modelov, vzorov z televízneho vysielania. Dieťa sa ponára hlboko do deja a do správania sa niektorých hrdinov, veľmi intenzívne ho citovo prežíva, a tým sa u neho výrazne prejavuje empatia, identifikuje sa s nimi v správaní a myslení. V predškolskom veku dieťa imituje vzory nezámerne, mimovoľne. Prenos zo sledovaného programu sa veľmi často prejavuje v hre. Situácie z rozprávok, bábkových príbehov si prepracuje do vlastnej hry a sekundárne preberá aj mravné vlastnosti. (Uváčková, 2001)

V súčasnosti deti nevedia presne ohodnotiť vlastnosti postáv, ktoré sledujú v televízii. Nie je vždy jednoznačne zrejmé, či daná postava vystupuje v príbehu ako kladná alebo ako záporná. Príkladom je rozprávka Tom a Jerry. Tieto postavy sú všeobecne známe, vyvolávajú v nás smiech. Ich správanie je však plné násillia a agresivity. Skoro v každej časti sú bitky, naháňačky, ich telá sú deformované, dokonca sú oddelené časti tela od seba. Problém je v tom, že ich telá sú v krátkom čase vrátené do pôvodného stavu a fungujú, akoby sa nič nestalo. V tejto rozprávke sa nedá povedať, kto je ten dobrý, či Tom, alebo Jerry, obidvaja sa k sebe správajú agresívne. (Martínek, 2009)

Vágnerová (2005) konštatuje, že mediálne príbehy môžu byť odlišne vnímané a interpretované. Dieťa sa identifikuje s postavami, ktoré sa mu nejakým spôsobom podobajú a pripomínajú mu jeho vlastný život, najlepšie z pozitívnej stránky. Pomocou mediálneho príbehu nadväzuje dieťa na vlastnú rolu. Identifikuje sa s ideálom, čo mu umožňuje dosiahnuť niečo, čo mu nie je v skutočnosti dostupné. Vie tak uspokojiť potrebu, ktorá nie je v skutočnom živote zatiaľ uspokojená. Môže mať potrebu identifikovať sa s negatívne hodnotenou postavou, ktorá nedodržiava normy a robí všeobecne zakázané veci. Prežíva niečo, čo by v skutočnosti nešlo a dieťa to vie.

V prostredí materskej školy považujeme za prioritné ukázať dieťaťu, že sledovanie televízie môže byť aktívnym, nielen pasívnym zážitkom. Môže sa to dosiahnuť opakovaním slov a slovných spojení, ktoré počuje počas relácie, jeho povzbudzovaním k tomu, aby spievalo a tancovalo spolu s postavami, alebo dialógom o tom, čo vidí

a počuje.

Ponúkame rady, ktoré prispievajú k eliminácii negatívneho vplyvu na dieťa, praktizovateľné v rodine aj v predškolskom zariadení:

- **Výber relácií v televízii:** výber online hodnotenia programov, je dôležité vyhľadať tie, ktoré sú primerané veku vášho dieťaťa a stupňu jeho rozvoja. Namiesto toho, aby ste verili v šťastie, že nájdete niečo vhodné, majte poruke zásobu nahratých programov a videí, o ktorých spoľahlivo viete, že sú pútavé, didaktické a inšpiratívne. Keď sa program, ktorý ste si vybrali, skončí, televízor vypnite.
- **Spoločné sledovanie televízie:** malé deti často napodobňujú, čo vidia a počujú v televízii. Netreba sa báť klásť im otázky, ktoré ich povzbudia k tomu, aby si vymysleli vlastné dialógy alebo zmenili zápletku. Tu je niekoľko spôsobov, ako začať rozhovor o televíznom programe: Čo sa stalo na začiatku filmu? Ktorou postavou by si chcel byť? Ak by si mohol vytvoriť nový príbeh s rovnakými postavami, ako by sa tvoj príbeh skončil?
- **Striedanie času sledovania televízie a hry:** dôležité je vymedziť čas, ktorý dieťa strávi pred televízorom. Toto mu zaručí neprerušovaný čas, ktorý môže stráviť s vami, hrou s rovesníkmi alebo skúmaním okolia. Využiť sa môžu hudobné aspekty programu alebo fyzické vlastnosti postavy a povzbudzovanie k tomu, aby tancovalo, skákalo, tliekalo, nielen ticho sedelo a sledovalo.
- **Využitie televíznych programov na rozvoj zručností poslucháča:** premeniť televíziu na hru o počúvaní: Počas sledovania známeho programu alebo filmu požiadajte dieťa, aby sa televízii otočilo chrbtom. Keď známa postava začne rozprávať alebo spievať, požiadajte dieťa, aby postavu identifikovalo len na základe počutia.
- **Selektovanie programov obsahujúcich násilie:** keď dieťa vidí, že niektorá postava rieši problém napr. bitkou či kopnutím, upozornite na to ako na niečo, čo sa nemá robiť. Ponúknuť alternatívny spôsob riešenia: „Namiesto toho, že svoju sestru udrel, mohol ju chlapec radšej poprosiť, aby ho prestala otravovať.“
- **Objasnenie a porovnanie obsahov v televízii s realitou:** ak dieťa imituje niečo, čo robí televízna postava, je dobré ho na to upozorniť: Aj keď kreslené postavičky po nehode idú ďalej, skokom z hojdačky si môžeš naozaj ublížiť. (Zdroj: <http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media>)

Už v predškolskom veku si deti v rozhovoroch vymieňajú informácie o obsahu sledovaných relácií, čo ich vedie k aktívnej verbálnej skúsenosti, precvičovaniu pamäti a myšlienkových pochodov. Televízia má veľký vplyv na rozvoj prosociálneho správania.

**Prosociálne správanie** charakterizuje pozitívne spôsobilosti a vlastnosti, ktoré televízia



vhodnými programami rozvíja: úcta k sebe, počúvanie, úsmev, pozdrav, poďakovanie, pozitívne hodnotenie správania druhých, pochvala, vyjadrenie vlastných citov, pomoc, darovanie, delenie, interpersonálna a sociálna empatia, rozlišovanie dobra a zla. Televízne vysielanie pre deti predškolského veku ich vychováva aj esteticky. **Estetické čítanie** vychádza z celkových zážitkov, ktoré sú deťom blízke, a dáva im egomorfný výklad, teda taký, ktorý sa vzťahuje k nim samým. Zaujímavý je rytmus diela, zvučnosť slova, rozloženie svetla a tieňa. Televízia vychováva dieťa aj **emocionálne**, predkladá mu jednoduché typy hrdinov, vedie ho k uvedomovaniu si vzťahov medzi nimi, poznáva česťnosť, statočnosť, dobro, zlo, odvahu a iné. Tým, že je priamo aktívnym účastníkom deja, stotožňuje sa s postavami, ktoré bojujú za spravodlivosť, dobro, slobodu, spolu s nimi cíti, trápi sa a teší. Z výchovného hľadiska spočíva hodnota televízneho vysielania aj v tom, že pomáha vychovávať ľudskosť, schopnosť človeka precíťovať cudzie nešťastie, tešiť sa z radosti iných, prežívať cudzí osud ako svoj. Tieto hodnoty pomáhajú pri utváraní kladných čŕt charakteru. (Uváčková, 2001)

### **Násilie v televízii a jeho vplyv na dieťa**

V súčasnosti sa stretávame s rôznymi názormi na vplyv televízie na agresívne správanie detí a mládeže. Myslíme si, že práve na tieto dve skupiny by mali byť zamerané aktivity a projekty, aby dokázali selektívne a s mierou využívať účinky sledovania televízie, aby sa vedeli orientovať viac v reálnom živote ako vo virtuálnom svete, ktorým riešia svoje problémy a neistoty a ktorý ich odvádza od iných, aktívnejších činností.

Príťažlivosť televízie pre dieťa vyplýva z jej hlavných čŕt. Je mu prístupná, umožňuje mu vniknúť do tajomstva mnohých ešte nepochopiteľných udalostí a situácií, spoznávať svet a ľudí a uspokojuje jeho potreby v oblasti snov a fantázie. Dlhodobé sledovanie televízie vedie k pasívnemu spôsobu života, umožňuje útek z reálneho sveta do sveta fantázie, znižuje možnosť vzájomnej komunikácie v rodine, zhoršuje zrak, vedie k obezite, k chorobám chrčtice. Deti sa pod vplyvom návykového sledovania televízie stávajú menej tvorivé, menej aktívne, pretože ich učí pasívne prijímať hotové myšlienky a city a nevytvárať si vlastné. Fenomén návykového sledovania televízie má mimoriadne nepriaznivé dôsledky najmä na deti predškolského veku, ktoré nemajú kritický úsudok, ktorým by dokázali rozlíšiť v programoch skutočné od neskutočného. Sledovanie televíznych programov obsahujúcich násilie ovplyvňuje nielen násilie samotné, ale aj hodnotový systém, dôveru v iných ľudí a názory. Pridlhé sledovanie televíznych programov má za následok zníženie schopnosti sústrediť pozornosť, slabo rozvinutú schopnosť čítať, nezáujem o literatúru, knihy a neskôr podceňovanie hodnoty čítania. S tým súvisí aj obmedzená schopnosť abstraktného myslenia. (Uváčková, 2001)

Psychológ J. Vyhňálek vo svojom článku uvádza, že: „... *časté sledovanie násilných programov v médiách vedie k ochudobneniu rozumového vývoja dieťaťa predovšetkým svojím vplyvom na detskú hru. Hra má prvotný význam pre vývoj všetkých zložiek dieťaťa v predškolskom veku. Dieťa sa prostredníctvom hry ocitá v bezpečnom svete, kde je všetko „len akože“ a zoznamuje sa v nej so svojimi emóciami, so zmyslom sveta okolo seba, so spôsobmi komunikácie, učí sa používať fantáziu, tvorivosť, vytvára si a prežíva príbehy, ktoré majú veľký význam pre integritu jeho budúcej identity. Hra, ovplyvnená násilnými programami, je málo tvorivá, zredukovaná na napodobňovanie násilných úkonov a mimiky hrdinov, alebo má dejovo, jazykovo a významovo veľmi nedostatočné scény. Násilné riešenia, ktorým učí, sú svojou impulzívnosťou často protikladom riešenia premysleného, rozvíjajúceho rozumové schopnosti.*“ (Zdroj: <http://ao-institut.sk/texty/Mozek/17-napodobovaci-pud-deti.html>)

Rodinný spôsob sledovania televízie má pozitívny význam pre rodinné vzťahy. Vplýva na formovanie svetonázoru detí na základe diskusií a výmeny názorov. Je to účinný spôsob formovania správneho selektívneho postoja k televíznym programom. Dieťa podporované a sprevádzané trpezlivými rodičmi dokáže postupne samo prísť k správnym záverom. Rodičia by mali sami premýšľať o svojich vlastných postojoch k médiám, pretože jestvuje nebezpečenstvo, že televízia sa stane ľahkým a nenáročným spôsobom trávenie voľného času detí, a tak sa stane ich náhradným vychovávateľom, dodatočnou opatrovatelkou. Je to nebezpečný spôsob trávenia voľného času dieťaťa a môže mať negatívne dôsledky (Zasepa, Olekšák, 2008):

- Vznik návyku sledovania televízie u detí.
- Trávenie času pri iných masmédiách.
- Uvoľnenie kontaktov s rodičmi.
- Zánik dôvery a pocitu autority u detí vo vzťahu k rodičom.
- Ohraničená možnosť psychomotorického rozvoja spôsobená neustálym vysedávaním pred televízorom a pasívnym spôsobom života.
- Skúsenosti dieťaťa sú úbohejšie ako u detí, ktoré trávia čas s rodičmi.

Dieťa predškolského veku ešte nevidí rozdiel medzi fikciou a realitou a nadobúda dojem, že to, čo videlo, je skutočnosť. Kontakt s násilným konaním v televízii zvyšuje pravdepodobnosť, že sa bude bezprostredne po tomto kontakte správať agresívne. Súčasne platí, že deti možno viesť k menšej agresivite, keď sa im premietajú filmy s prosociálnymi modelmi správania. Je nevyhnutné predkladať deťom také vzory, ktoré by boli esteticky a eticky na primeranej spoločenskej úrovni. (Uváčková, 2001)

### **Animovaný film a rozprávky v televízii**

Animovaný film umožňuje ľahký prechod od reality k fantázii. Otvára deťom ich svet poznania. Postavičky, zvieratá, veci, všetky bytosti rozprávkového sveta ožívajú a získavajú ľudský rozmer. Majú svoje charaktery, zažívajú rôzne situácie. Dieťa sa zamýšľa nad ich konaním, vzbudzujú v ňom dôveru, stotožňuje sa s prezentovanými hodnotami. Personifikované zvieratá, veci majú základné charakterové vlastnosti ako pomôcť druhému, pochopiť charaktery, majú morálne kvality. Dieťa v rámci nich hodnotí aj samo seba. Jeho prepojenie na televízne médium je oveľa intenzívnejšie, vizuálno-auditívne modely naň pôsobia viac ako čokoľvek iné. Vplyv večerníčka spočíva v harmonizovaní a uspokojovaní dieťaťa pred spánkom so snahou vyhnúť sa nežiaducim podnetom. Pohyb, animácia a oživenie sú hlavnými znakmi každej situácie a využívajú sa ako základný výrazový prostriedok pre charakter postavy. Dieťa sa s nimi stotožňuje, prežíva utrpenie, spolu s nimi víťazí. Pre tvorcov animovaných rozprávok je dôležité poznať kľúčové aspekty vývinu dieťaťa predškolského veku, jeho intenzitu prežívania, empatiu, imitáciu vzorov a socializáciu. Aj napätie a strach pozitívne podporujú vnímanie dieťaťa. (Uváčková, 2001)

Rozprávka je základom animovanej tvorby pre najmenších, je cieľená na rozvíjajúcu sa osobnosť malého diváka, je mu blízka, pretože čokoľvek sa v nej deje, končí sa dobre, záporná postava je vždy porazená, potrestaná. Deti, ponechané na vlastnú invenciu, nie sú vždy schopné dobrý záver dotvoriť, čo môže pozitívne alebo negatívne ovplyvniť ich ďalší prístup k životu. V rozprávke sa orientujú ľahšie než v reálnom svete a práve v tom spočíva nebezpečenstvo vplyvu televízie. K rozprávkam na televíznej obrazovke existuje množstvo výhrad, niektoré vzbudzujú neobvyčajné reakcie. Dieťa sa nebadane stotožňuje s postavami, ktoré pôsobia sebavedomo, naháňajú sa, stupňujú svoje údery, fyzické útoky. (Minichová, 1997)

Niektorí rodičia sa obávajú, že častým sledovaním rozprávok dieťa príliš podľahne fantázii a uverí v čarovné sily. Ďalšou výhradou je to, že vzbudzujú v ňom strach a hrôzu, sklony k ničeniu a surovosti. Rozprávka vo svojej podstate dáva dieťaťu to, čo najviac potrebuje, pomocou predstavivosti získava obrazy, ktoré mu umožňujú pochopiť, čo je preň najpodstatnejšie, ukazuje mu, kam a akým spôsobom má smerovať. (Chlebík, Chlebíková, 1997)

Pastirčák (1997) sa vo svojom príspevku o rozprávkach na televíznej obrazovke zamýšľa nad skrytým násilím, ktorým je lož v rozprávke. My dospelí si myslíme, že dieťa neunesie tvrdú pravdu a cítime sa povolaní mu túto pravdu podať ružovo, aby sa nesklamalo, aby necítilo bolesť. Moderný detský šoubiznis upiera deťom právo na pravdu. Sladké hollywoodské šťastné konce smerujú k iluzívnemu vnímaniu života, sveta, v ktorom sa nás cudzie utrpenie netýka, sveta bez problémov, v ktorom sa dá

dosiahnuť všetko, čo si zažiadame, a to bez obetí a utrpení.

Dieťa si situácie z rozprávok prenáša do vlastnej hry, v ktorej sa vyjadruje slovami z rozprávok a prezentuje mravné vlastnosti. Deti v predškolskom veku komunikujú medzi sebou o obsahu sledovaných relácií, v hrách si rozdeľujú roly postáv. Už tu sa začína obdobie, keď sledujú seriál všetci, a kto ho nevidel, je zo skupiny detí akoby vylúčený. (Kmínková, 1997)

Rozprávky v televízii, v knihách a v časopisoch sú pre deti morálnou istotou v tom, že spravodlivosť a dobro vždy zvíťazia. Ich vnímaním si môžu osvojiť rôzne morálne hodnoty ako pracovitosť, skromnosť, pravdovravnosť, cieľavedomosť, ochotu pomáhať slabším. Majú možnosť porovnávať a charakterizovať jednotlivé postavy, rozlišovať kladných a záporných hrdinov. Automaticky sa vžívajú do roly kladnej postavy a prežívajú s ňou rôzne prekážky (napr. Popoluška). V tomto momente môžeme povedať, že rozprávka má výchovný vplyv na dieťa. Avšak nie v každej rozprávke má hlavný hrdina kladné charakterové vlastnosti. Napríklad v rozprávke Vlk a sedem kozliatok je hlavná postava prefíkaná, klame, podvádza. Deti majú možnosť zistiť, ako sú tieto negatívne črty potrestané. Dôležité je rozprávať sa s nimi, analyzovať, premýšľať, brať do úvahy aj rôzne okolnosti, prečo postavy konajú práve takým spôsobom. Postupne sa učia vytvárať si vlastný názor. Učiteľka v materskej škole môže niektoré modely správania preniesť z rozprávky aj do reálneho sveta (napr. pri riešení konfliktov medzi deťmi). Rozprávky prezentované médiami sa často stávajú témami hier, učiteľke slúžia ako prostriedok rozvíjania poznania (napr. rozprávkou Traja chrobáci, ktorá je dostupná na internete, rozvíja u detí poznatky o hmyze, o predmetoch a ich vlastnostiach a pod.). Učiteľka si pripraví rôzne otázky, ktorými navodzuje u detí uvažovanie a reflexiu. Deti rozmýšľajú a hodnotia, čo robili hlavné postavy v rozprávke, prečo a akým spôsobom. Vyjadrujú zároveň aj svoje pocity.

#### **2.4 Vplyv reklamy na dieťa predškolského veku**

V poslednom období sa reklama čoraz viac dostáva do podnikateľského povedomia ako jeden z najdôležitejších nástrojov marketingovej komunikácie. Jej obrovský nárast je spojený s rozvíjaním medzinárodného obchodu, rozvojom obchodu so značkovým tovarom a s rozširovaním sortimentu tovarov a služieb. Reklame sme dnes vystavení na každom kroku – doma, v práci či na ulici. Stala sa neoddeliteľnou súčasťou nášho života, ovplyvňuje naše emócie a manipuluje inštinkty. Prostredníctvom zaujímavých nápadov sa výrobcovia spoločne s reklamnými agentúrami snažia vyvolať v nás potreby, presvedčiť nás, že iba ich produkt je ten správny, a donútiť nás k nákupu. Dospelí majú s reklamou dostatok skúseností, ich spotrebiteľské správanie je ňou ovplyvnené len do určitej miery. Naopak, deti reklame veria a sú ľahko manipulovateľné, reklama často formuje ich spotrebiteľské správanie, ktoré si prenesú do dospelosti.

V minulosti marketingoví pracovníci považovali deti za budúcich spotrebiteľov, ktorí si svoje peniažky sporili, preto im v reklamách nevenovali príliš veľkú pozornosť. Toto myslenie sa výrazne zmenilo v posledných dvoch desaťročiach a na deti sa začalo pozeráť ako na cieľovú skupinu, ktorá je schopná ovplyvniť spotrebiteľské správanie svojich rodín, čím sa stali vhodným potenciálnym trhom pre výrobcov a „marketérov“, ktorí im začali venovať náležitú pozornosť.

Reklama patrí k najrozšírenejším nástrojom ovplyvňovania kupujúcich a rozšírila sa do všetkých oblastí spoločenského života. Ovplyvňuje správanie spotrebiteľov, upútava ich pozornosť, vyvoláva túžbu mať ponúkaný tovar. Je dôležité, aby rešpektovala etické zásady, normy a hodnoty, vtedy je spoločensky akceptovateľná. V súčasnosti sú deti pod silným vplyvom reklamy. Je veľmi nebezpečné, ak reklama pôsobí na psychiku detí, pretože ony ešte na základe svojich skúseností nedokážu odlíšiť medzi zdanlivým a reálnym, podstatným a nepodstatným, medzi obsahom a formou. (Hroncová, 2004)

Veľmi často sa produkty vyrábajú a obchody navrhujú tak, aby zvlášť zaujali deti. Môžeme sa akokoľvek snažiť, nepodarí sa nám zabrániť tomu, aby naše dieťa videlo reklamy a produkty, ale pre nás je dôležité, že môžeme zmierniť ich vplyv. Cieľom je viesť dieťa k tomu, aby uvažovalo nad tým, čo si želá, namiesto toho, aby si okamžite žiadalo, čo vidí. Nie je to jednoduchá úloha, vyžaduje si dostatok trpezlivosti a tvorivého myslenia. Pred vstupom do obchodu je dôležité vysvetliť mu, čo smie a čo nesmie nakupovať, to nám pomôže usmerniť jeho očakávania. Môžeme si spoločne s dieťaťom viesť zoznam prání. Reklamu môžeme pri sledovaní stíšiť a odvieť pozornosť alebo jej odporovať a viesť dialóg. (Zdroj: <http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/televizia-a-filmy/predskolaci/>)

Deti sú pre zadávateľov reklamy väčšinou cieľovou skupinou. Predškolský vek je z hľadiska vplyvu reklamy najťažší. Dieťa spoznáva, rozhoduje a niekedy uvažuje o tom, čo chce. Väčšinou je to všetko, čo je farebné, čo najviac reklamujú v televízii. Deti dokážu najviac ovplyvniť nákupné správanie rodiny. Sú veľmi citlivé na reklamu. Stretávajú sa s ňou všade. Ich oči a uši iba vnímajú niečo krásne, čo doma ešte nemajú, a čo naozaj, ale skutočne naozaj potrebujú. Je to pre ne prirodzené. Nevedia ešte rozlíšiť to, čo potrebujú, od toho, čo chcú.

Deti sú špecifická cieľová skupina, zvláštna z hľadiska pôsobenia hlavne preto, že je citlivá na podnety emocionálnej povahy, nemá dostatok skúseností a môže si tak zamieňať fikciu s realitou. Aj tu existujú rozdiely v jednotlivých vekových skupinách detí. Už okolo troch rokov sa u nich prejavuje súťaživosť, takže aj deti predškolského veku dokážu byť neodbytné, keď chcú niečo, čo majú ich kamaráti. Vekové obdobie do dvanásť rokov môžeme označiť ako štádium sociálnej identity, v ktorom si dieťa hľadá svoje vlastné miesto vo svete, predovšetkým medzi vrstovníkmi.

Zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách definuje reklamu ako akékoľvek verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu vrátane vlastnej propagácie, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný objednávatelom reklamy alebo vysielateľom. Vysielaná reklama nesmie porušovať slobodu a rovnosť v dôstojnosti a právach ľudí a vyvolávať u nich pocit strachu, obsahovať diskrimináciu na základe pohlavia, rasy, farby pleti, jazyka, útočiť na vieru a náboženstvo, politické alebo iné zmýšľanie, nabádať na konanie, ktorým sa poškodzuje a ohrozuje zdravie alebo poškodzuje životné prostredie. Vysielateľ je povinný zabezpečiť, aby vysielaná reklama bola čestná a slušná, nepoškodzovala záujmy spotrebiteľov a nezneužívala ich dôveru. V zmysle zákona o reklame je vysielateľ povinný zabezpečiť, aby vysielaná reklama nemohla ohroziť fyzický, psychický alebo morálny vývin maloletých alebo narušiť ich duševné zdravie alebo emocionálny stav. Vysielaná reklama nesmie:

- priamo vyzývať maloletých na zakúpenie tovaru alebo služby tak, že zneužije ich neskúsenosť a dôverčivosť,
- priamo nabádať maloletých, aby presviedčali svojich rodičov alebo iné osoby o potrebe kúpiť im ponúkané výrobky alebo služby,
- zneužívať osobitú dôveru maloletých voči rodičom, učiteľom alebo iným osobám,
- bezdôvodne zobrazovať maloletých v nebezpečných situáciách,
- nabádať maloletých na nákup tovarov, ktorých predaj sa týmto osobám zakazuje.

(Zdroj: zákon o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov č. 147/2001 Z. z.)

Zadávatelia reklamy majú k dispozícii množstvo metód, ako motivovať zákazníka, aby si kúpil daný produkt. Veľakrát to, čo predávajú, je životný štýl a imidž, nie produkt samotný. Tradičné postupy v televíznej reklame obsahujú opakovanie, zdôrazňovanie charakteru značiek, chytľavé a zaujímavé vlastnosti produktu, status celebrít a rôzne iné bonusy. Medzi základné reklamné stratégie cielené na deti môžeme zaradiť:

- **Perfektné deti:** deti prezentované v reklamách sú staršie a „lepšie“ ako deti v cieľovej skupine, ktorej je reklama adresovaná. Deti v reklame sú jedinečné, perfektné, majú štýlové oblečenie, hračky. Úlohou je docieľiť, aby si deti pri prijímačoch uvedomili, že chcú byť také ako deti v reklame.
- **Medové motúzy:** ide o reklamu, ktorá diváka vtiahne do deja, navodí výbornú atmosféru. Prijímatelia reklamy sú priťahovaní produktom, jeho vlastnosťami, ktoré poskytnú uspokojenie túžob.

- **Radost v rodine:** v reklame je demonštrovaná rola šťastnej a spokojnej rodiny. Členovia rodiny sú prezentovaní, ako využívajú produkt, ako trávia čas, prípadne ako daný produkt stmeluje rodinu.
- **Vzrušenie**
- **Sila celebrity**
- **Kreslené postavičky**
- **Hudba**
- **Životné situácie**

(Zdroj: <http://www.media-awareness.ca/english/index.cfm>)

Väčšina detí pozná z reklamy produkty a značky a taktiež vie, ktoré z týchto produktov chce. V dnešnej dobe sú deti tie, ktoré rozhodujú, a rodičia tými, ktorí obstarávajú. Pri využívaní reklamy je kľúčovým prvkom výchova v rodine. Úlohou rodičov je objasniť podstatu reklamy vhodnou komunikáciou. U mladších detí je potrebné, aby pochopili, že nie všetko, čo vidia v reklame, je pravda.

Faktory podporujúce obľúbenosť reklamy medzi deťmi podľa Hroncovej (2004):

- **Opakovanie reklamy v rovnakom čase:** stáva sa súčasťou denného režimu dieťaťa.
- **Spracovanie reklamy:** emocionalita, dejovosť, ktorá je podnetom na intenzívne prežívanie.
- **Zápletká:** je jednoduchá, propagujúci produkt vyrieši dieťaťu existujúci problém, čo prináša uspokojenie a radosť, dieťa si vytvára citový vzťah k výrobku.
- **Únik od reality:** únik do zázračného sveta sa negatívne prejavuje na schopnosti rozlišovať základné hodnoty.

Výskumy detskej televíznej reklamy uvádzajú jej schopnosť pritiahnúť pozornosť detí. Čím sú staršie, schopnosť reklamy upútať ich pozornosť klesá. Deti venujú reklame viac pozornosti, ak ju sledujú samy a nevykonávajú pritom inú činnosť. Využívanie kreslených postavičiek v reklame upútava detskú pozornosť, ale dieťa predškolského veku nemá vyvinutú schopnosť rozlíšiť medzi reklamou a programom. Reklama vo veľkej miere prispieva k ovplyvňovaniu túžob detí, ale nie je jediným faktorom. Medzi ďalšie faktory patrí vek detí, sociálne, ekonomické a kultúrne prostredie, vplyv rovesníkov, vzdelanostná úroveň rodičov a periodicita sledovania reklamy. Výsledky výskumov potvrdili, že aj keď existuje hypotéza, že reklama ovplyvňuje sklon detí k spotrebe a k materializmu, nie je možné ju empiricky dokázať.

Reklama nie je vo svojej podstate ani dobrá, ani zlá, je nástrojom, ktorý môže človek

využívať dobre – pozitívne aspekty reklamy, kladné pôsobenie na oblasti ľudského života a na medziľudské vzťahy, alebo zle – je používaná na zlé ciele, a tým škodlivo vplýva na jednotlivcov a na spoločnosť (Zasepa, 2002).

## 2.5 Vplyv internetu na dieťa predškolského veku

Internet je médium, ktoré v súčasnosti zaznamenáva svoj najväčší rozvoj, stáva sa dostupným čoraz väčšiemu okruhu obyvateľstva. Deťom slúži ako zdroj informácií, na prehlbovanie kontaktov a spojenie s celým svetom, na učenie a zábavu. Poskytuje navyše možnosť anonymne sa pohybovať vo virtuálnom svete, ktorý je pre mnohé deti únikom od reálneho života. Od prvého oboznámenia sa s internetom sa odvíjajú základy pre budúce používanie aj pre dobré návyky dieťaťa. Deťom v predškolskom veku vyhovujú stereotypné postupy a sú ideálnou cestou, ako v malých deťoch vypestovať návyky bezpečného používania internetu. Hry na internete podporujú u detí tvorivosť, rozvíjajú ich sebavedomie, kognitívnu stránku, pri hre môžu zažiť úspech, ktorý im v reálnom svete chýba. Dáva im pocit, že môžu zasahovať a ovplyvňovať mnoho vecí. Deti predškolského veku nemajú schopnosť pochopiť informácie dostupné na internete, napr. odlíšiť reklamu od skutočného obsahu stránky.

Dôležité je, aby rodičia svoje deti pri práci s počítačom a najmä s internetom kontrolovali, pretože môžu vidieť informácie, ktoré sú pre deti nevhodné. Na internete majú deti prístup k rôznym hrám, ktoré u nich podporujú logické myslenie, precvičujú prsty a ich postreh. Existujú hry, prostredníctvom ktorých sa deti učia poznávať farby, geometrické tvary, pomocou klávesnice znaky abecedy, čísla. Pomocou myši sa učia kresliť a rozvíjajú si tak jemnú motoriku a cit v rukách. Môžu spoznávať rôzne časti sveta, zvieratá, vesmír, čo má pozitívny vplyv na ich kognitívny vývin. (Kulan, In Trubíniová a kol., 2007)

Časté a dlhé sedenie pri počítači spôsobuje zdravotné problémy: bolesti hlavy, svalovo-kostrové ochorenia, sklon k obezite, spustenie mechanizmov epilepsie, poruchy zraku. Dieťa si pomocou internetu vytvára svoj svet a stáva sa pasívnym konzumentom, čo má za následok psychické problémy. Môžu sa prejavovať komunikačné problémy, dieťa sa uzatvára do vlastného sveta, klesá jeho komunikácia s rodinou. Chradne detská fantázia a predstavivosť. Môžu nastať problémy s koncentráciou. Ak nemá dieťa vytvorené pozitívne mravné vedomie, preberá správanie z virtuálneho sveta, čo môže mať za následok zmenu správania, ktorá môže smerovať k agresivite. Závislosť od internetu sa prejavuje surfovaním len tak, z nudy, dieťa nevyhľadáva konkrétne stránky, ale bez záujmu skúša niečo nové. (Majherová, In Trubíniová a kol., 2007)

Internet poskytuje mnoho informácií, vedomostí, pozitívnych skúseností, je to samo-



edukačný prostriedok. Na internetových stránkach sa nachádza množstvo dobrých, ale aj zlých vecí. Niektoré informácie môžu byť zdraviu škodlivé. Hlavnou úlohou pre dospelých je preto hľadať viac vedomostí, zručností a informácií týkajúcich sa bezpečnosti internetu. (Stašenková a kol., 2007)

Celoeurópskym trendom je posúvať prevenciu k nižšieho veku, aby boli deti informované o ohrozeniach virtuálneho priestoru ešte predtým, než sa s nimi stretnú. Je veľmi dôležité učiť deti kriticky rozmyšľať, aby mohli posúdiť, čomu alebo komu môžu vo virtuálnom svete dôverovať. Z tohto dôvodu vznikol z iniciatívy mimovládnej organizácie eSlovensko, o. z., rozprávkový seriál OVCE. sk. Rozprávky sú súčasťou projektu Zodpovedne.sk., ktorý sa zameriava na šírenie osvedčenej o bezpečnom používaní internetu a mobilných telefónov, informuje o rizikách virtuálneho priestoru a v tejto oblasti poskytuje aj poradenstvo. Najdôležitejšou úlohou v rámci prevencie je naučiť deti, ako používať moderné technológie bezpečne a zodpovedne. Dôležité je viesť ich aj ku kritickému mysleniu, aby vedeli posúdiť, ktoré informácie sú pravdivé a ktoré nepravdivé, čomu alebo komu môžu vo virtuálnom prostredí dôverovať. Tiež je dôležité učiť deti odolávať nátlaku jednotlivca alebo skupiny, aj keď ide o anonymnú skupinu vo virtuálnom svete. V prevencii je dôležité zamerať sa na výchovu, ktorá by mala smerovať k vhodnému správaniu sa vo virtuálnom svete. Primárnou cieľovou skupinou rozprávok OVCE. sk sú deti v mladšom školskom veku, avšak s istými úpravami sa aktivity dajú využívať aj u detí v predškolskom veku. (Zdroj: [http://sheeplive.eu/sites/default/files/prirucka\\_ucitelia\\_a4.pdf](http://sheeplive.eu/sites/default/files/prirucka_ucitelia_a4.pdf))

## 2.6 Deti a mobilné telefóny

Mobilné telefóny si už našli cestu ku každému a výnimkou nie sú ani deti. Často dostanú svoj prvý mobil pri nástupe do školy, v niektorých prípadoch dokonca aj skôr. Za nepopierateľnými výhodami vlastníctva mobilu a neustáleho dosahu sa však skrývajú aj mnohé nástrahy. Farebný displej a určitá miera jeho vybavenosti však so sebou nesú aj mnoho záporov. Pre malé dieťa sa mobil stáva hračkou a je len na rodičoch, aby adekvátne obmedzili jeho používanie. Takýto spôsob zábavy sa môže postupne presadzovať na úkor klasických spôsobov trávenia voľného času. Mobilné telefóny môžeme dnes vidieť u čoraz mladších detí. Za pozitívny fakt to však označiť nemôžeme. Iste je v mnohých prípadoch nutná komunikácia a prípadná dohoda medzi vyťaženým rodičom a dieťaťom aj na diaľku, avšak kombinácia v zmysle mobil a 6- až 7-ročné dieťa však nie je zvyčajne príliš úspešná. Deti sa tak zbytočne môžu stať ľahkým terčom zlodeja, prípadne telefón ľahko stratia. (Zdroj: <http://mobilmania.azet.sk/clanky/deti-a-mobily-vhodna-kombinacia/sc-3-a-108284/default.aspx>)

## 2.7 Deti a počítačové hry

Počítačové hry sú obľúbenou formou zábavy a oddychu nielen detí, ale aj dospelých, keďže umožňujú aktívne zapojenie sa do deja. Hry môžu mať na deti tak pozitívny, ako i negatívny vplyv. Tie, ktoré sú presýtené násilím a jednoduchými riešeniami problémov, môžu u detí evokovať tendenciu skúsiť takéto riešenia (napríklad fyzický útok i v reálnom živote). Na druhej strane však existujú hry pre deti predškolského veku, ktoré majú výrazný vzdelávací potenciál a prispievajú k rozvoju myslenia, pohotovosti i tvorivosti. Okrem rozvoja počítačových zručností majú počítačové hry veľa ďalších pozitívnych vplyvov. Riešenie úloh a rozhodovanie v hrách prispieva k rozvoju samostatnosti dieťaťa, v skupinových hrách sa zase učí spolupracovať s ostatnými. Pri dynamických a akčných hrách sa rozvíja koordinácia pohybov oka a ruky, ako aj jemná motorika a pozornosť. Pri pohybe v online svetoch sa dieťa učí lepšej orientácii v priestore. V neposlednom rade sa dajú hry použiť ako nástroj učenia. Počítačové hry naučia dieťa spustiť počítač, spustiť program, poradiť si, ak niečo nefunguje. Rozvíjajú jazykové a komunikačné schopnosti, ďalej schopnosti, ako je pamäť, pohotovosť, schopnosť rýchlo sa rozhodnúť, priestorové videnie.

Počítačové hry s prvkami násilia majú pre deti negatívne dôsledky. Zvyšujú tep, krvný tlak, hladiny adrenalínu a testosterónu. Počas hry je fyziologický stav hráča podobný stavu osoby počas boja. Hranie takýchto hier zvyšuje hráčovo vnímanie nepriateľstva zo strany jeho blízkych. Ďalším negatívom je sociálne riziko počítača. Dieťa je odkázané len na počítač, môže byť ochudobnené o životne dôležité skúsenosti. Časté a pravidelné hranie môže viesť k vytvoreniu závislosti.

Samotné počítačové hry nemusia spôsobovať žiadne zdravotné ťažkosti. Ak však dieťa pri nich trávi všetok svoj voľný čas, môžu, ako každá jednostranná aktivita, zanechať stopy. Najčastejším rizikom sú následky, ktoré spôsobuje nedostatok pohybu súvisiaci s nadmerným hraním počítačových hier. Sedenie pri počítači v nevhodnej polohe môže poškodzovať chrbticu a viesť k ochabovaniu svalstva, nedostatok pohybu a nevhodná strava hráčov môžu prispievať k vzniku obezity a spôsobovať bolesti hlavy.

### 3 MEDIÁLNA VÝCHOVA V RODINE

V tejto kapitole chceme ponúknuť možnosti práce s deťmi predškolského veku v rámci mediálnej výchovy v rodine. Je dôležité nájsť spôsoby, ako naučiť deti rozumne využívať médiá, čo predstavuje výchovný cieľ pre rodičov. Učitelia materských škôl by mali byť oboznámení s mediálnou edukáciou v rodine.

Predškolský vek znamená významné obdobie pre rozvoj osobnosti dieťaťa a prípravy na život v spoločnosti, teda najskôr pripravenosti na ďalšiu etapu v jeho živote – na vstup do školy a následne na celý život. Rodina v tomto období zostáva pre dieťa najvýznamnejším sociálnym prostredím, pretože v rodinnom prostredí získava a prijíma základy na formovanie medziľudských vzťahov, základy ľudskosti, citových vzťahov i všetkých pozitívnych hodnôt, pre ktoré je práve rané a predškolské obdobie optimálne.

Rodina je najmenšia autonómna sociálna skupina zložená z dvoch alebo viacerých osôb žijúcich spolu v jednej domácnosti. Rodičia majú právo usmerňovať konanie dieťaťa a vykonávať nad ním dohľad zodpovedajúci stupňu jeho vývinu. Rodič vplýva na dieťa ako rodičovský vzor. Nezámerný vplyv rodiča na dieťa vychádza z faktu, že každé dieťa má sklon k napodobňovaniu. Osobnosť rodiča, jeho názory, postoje, správanie a konanie dieťa ovplyvňujú. Dieťa v predškolskom veku pre svoj správny vývin potrebuje správny vzor. (Trubíniová a kol., 2007)

Demokratický výchovný štýl je výchovné pôsobenie rodičov na dieťa, vyznačujúce sa citlivosťou, otvorenou úprimnosťou, komunikáciou so spätnou väzbou, primeraným pridelovaním povinností, optimálnym uplatňovaním odmien a minimálnym využívaním trestov. Zakladá, upevňuje a ďalej rozvíja u dieťaťa vedomie povinnosti, zodpovednosti a ohľaduplnosti k sebe a k ostatným. Medzi rodičmi a deťmi panuje vrelý, starostlivý vzťah, ktorý je vyvážený prepojením lásky, dôvery, prítomnosti i patričnej kontroly správania dieťaťa. (Ondrušková, 2009)

Luptáková navrhuje rady, ako chrániť dieťa a vychovávať k správnejmu používaniu médií:

- **Mať hranice a pravidlá, byť autoritou:** rodičia stanovujú hranice, určujú pravidlá, kedy a ako dlho bude dieťa na internete, hrať počítačovú hru alebo pozerať televíziu. Rodič by mal vedieť, kedy má povedať áno a kedy nie. A hlavne by mal pevne stáť za svojím slovom.
- **Vyberať programy:** pomôcť dieťaťu a naučiť ho vyberať si programy, zaujímať sa o to, čo pozerá. Neurobiť z televízie opatrovatelku detí.

- **Začať výchovou k médiám už od predškolského veku:** už od útleho veku treba dieťa zoznamovať s médiami. Diskutovať s ním, vysvetľovať a zaujímať sa, ako vníma hlavného hrdinu a iné postavy.
- **Byť vzorom pre dieťa:** mladým ľuďom chýba dostatok pozitívnych vzorov, ktoré by mohli nasledovať a napodobňovať. To znamená netraviť všetok voľný čas pred televíziou a za počítačom. Mať vlastný názor a postoj a vedieť ho povedať, a tak vzdelávať a vychovávať dieťa.
- **Naučiť dieťa hodnotiť mediálny obsah:** je dôležité naučiť dieťa hodnotiť obsah do takej miery, že bude vedieť, kedy má vypnúť televíziu alebo webovú stránku, keď sa objaví niečo, čo nebude slúžiť na formovanie jeho osoby.

Pri zhromažďovaní materiálov sme sa stretli predovšetkým s uvádzaním nepriaznivých vplyvov médií na psychiku detí. Napriek tomu veríme, že ak budú médiá využívané v rozumnej miere a s dodržiavaním odporúčaní, budú pre naše deti zdrojom nových, aj doplnkových vedomostí k už vytvorenému vedomostnému základu, zdrojom informácií z rôznych oblastí života, sprostredkovaním skúseností, ktoré sa nedajú získať v reálnom živote, poskytnú hodnotné estetické a umelecké zážitky uvedomením si dôležitosti hodnôt, ako je láska, zdravie, pomoc, úcta, ochota, dobrosrdečnosť. (Zdroj: <http://vychovneporadenstvo.nazory.eu/rubriky/pre-rodicov/vplyv-medii-na-vyvoj-deti-a>)

Rodičia majú okrem základnej starostlivosti o deti aj ďalšiu významnú úlohu, ktorou je sústavná komunikácia s deťmi v dennom styku. Zvlášť dôležité je deťom vysvetľovať a objasňovať neznáme pojmy, pomenúvať veci, klásť otázky. Takýmto spôsobom rozvíjajú predovšetkým ich poznanie, myslenie a reč i ďalšie poznávacie procesy – vnímanie, pamäť, pozornosť, city atď. Najdôležitejšími vývinovými úspechmi detí predškolského veku sú osvojenie reči a socializácia dieťaťa. Reč je najdôležitejším prostriedkom sociálnej komunikácie dieťaťa. Socializácia znamená prispôbenie foriem správania požiadavkám sociálneho prostredia. Dovršuje sa okolo šiesteho roku veku dieťaťa pri vstupe do základnej školy a završuje sa dosiahnutím sociálnej spôsobilosti dieťaťa ako jednej zo zložiek školskej zrelosti a školskej pripravenosti. Z tohto hľadiska má podstatný význam rečový a sociálny kontakt dieťaťa s dospelými a inými deťmi. Osobitný význam má *rodinná atmosféra*, ktorú dieťa vníma celou svojou bytosťou už vtedy, keď ešte nemôže mať jasné vedomie, pretože to nedovoľuje stupeň rozvoja mozgu. Nájst spôsoby, ako naučiť deti rozumne využívať médiá, predstavuje výchovný cieľ pre rodičov, ktorý si vyžaduje prehodnotiť ich vlastné využívanie médií, uvedomiť si vplyvy médií na kvalitu rodinného života, komunikáciu či vzťahy v rámci rodiny, a tým prehodnotiť úlohu médií v rodinnom živote. Rodičia by mali porozumieť potrebám svojich detí vo vzťahu k médiám, nájsť spôsob, ako ich primerane uspokojiť a pritom

dosiahnuť, aby deti dokázali správne uplatňovať vlastnú slobodu pri výbere mediálnych produktov a uvedomovať si z toho vyplývajúcu zodpovednosť. V rodinnom prostredí sa formujú základné návyky zaobchádzania detí a mládeže s médiami, ich obsahmi. Úlohou rodičov je snaha formovať schopnosti detí samostatne a zodpovedne selektovať z mediálnej ponuky kvalitné a hodnotné obsahy a zodpovedným prístupom eliminovať negatívne mediálne vplyvy. Ako pozitívne využívať médiá v rodine? Naučiť deti rozumovo správne, slobodne, a pritom zodpovedne využívať médiá znamená naučiť ich objavovať a využívať pozitívny potenciál médií, a to hlavne v rámci rodinnej výchovy. Médiá sa môžu stať prostriedkami rozvoja kvalít členov rodiny, ako aj prostriedkami posilnenia funkčnosti rodiny. Ako atraktívne komunikačné prostriedky by sa mali stať nástrojom posilnenia komunikácie v rodine, nie konkurenciou rodinnej komunikácii. Výber mediálnych obsahov by mal byť zo strany rodičov realizovaný starostlivo, odporúča sa, aby sa rodičia o obsahu diela informovali skôr, ako si ho pozrú spoločne s deťmi. Ide najmä o výskyt negatívnych javov, ako sú sexuálne scény, vulgarizmy, násilie, nemorálne príklady správania. Je dôležité, aby dieťa pochopilo dôvody a prijalo, že odmietnutie určitého mediálneho obsahu je v súlade s dobrom jeho osobnosti. Daný postoj si dieťa utvrdí a osvojí ako kritérium pre svoje mediálne správanie na základe vybudovanej dôvery k rodičom i dobrej etickej, morálnej či duchovnej formácie. Z hľadiska pozitívneho formovania osobnosti detí je žiaduce voliť mediálne obsahy (televízne programy, filmové diela) s pozitívnym posolstvom, v ktorých dominujú také ľudské hodnoty, ako sú úprimné priateľstvo, súdržná, úplná rodina, láska medzi rodičmi a deťmi, solidarita k staršiemu alebo postihnutému človeku, úcta k životu, dôvera, pozitívna medziľudská komunikácia založená na pravdovravnosti, dôvere, rešpektovanie inej osoby napríklad z inej etnickej skupiny či menšiny, rešpektovanie ochrany intimity človeka. Využívanie pozitívneho potenciálu médií je v širšom kontexte spojené s potrebou prehodnotiť postavenie médií v rámci rodiny (vedome a funkčne ich začleniť do rodinného života), resp. prehodnotiť význam médií v živote členov rodiny. (Kačinová, 2009)

## 4 MEDIÁLNA VÝCHOVA V MATERSKEJ ŠKOLE

Dnešné deti sú od narodenia v každodennom styku s mediálnymi obsahmi, ktoré ich obklopujú doma, ale aj v materskej škole (MŠ). Predškolská výchova v MŠ sa v mnohom podobá rodinnej výchove. Túto podobnosť ovplyvňujú vývinové špecifiká predškolského veku. Niektoré výchovné princípy rodinnej výchovy sú v podstate totožné s výchovou v MŠ, a to napríklad v otázkach sociálneho učenia. Učiteľky podobne ako rodičia poskytujú deťom modely správania (v tom najširšom zmysle slova). Celé sociálne prostredie materskej školy predstavuje pre deti modely sociálnych vzťahov v prirodzených situáciách. Prvotné predstavy detí sa tvoria a sú ovplyvňované knihou, časopismi, televíziou, rozprávkami. Preto je nevyhnutné ich pripraviť na život v dynamickej a neustále sa meniacej spoločnosti a naučiť ich s nimi pracovať. Materská škola by tak mala vytvoriť priestor a podmienky na rozvoj mediálnej gramotnosti detí. Oceňujeme, že súčasťou reforiem v školstve je i snaha zavádzať mediálnu výchovu na všetky stupne škôl. Predprimárne vzdelávanie považujeme za kľúčové v tom, aby sa deti naučili kriticky vybrať z mediálnej ponuky, čo je dôležité. Výchova a vzdelávanie v materských školách sa uskutočňuje podľa vzdelávacích programov. Štátny vzdelávací program (ŠVP) ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie je najvyšším platným kurikulárnym dokumentom, ktorý definuje požiadavky a ciele spoločné pre všetky deti navštevujúce materskú školu.

**Mediálna výchova** je výchova k orientácii v masových médiách, k ich využívaniu a zároveň k ich kritickému hodnoteniu. Konceptia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania charakterizuje mediálnu výchovu ako *„prostriedok získavania spôsobilostí orientovať sa v mediálnom svete. (...) Je celoživotným systematickým a cieľavedomým procesom nadobúdania a získavania mediálnych spôsobilostí a zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti.“* Mediálna výchova je zacielená na nadobúdanie a využívanie vedomostí, spôsobilostí, schopností analyzovať, hodnotiť, tvoriť. V procese mediálnej výchovy sa získava a neustále zvyšuje úroveň mediálnej gramotnosti vo vzťahu k vývoju médií. Dotýka sa užívateľov médií aj médií samotných. Orientuje sa na využívanie médií a mediálnej ponuky. Jej cieľom je mediálna gramotnosť. (Zdroj: Metodika predprimárneho vzdelávania, s. 127)

**Mediálna gramotnosť** predstavuje súbor poznatkov a zručností, ktoré človeku umožňujú nakladať s mediálnou ponukou, ktorá sa mu naskytuje, účelne. Dovoľuje mu využívať médiá na svoj prospech a dáva mu nástroje, aby dokázal tie oblasti mediálnej ponuky, ktorá sa snaží skryto manipulovať, odhaliť. Je schopnosť človeka kriticky

prístupovať k masovým médiám a vyberať si z ich ponuky užitočné a kvalitné produkty pre svoju potrebu, poučenie a zábavu. (Verner, 2007)

**Mediálne kompetencie** môžeme chápať ako schopnosť narábať s médiami, spôsobilosť prijímať a interpretovať mediálne obsahy a aktívne sa zúčastňovať procesu mediálnej komunikácie. Zjednodušene môžeme povedať, že mediálna výchova je proces učenia sa a vyučovania o médiách; mediálne kompetencie sú výsledkom tohto procesu – poznatky a zručnosti, ktoré si osvojili jeho účastníci. (Buckingham, 2005)

#### **4.1 Mediálna výchova v kontexte ŠVP ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie**

Základy osobnosti dieťaťa sa formujú už v predškolskom veku. Zákon č. 245/2008 Z. z. o výchove a vzdelávaní v ŠVP ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie uvádza, že medzi hlavné myšlienky a ciele predprimárneho vzdelávania patrí podpora celostného osobnostného rozvoja dieťaťa. Zameranie výchovy a vzdelávania na jedinečnosť a individualizovaný rozvoj osobnosti dieťaťa je antropologické – „naučiť človeka žiť jeho vlastný život“ (Kosová, Kasáčová, 2007).

Mediálna výchova je zaradená do programu predprimárneho vzdelávania ako prierezová téma. Prierezové témy sa prelínajú vo všetkých tematických okruhoch a vzdelávacích oblastiach a môžu sa realizovať prostredníctvom rôznych organizačných foriem.

**Mediálna výchova v intenciách ŠVP ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie** smeruje ku kompetentnému zaobchádzaniu s médiami v materskej škole. Média sú jedným z významných socializačných faktorov ovplyvňujúcich správanie, postoje a hodnoty dieťaťa, a to pozitívnym i negatívnym spôsobom. Za pozitívne treba považovať detské časopisy a knihy, ktoré celostne rozvíjajú osobnosť dieťaťa, rozprávky a príbehy s pozitívnym etickým záberom, dokumentárne filmy primerané veku atď. Negatívne ovplyvňujúce psychiku i celkový vývin dieťaťa sú napr. filmy a videá obsahujúce prvky agresivity. Ich sledovanie má negatívny vplyv na jeho psychiku a zapríčiňuje poruchy v správaní, hyperaktivitu, neurózy a výraznú agresivitu. K zlepšeniu stavu a odstráneniu negatívnych javov v tejto oblasti môžu prispieť učiteľky materských škôl dôslednejšou pedagogickou propagandou, odborným vysvetľovaním a zdôvodňovaním negatívnych vplyvov médií na duševný vývin detí predškolského veku.

V **ŠVP ISCED 1 – primárne vzdelávanie** je mediálna výchova taktiež zaradená medzi prierezové témy a je charakterizovaná takto: „Žiaci sú už vo veku 7 – 11 rokov vystavení vplyvom médií – nielen elektronických, ale aj tlačených – rôznych časopisov. Zvlášť vo veľkej obľube sú televízia a počítač. Nie každý žiak dokáže ich obsah selektovať, preto

sa čoraz viac dostáva do popredia potreba rozvíjať u žiakov mediálnu kompetenciu, ktorá by im umožnila osvojiť si stratégie kompetentného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií, kriticky a selektívne využívať médiá a ich produkty, čo znamená, že učiteľ by mal viesť žiakov k tomu, aby lepšie poznali a chápali pravidlá fungovania „mediálneho sveta“, primerane veku sa v ňom orientovali (ŠVP ISCED 1, s. 22).

Mediálna výchova stanovená v obsahu ŠVP ISCED 0 a ISCED 1 je v podstate vo vzájomnej väzbe a zhode z hľadiska jej cieľa i vzájomnej nadväznosti obsahu. Deti v predškolskom veku by sa v jej rámci mali naučiť primerane poznávať mediálny svet a orientovať sa v ponuke im určenej, primerane ich veku by sa im mali vysvetľovať mediálne posolstvá s dôrazom na ich osobnostný rast a mali by spoznávať rozdiely medzi fikciou a skutočným svetom zobrazovaným v médiách. Materská škola by mala podporovať vzťah detí k poznávaniu, učeniu sa prostredníctvom médií a rozlišovaniu programov, ktoré sú pre ne určené. Pri výučbe mediálnej výchovy detí v predškolskom veku je potrebné rešpektovať špecifiká vývinových daností detí a vychádzať predovšetkým z ich skúseností a poznania sveta. Mali by tomu zodpovedať aj metódy a didaktické pomôcky. (Konceptia mediálnej výchovy, 2009)

**Cieľom výchovy a vzdelávania médiami** je „*nadobúdanie a využívanie zodpovedajúcich informácií a postupov v špecifických činnostiach s dôrazom na emocionálne, estetické a pragmatické napomáhanie kultivovania užívateľa médií – dieťaťa z hľadiska vizuálneho, ilustračného sluchového, pohybového.*“ (Metodika predprimárneho vzdelávania, 2011, s. 129)

**Výchova a vzdelávanie médiami** pomáha rozvíjať dieťa v kognitívnej a konatívnej oblasti rozvíjaním kognitívnych, učebných, komunikatívnych, informačných, osobnostných a sociálnych kompetencií. Od mediálnej výchovy sa očakáva pozitívna komunikácia s dieťaťom, prosociálne správanie sa a konanie mediálnych tvorcov smerujúce k socializácii dieťaťa, jeho osobnostnej a sociálnej rovnováhe aplikovaním etických hodnôt. Učiteľky by mali napomáhať rozlišovať programy a informácie z médií vysvetľovaním mediálnych posolstiev, výchovu a vzdelávanie smerovať k dieťaťu – divákovi, a tak ovplyvňovať jeho postojoú a hodnotovú orientáciu – mediálnu gramotnosť. Do štruktúry kompetencií v ŠVP ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie sú zaradené informačné kompetencie, podľa ktorých sa spôsobilosti chápu ako práca s informáciami a z obsahového hľadiska sú prepojené s obsahom mediálnej výchovy. Mediálne informácie, ktoré sú sprostredkované médiami, majú zábavnú, informačnú, iniciatívnu a výchovno-vzdelávaciu funkciu. **V predprimárnom vzdelávaní sa v oblasti mediálnej výchovy treba zamerať na:**

- získavanie, využívanie, konfrontovanie informácií z mediálnych zdrojov na dosiahnutie výchovno-vzdelávacích cieľov,



- uplatňovanie princípu aktivity všetkých zúčastnených v edukačnom procese,
- komplexný priamy styk do skutočností,
- rozvíjanie pozornosti, predstavivosti, fantázie, myslenia, verbálneho i nonverbálneho prejavu dieťaťa,
- porovnávanie príkladov z virtuálneho sveta so skutočným a reálnym svetom,
- primerané využitie médií na iniciovanie záujmu dieťaťa o rozličné oblasti poznávania,
- špecifikovanie činnosti detí s médiami, ich využívanie ako prostriedku riešenia praktických problémov,
- nadobúdanie a využívanie poznatkov, spôsobilostí, hodnôt a postojov,
- dodržiavanie a ochranu práv dieťaťa. (Metodika predprimárneho vzdelávania, 2012)

Formovanie mediálnej gramotnosti v predškolskom veku je predpokladom, že v budúcnosti sa z dieťaťa stane mediálne gramotný človek, ktorý bude schopný efektívne používať mediálne technológie na prístup, vyhľadávanie, zhromažďovanie a zdieľanie mediálnych obsahov, pristupovať k nim a rozhodovať sa na základe výberu zo širokej škály mediálnych foriem.

#### **4.2 Učiteľ v procese edukácie mediálnej výchovy**

Kvalitu výchovy a vzdelávania v materských školách vo významnej miere ovplyvňuje kvalita učiteľov, ich kvalifikácia, ktorá predstavuje dôležitú stránku ich odbornej úrovne. Nie menej dôležitá je aj oblasť ich sústavného, nepretržitého vzdelávania prostredníctvom kvalitného kontinuálneho vzdelávania.

V oblasti mediálnej výchovy ponúka Metodicko-pedagogické centrum aktualizácie vzdelávania v akreditovanom programe Mediálna výchova ako prierezovú tému v materskej škole. Realizácia tohto druhu aktualizácie vzdelávania reaguje na aktuálne potreby a požiadavky pedagogických pracovníkov integrovať mediálnu výchovu do obsahu edukačného procesu. Vzdelávanie rozvíja profesijné štandardy učiteľov predprimárneho vzdelávania, aby dokázali implementovať konkrétne výchovno-vzdelávacie ciele mediálnej výchovy do výchovno-vzdelávacej činnosti v predprimárnom vzdelávaní.

Základným predpokladom rozvíjania zodpovedajúcich mediálnych kompetencií detí je adekvátna úroveň učiteľových kompetencií. Predprimárne vzdelávanie si vyžaduje

určitú úroveň pedagogického majstrovstva a pedagogickej tvorivosti, najmä učiteľovu flexibilitu a originalitu v napĺňaní cieľov mediálnej výchovy. Systematickú prácu, ktorá sa uskutočňuje podľa vopred naplánovanej činnosti, dopĺňa schopnosť improvizácie a situačného rozhodovania. Učiteľ sa v edukačnej realite mediálnej výchovy stáva facilitátorom ovplyvňujúcim správanie, postoje a hodnoty detí prostredníctvom médií. Podľa humanistickej koncepcie výchovy a vzdelávania má učiteľ využívať také techniky, aby podporil poznanie detí, ich prežívanie a cítenie, ale i také, aby sa deti identifikovali s druhými, aby boli empatické. Nevyhnutným predpokladom je osobnostná zrelosť učiteľa, jeho ľudské a odborné kompetencie. (Guziová, 2008)

Základným kritériom včleňovania mediálnej výchovy do edukačného procesu v predprimárnom vzdelávaní je vývinová primeranosť, ktorá poskytuje určitú normu, pomocou ktorej by mal pedagóg vedieť posúdiť vhodnosť a aplikovateľnosť mediálnych obsahov, metód a stratégií. Učiteľia predprimárneho vzdelávania by mali vedieť, ako médiá fungujú, ako k nim treba pristupovať a, samozrejme, vzhľadom na svoju profesiu by mali vedieť mediálnu výchovu aplikovať vo vlastnej vzdelávacej činnosti. Učiteľ musí vo svojej výchovno-vzdelávacej činnosti zohľadniť rôzne činitele: podmienky edukácie, ciele edukačných aktivít, didaktické zásady, učivo, vyučovacie a výchovné metódy, organizačné formy a materiálne prostriedky.

#### **V oblasti mediálnej výchovy sa učiteľom predprimárneho vzdelávania odporúča:**

- operacionalizovať plánované ciele z učebných osnov školského vzdelávacieho programu vzhľadom na rozvojové možnosti a potenciál detí,
- dodržiavať zásady (komplexnosť rozvoja osobnosti dieťaťa, individuálny prístup, cieľavedomosť, názornosť, sústavnosť, primeranosť, uvedomenosť a aktivita, tvorivosť, pluralita, humanizácia, rovnosť šancí, spojenie s reálnym životom, časová realita a aktuálnosť) určujúce charakter výchovy k médiám dôslednou prípravou týkajúcou sa získavania informácií o obsahu a využití média,
- motivovať deti k riešeniu učebných problémov a dokončiť úlohy zážitkovým a skúsenostným učením.
- vhodnou poradenskou činnosťou informovať rodičov o stratégiách napomáhajúcich rozvíjanie mediálnej a digitálnej gramotnosti detí,
- spolupracovať s miestnymi médiami, prezentovať deti a materskú školu v médiách s informovaným súhlasom rodičov. (Metodika predprimárneho vzdelávania, 2012)

Pri plánovaní a projektovaní edukačného procesu je dôležité poznať legislatívu a pedagogické dokumenty týkajúce sa prierezovej témy mediálna výchova, vedieť naplánovať výchovno-vzdelávaciu činnosť v súlade s požiadavkami a cieľmi tejto

prierezovej témy, vedieť formulovať jasné cieľové požiadavky mediálnej výchovy, navrhnúť vhodné aktivity pre deti, vedieť vybrať adekvátne metódy a formy práce pre mediálnu výchovu, poznať a identifikovať základné sociálno-patologické javy ohrozujúce rozvoj osobnosti detí, disponovať databázou aktivít vhodných na začlenenie mediálnej výchovy do edukačnej činnosti. (Zdroj: [http://www.mpc-edu.sk/library/files/med\\_vych\\_ako\\_prier\\_tema\\_v\\_ms\\_po.pdf](http://www.mpc-edu.sk/library/files/med_vych_ako_prier_tema_v_ms_po.pdf))

#### **4.3 Metódy a stratégie – prostriedky formovania mediálnej gramotnosti**

Vzhľadom na to, že edukačný proces je proces vzájomnej súčinnosti učiteľa a dieťaťa, nie je možné metódy a zásady realizovať bez ich vzájomnej spolupráce. Voľba metód musí aj v mediálnej výchove zohľadniť aktuálnu dosiahnutú úroveň rozvoja osobnosti dieťaťa a jeho dosiahnuté poznatky. Metódy majú byť prispôsobené jeho zvláštnostiam, špecifikám a osobitostiam. Súčasná pedagogika nadväzuje na metódy, ktoré sú postavené na riešení problémov. Úlohou učiteľa je napomáhať rozvoj tvorivej osobnosti dieťaťa. (Knapíková, Kostrub, Miňová, 2002)

K naplneniu jednotlivých cieľov mediálnej výchovy slúžia pedagógom metódy a stratégie. Záleží na výbere a poznaní jednotlivých možností, ktoré má učiteľ uplatňovať vo svojej edukačnej práci. Dieťa je kontaktované s príslušným obsahom edukácie zámerným, cieleným a cieľavedomým edukačným pôsobením, vhodne zvolenými organizačnými formami, stratégiami a aplikovateľnými metódami.

Lipnická (2011) uvádza, že edukačný proces je pre dieťa efektívny vhodne aplikovanými metódami a stratégiami. To znamená, že umožnia dieťaťu v čo najkratšom čase a s čo najmenšou námahou dosiahnuť čo najlepšie výsledky v rozvoji osobnosti.

Moderné trendy vo výchove a vzdelávaní detí predškolského veku poukazujú na potrebu neustále implementovať do procesu výchovno-vzdelávacej činnosti nové inovačné trendy, metódy a stratégie, ktoré napomáhajú rozvoj dieťaťa. Pri projektovaní a plánovaní aktivít volí učiteľ také metódy, ktoré rešpektujú podstatu mediálneho vzdelávania a zároveň sú vymedzené jeho individuálnou koncepciou výučby. Je dôležité v dostatočnej miere uplatňovať aktivizujúce metódy, pretože vo väčšej miere bude aktívne práve dieťa. Hlavným menovateľom všetkých aktivít by mala byť hra, pretože ide o dobrovoľnú a najprirodzenejšiu činnosť dieťaťa predškolského veku.

**Hra** je chápaná ako jedna zo základných foriem ľudskej aktivity, ktorá sprevádza človeka od útleho detstva po dospelosť a pretrváva v rôznych záujmových činnostiach počas celého jeho života. Hra je zábava a učenie formou hry umožňuje dieťaťu učiť sa prirodzeným, uvoľneným spôsobom. Povzbudzuje jeho kognitívny rozvoj, pretože pri

nej využíva svoje schopnosti, vedomosti a zručnosti. Hra umožňuje dieťaťu prejavovať a rozvíjať aktivitu nielen v pohyboch, ale i v myšlienkovej činnosti a súčasne nadobúdať určité kompetencie.

Hra je efektívna metóda rozvoja osobnosti dieťaťa. Je kvalifikovaná ako dynamická konfrontácia medzi realitou a fantáziou, medzi symbolikou a faktmi, medzi možným a imaginárnym, medzi potrebou a práním. Má niekoľko funkcií: socializačnú, motivačnú, kognitívnu, kreatívnu a pod. Má a musí rozvíjať komplexne celú osobnosť dieťaťa. Umožňuje mu prezentovať, rozvíjať a skvalitňovať jeho detský model sveta. Hrou sa materská škola odlišuje od vyšších stupňov škôl, pretože učiteľ materskej školy prostredníctvom hry poskytuje kvalitné edukačné skúsenosti, ktoré zároveň podmieňujú žiaduce druhy učenia. Ak hovoríme o zmysluplnom učení a komplexnom rozvoji osobnosti dieťaťa, máme na mysli **využívanie hry v jej plnom rozsahu**. (Knapíková, Kostrub, Miňová, 2002)

### **Aktivizujúce metódy**

Prednosťou týchto metód je podnecovanie záujmu detí o získavanie nových poznatkov, rozvíjanie myslenia, správania a prežívania. Aktivizujúce metódy podnecujú subjekt k činnosti a umožňujú mu zapojiť do riešenia problému celú jeho kognitívnu, emocionálnu a motivačnú osobnosť. Medzi aktivizujúce metódy uplatniteľné v mediálnej výchove patria:

**Heuristika** – metóda tvorivého riešenia problémov. Ide o kroky, predpisy, pokyny predstavujúce systém, na základe ktorého je možné dospieť od formulácie problému k jeho vyriešeniu.

**DITOR** – názov vznikol zo začiatočných písmen jednotlivých krokov tejto metódy:

1. krok D: **d**efinuj problém,
2. krok I: **i**nformuj sa o probléme,
3. krok T: **t**vor riešenia, nápady, hypotézy,
4. krok O: **o**hodnoť nápady, riešenia,
5. krok R: **r**ealizuj vybrané riešenia.

**Brainstorming** – podstatou tejto metódy je tvorba čo najväčšieho počtu nápadov. K pravidlám používania tejto metódy patria zákaz kritiky, uvoľnenie fantázie, čo najväčší počet nápadov, vzájomná inšpirácia, rovnosť účastníkov.

**Situačná metóda** – opis situácie, prípadu obsahuje úlohy, ktoré majú deti motivovať k riešeniu problému. Poznáme metódy modelové (situácie z reálneho života),

problémové (prípadové štúdie).

**Inscenačná metóda** – jej podstata spočíva v tom, že deti hrajú, inscenujú určitú simulovanú situáciu. Potom diskusiou hľadajú riešenie problému. V práci môžeme využiť štruktúrované inscenácie (hranie rozprávky), neštruktúrované inscenácie (dostanú opis, hrajú samy), mnohostranné hranie rolí (začnú aj dokončia príbeh).

**Metóda riešenia problémov** – problémová situácia obsahuje viac objektov a rozmanitých javov vo vzájomných protikladných vzťahoch a súvislostiach. Riešenie problému predpokladá postupné odhalenie vzťahov zahrnutých v určitej situácii. Problémové otázky a úlohy sa začínajú slovami: Prečo...? Čím sa líši...? Ako by si vysvetlil...? Čo je príčinou...? Opíš...Dokáž...

**Projektová metóda** – deti sú touto metódou vedené k riešeniu problémov a získavajú skúsenosti praktickou činnosťou, experimentovaním. Podľa cieľa môžeme projekty rozdeliť na problémové, konštrukčné, hodnotiace, drilové.

**Metóda tvorivej dramatiky** – učenie zážitkom v sebe zahŕňa skúmanie osobných pocitov, postojov a hodnôt, pomocou ktorých sa môže uplatniť poznávanie priamo v priebehu činnosti alebo ako reakcia na ňu.

**Metóda hrania rolí** – dieťaťom prevzatá a predstieraná rola je príležitosť na sebarealizáciu jeho doterajších poznatkov, ktoré prezentuje v hre a ďalej rozvíja.

**Metóda konceptuálneho mapovania** – jej zámerom sú konceptuálne (pojmové) mapy ako odpoveď na otázku viažucu sa na obsah alebo tému. Mapy slúžia ako nástroj usporiadania myšlienok a poznatkov z obsahu.

**Metóda hlasného uvažovania** – jej cieľom je poskytnúť dieťaťu čas a priestor na verbálne prejavy, ktoré sprevádzajú riešenie problému, a tým podporovať jeho komunikačné spôsobilosti.

**Metóda diskutovania** – má nezastupiteľné miesto v edukačnom procese. Deti potrebujú to, čo si myslia a čo sa učia, vyjadriť.

**Neobývaný ostrov** – je to metóda, ktorej cieľom je dosiahnutie efektívnej spolupráce v skupine a vytváranie medziľudských vzťahov, prijímanie individuálnych i skupinových rozhodnutí. (Knapíková, Kostrub, Miňová, 2002)

V rámci rozvoja mediálnej gramotnosti majú aktivizujúce metódy nezastupiteľné miesto v súčasnej edukácii. Učiteľky predprimárneho vzdelávania ich môžu využívať v procese edukačných aktivít, ktoré sú zamerané na rozvíjanie mediálnej výchovy. V ďalšej kapitole ponúkame námety edukačných aktivít, v ktorých sú aplikované uvedené metódy.

#### 4.4 Edukačné aktivity na rozvíjanie mediálnej výchovy v edukačnom procese MŠ

Štátny vzdelávací program ISCED 0 (2008) poskytuje učiteľkám rámcový obsah výchovy a vzdelávania detí. Práca učiteľiek je na jednej strane náročná, ale na druhej strane umožňuje veľkú mieru aktivity a vlastnej tvorivosti. Dieťa je prirodzene zvedavé, skúma, sleduje, pozoruje, pýta sa, prežíva všetko, čo sa okolo neho deje. Hra je preň zdrojom nových poznatkov a informácií v procese mediálnej výchovy. A práve tu má svoje miesto edukačná hra. Samotný pojem *edukačná* určuje, že ide o vedomú, riadenú činnosť. Učiteľka môže edukačnú hru realizovať s jednotlivcom, so skupinou alebo celým kolektívom. Vždy má však na zreteli dosiahnutie určitého vytýčeného edukačného zámeru. Ponúkame niekoľko edukačných hier ako ukážky rozvíjania mediálnej gramotnosti a možnosti ich využitia. Plánovanie edukačných aktivít je základnou činnosťou každej učiteľky. Spočíva v odbornom pedagogickom majstrovstve a osobnej zodpovednosti každého pedagóga. Pri plánovaní vychádzame v prvom rade z toho, čo deti už ovládajú. Postupným zvyšovaním náročnosti smerujeme k získaniu mediálnych kompetencií. Volíme také aktivity, ktoré umožňujú vzájomnú nadväznosť a prepojenosť. Ak učiteľka dobre pozná deti, vie, čo ich zaujíma, čo je pre ne atraktívne. Ak majú deti o činnosť záujem, zvyšuje sa aj efektívnosť učenia.

Edukačné aktivity s využitím médií umožňujú:

- hľadať a vytvárať vhodné prosociálne spôsoby správania,
- vytvárať tvorivé a divergentné riešenia a postupy,
- nadobúdať a využívať poznatky a spôsobilosti,
- podporu aktívnej komunikácie detí a samostatné vyjadrovanie myšlienok, názorov, postojov. (Metodika predprimárneho vzdelávania, 2011)

#### Príklady aktivít smerujúcich k naplneniu cieľov mediálnej výchovy v MŠ

##### VYRÁBAME TELEVÍZOR

**Edukačný cieľ:** Vyjadriť vlastnými slovami myšlienky o posudzovaní mediálne šírených posolstiev. Maľovaním vyplniť celú plochu škatule rozmanitými farbami, pri spoločnej práci rešpektovať ostatných.

**Edukačný materiál:** kartónová škatuľa, temperové farby, lepidlo, nožnice, tvrdý papier

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ v kooperácii s deťmi vyreže z veľkej kartónovej škatule televízor. Potom spoločne natrú farbami celú plochu a nechajú vysušiť. Lepením dotvoria tlačidlá vystrihnuté z kartónu, prípadne vytvoria diaľkový ovládač. Na škatuľu napíšu podľa predlohy písmená T E L E V Í Z O R. Popri praktickej činnosti vedie učiteľ s deťmi dialóg o tom, čo rady v televízii pozerajú, aké sú ich obľúbené programy, stanice, s kým televíziu sledujú, čo sa im na vysielaní páči a čo nie, aké sú ich obľúbené rozprávky a pod.

### **POZERÁME TELEVÍZIU**

**Edukačný cieľ:** Presentovať komunikačné zručnosti pred kolektívom detí. Kriticky zdôvodňovať a diskutovať o vhodných a nevhodných mediálnych obsahoch, ktoré ponúka sledovanie televízie.

**Edukačný materiál:** rekvizity, kostýmy, mikrofón

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Deti vytvoria dvojice. Každá dvojica si premyslí, čo bude v televízii hrať (napr. zaspieva pieseň, zarecituje báseň, zahrá sa na hlásateľov, moderátorov a pod.). Pripraví si kostýmy a rekvizity: mikrofón a pod. Ostatné deti sedia pred televíziou a sledujú „program“. Po skončení nasleduje rozhovor o jednotlivých vystúpeniach – ako sa deti cítili, čo sa im páčilo, čo sa im podarilo, čo by do vysielania v televízii nezaradili, čo sa im v programoch televízie nepáči, čo by tam nemalo byť a prečo. Deti kriticky za pomoci učiteľa zdôvodňujú nevhodné mediálne obsahy, ktoré televízia vo svojich programoch ponúka, vyzdvihujú prínosné, poučné programy.

### **MÔJ OBLÚBENÝ PROGRAM V TELEVÍZII**

**Edukačný cieľ:** Kresliť vlastné predstavy programov v televízii. Uplatňovať ich v odvážnejšej, čitateľnejšej a technicky dokonalejšej kresbe. Slovné sa vyjadriť o obsahu kresby.

**Edukačný materiál:** výkres, pastelky

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ predkreslí na výkres televízor. Každé dieťa nakreslí na obrazovku svoj obľúbený program, rozprávku atď. Po dokončení kresieb deti rozprávajú o tom, čo nakreslili, prečo sa im to páči. (Aký je tvoj obľúbený televízny program, rozprávka, film a pod.? Prečo? Rozprávaš sa s rodičmi o tom, čo si videl/-a v televízii?)

## **PREDPOVEĎ POČASIA**

**Edukačný cieľ:** Vyjadrovať sa súvisle a jazykovo správne pri interpretácii a reprodukování konkrétneho obsahu, ktorý sa vzťahuje na správne označovanie prírodných javov, ktoré ovplyvňujú počasie – slnko, mraky, vietor, dážď, búrka, sneh, ľad...V mediálnom obsahu objavovať hodnotné, pozitívne informácie.

**Edukačný materiál:** magnetická tabuľa, obrázky počasia znázorňujúce jednotlivé ročné obdobia

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Aktivite predchádza rozprávanie o znakoch jednotlivých ročných období, rozprávanie o počasí. Deti vytvoria štyri skupiny, každá stvárni jedno ročné obdobie: jar, leto, jeseň, zima. Každá skupina má k dispozícii obrázky znázorňujúce charakteristické znaky počasia určeného ročného obdobia. Každá skupina si určí jedného moderátora, ktorý bude ostatným predpovedať počasie v určenom ročnom období na dnešný a zajtrajší deň. Obrázky si pripevní na magnetickú tabuľu. Skupina kooperuje. Po skončení aktivity vedú deti diskusiu o užitočnosti programu o predpovedi počasia.

## **STRATENÉ DIEVČATKO**

**Edukačný cieľ:** Preukázať sústredenost' pri počúvaní príbehu, ktorý vyjadruje problémovú situáciu, vyjadriť vlastnými slovami pocity z počutého príbehu. Navrhnuť možnosti riešenia problémovej situácie pomocou médií. Využívať médiá ako prostriedok riešenia praktických problémov.

**Edukačný materiál:** obrázky médií, fotografia dievčatka

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ rozpráva deťom príbeh o dievčatku, ktoré bolo trochu neposlušné a stratilo sa. Rodičia sú smutní, lebo ho nemôžu nájsť. Čo by sme im poradili, aby sa dievčatko rýchlo našlo?

Brainstorming. Deti sa pokúsia nájsť čo najväčšie množstvo riešení. Učiteľ poukáže na možnosti, ako by médiá pomohli rodičom pri hľadaní, aby sa o tom dozvedelo čo najviac ľudí: fotografia a oznam v novinách, spot v televízii, vyhlásenie v rozhlase, oznam na internete a pod. Učiteľ sa snaží elementárnou formou oboznámiť deti s médiami, s ich možnosťami. Čo sú? Na čo nám slúžia? Čo nám prinášajú? Aké informácie? Čo môžeme prostredníctvom nich počuť, vidieť...? Aké médiá máte doma?



### **AKO PSÍČEK S MAČIČKOU PIEKLI TORTU**

**Edukačný cieľ:** Citlivo si vypočuť text autorskej rozprávky, reprodukovať vlastnými slovami rozprávku o zvieratách. Vcítiť sa do situácie stvárných postáv. Porovnať a vysvetliť rozdiel medzi obsahom počutej rozprávky a rozprávky sprostredkovanej médiom.

**Edukačný materiál:** kniha O psíčkovi a mačičke, internet

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ prečíta deťom rozprávku o psíčkovi a mačičke. Nasleduje rozhovor o rozprávke: o hlavných postavách, o obsahu rozprávky. Potom ponúkne deťom možnosť sledovania animovanej rozprávky na internete a po jej skončení deti spoločne s učiteľom konfrontujú obsah rozprávky, ktorý počuli, s tým, ktorý videli na internete. Hľadajú rozdiely, porovnávajú, zdôvodňujú, vedú dialóg.

### **FILM O DOMÁCIH ZVIERATÁCH**

**Edukačný cieľ:** Opísať typické znaky domácich zvierat, ich úžitok a spôsob života: vzhľad, veľkosť, hlas, pohyb. Primerane využiť médiá na iniciovanie záujmu dieťaťa o rozličné oblasti poznávania.

**Edukačný materiál:** detská kamera, čiapky zvierat, počítač, mikrofón

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ bude počas aktivity v pozícii novinára a zavíta na farmu medzi domáce zvieratá. Každé dieťa bude stvárňovať domáce zviera, dá si príslušnú čiapku na hlavu. Jedno dieťa bude v úlohe kameramana (má k dispozícii detskú kameru), ďalšie dieťa bude mať klapku. Deti budú motivované nakrútením dokumentárneho filmu o živote domácich zvierat na farme. Učiteľ sa snaží otázkami dosiahnuť, aby sa každé zviera predstavilo, povedalo o svojom spôsobe života, o tom, ako vyzerá, o svojom úžitku a pod. Dieťa – kameraman zaznamenáva jednotlivé situácie. Po skončení učiteľ pomôže deťom stiahnuť film do počítača a spoločne si ho pozrú. V závere aktivity deti prezentujú svoje skúsenosti s podobnými prírodopisnými filmami, ktoré ponúka televízia, vedú dialóg, opisujú svoje skúsenosti z vlastného „natáčania“.

### **TOM A JERRY**

**Edukačný cieľ:** Hodnotiť svoje postoje a názory v reflexii na konanie postáv z filmovej rozprávky. Porovnávať príklady z virtuálneho sveta so skutočným a reálnym svetom.

**Edukačný materiál:** rozprávka Tom a Jerry

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ si spoločne s deťmi pozrie rozprávku Tom a Jerry s upriamením sa na súboje, naháňačky a bitky. Po skončení spoločne hľadajú také miesta v rozprávke, kde sú k sebe Tom a Jerry priateľskí a milí (rozprávanie o priateľstve, dohode, predchádzaní konfliktov). Učiteľ vysvetlí deťom, že v rozprávke je všetko AKOŽE! Ak pichne nožom Tom Jerryho, nič sa mu nestane, keď je Jerry prežehlený žehličkou, postava žije ďalej. Učiteľ vysvetlí, že to je možné iba v rozprávke. Čo by sa stalo v skutočnosti? Učiteľ dáva deťom otvorené otázky, aby si uvedomili, že rozprávka v televízii je len fikcia a s realitou nemá nič spoločné.

### **KTORÉ PYŽAMO JE KRAJŠIE?**

**Edukačný cieľ:** Vyjadriť elementárne hodnotiace postoje k mediálne šíreným posolstvám. Uvedomiť si negatívne mediálne vplyvy.

**Edukačný materiál:** pyžamá, obrázky

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Počas prípravy na odpočinok si deti oblečú svoje pyžamá, na ktorých majú vyobrazené rôzne motívy: Spiderman, Barbie, macko, žirafa a pod. Učiteľ navodí motiváciou tému o tom, ktoré pyžamo je krajšie. Deti odpovedajú a opíšu svoje pyžamo. Majú snahu rozlišovať pyžamá podľa toho, či obrázok na pyžame je známy z reklamy, prípadne znázorňuje postavu z televízie. Učiteľ reaguje formou dialógu na detské odpovede a upriamuje ich na to, že nie je dôležité, čo je na pyžame (trička, šatách a pod.) vyobrazené, ale dôležité je, že pyžamo je čisté, ožehlené a že sa v ňom dobre cítia. Každé dieťa môže svoje pyžamo nakresliť.

### **BARBIE A BÁBIKA CHOU – CHOU**

**Edukačný cieľ:** Prezentovať a rozšíriť vlastné predstavy o hračkách. Primerane veku posudzovať mediálne šírené posolstvá.

**Edukačný materiál:** letáky s hračkami

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Spoločné prezeranie letákov s hračkami. Rozhovor o tom, čo by si deti želali na Vianoce pod stromček. Deti odpovedajú na tieto otázky: Musím mať pod stromčekom Barbie, bábiku CHO – CHO? Musím mať Spidermana, auto na diaľkové ovládanie? Môže

si škôlkar zarobiť na takéto drahé hračky? Má môj rodič dostatok peňazí, aby mi mohol túto hračku kúpiť? Vyriešim svoju požiadavku plačom alebo prosbou? Nebudem mať túto hračku, ale radšej pôjdem s rodičmi na výlet? Čo mám urobiť, ako sa mám správať, aby som si hračku zaslúžil? Budem mať stále rád svojich rodičov, ak mi hračku nekúpia? V závere zhodnotíme aktivitu tým, že nie všetky hračky, ktoré sú v reklame alebo na letáku, sú najlepšie a najkrajšie. Deti sa snažia porozumieť tomu, že nie každý musí mať všetko, čo chce, alebo čo majú iní.

## **JOGURT Z REKLAMY**

**Edukačný cieľ:** Uvedomovať si negatívne vplyvy, ktoré prinášajú médiá – reklama.

**Edukačný materiál:** letáky, reklama na jogurt z internetu

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ porozpráva deťom príbeh o chlapcovi, ktorý chcel na základe televíznej reklamy na jogurt kúpiť tento jogurt aj v obchode. Mamička mu ho kúpiť nechcela, ale chlapec ho veľmi chcel. Jogurt bol veľmi drahý a chlapec si to nedal nijako vysvetliť. Nakoniec mu ho mamička kúpila. Doma však zistil, že jogurt mu vôbec nechutí a nakoniec ho ani nedojedol. Po skončení príbehu učiteľ zapojí deti do diskusie o tom, či všetko, čo vidíme v televíznej reklame, je naozaj také dobré, výživné a zdravé. Na internete pustí deťom ukážku reklamy na jogurt, potom spoločne opisujú jej priebeh a vedú diskusiu o tom, že reklama nemusí byť pravdivá, ako aj o tom, či sa už deti stretli s tým, že ich reklama oklamala. V závere aktivity vystrihnú z rôznych letákov tie jogurty a potraviny, ktoré im chutia, a vytvoria si triedny reklamný leták.

## **HLADNÁ TELEVÍZIA**

**Edukačný cieľ:** Behať technicky správne a zároveň pravidelne dýchať, orientovať sa v priestore, dodržiavať zvolené pravidlá pri pohybovej aktivite. Primerane využiť médiá na iniciovanie záujmu dieťaťa o pohybovú aktivitu.

**Edukačný materiál:** čiapka vlka, hudba z reklamy

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Deti si z molitanových kociek vytvoria domček – televíziu. Určí sa jedno dieťa – vlk, ktorý nemá rád reklamu. Schová sa. Deti budú znázorňovať malé krátke reklamy. Keď hudba znie, malé reklamy behajú po priestore triedy, keď doznie, malé reklamy musia utekať do domčeka – televízie, lebo ich chytí vlk, ktorý reklamy nemá rád.

Reklama, ktorá bude chytená, sa stáva vlkovým pomocníkom. Hra sa realizuje dovedy, kým nebudú pochytené všetky reklamy.

### **ZÁZRAČNÝ TELEFÓN**

**Edukačný cieľ:** Dodržiavať zvolené pravidlá pri spoločnej hre. Vyjadriť vlastnými slovami na základe vlastnej skúsenosti, aké sú možnosti mobilnej komunikácie medzi ľuďmi.

**Edukačný materiál:** mobilný telefón, internet, kresliaci materiál

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ bližšie oboznámi deti s mobilným telefónom. Hovorí im o tom, na čo telefón slúži, čo s ním robíme. Podrobnejšie sa rozprávajú o niektorých elementárnych funkciách mobilného telefónu. Na internete si pozrú staršie typy mobilov, aby deti mali predstavu, ako vyzerali predtým. Každé dieťa si zoberie do ruky telefón a „telefonuje“ so svojimi rodičmi, rozpráva im, čo dnes robilo v materskej škole. Spoločne sa zahrajú hru „na telefón“. Deti sedia v rade. Prvé dieťa povie do zázračného telefónu vetu (a povie ju aj dieťaťu, ktoré sedí vedľa neho) a deti postupne po jednom v rade si túto vetu podávajú tak, ako ju počujú. Posledné dieťa povie vetu nahlas a konfrontuje sa s vetou na začiatku, ktorá bola povedaná do zázračného telefónu. Hra sa opakuje, deti sa vymenia. V závere aktivity si deti nakreslia mobilný telefón, ktorý sa im páči. Môžu mu vymyslieť aj mená.

### **NÁŠ ČASOPIS**

**Edukačný cieľ:** So záujmom prezerať detské časopisy s rôznym tematickým zameraním, hľadať a objavovať v nich poučenie a inšpiráciu na ďalšie rozširovanie svojho vedomostného obzoru. Objavovať v časopisoch hodnotné, pozitívne informácie.

**Edukačný materiál:** detský časopis

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Každé dieťa si prelistuje časopis a nájde v ňom niečo, čo ho zaujalo, čo sa mu páči, čo ho oslovilo, čo by si chcelo pozrieť, urobiť alebo prečítať, pracuje s ním samostatne. Deti vzájomne komunikujú. Učiteľka sa pýta: Čo vás zaujalo? Čo by ste si chceli v časopise pozrieť, prečítať? Ktorý obrázok sa vám páči? (Prebieha spoločný rozhovor o jednotlivých častiach časopisu.) Učiteľka zadá deťom úlohy, deti ich plnia: vystrihovačky, rébusy, labyrinty, doplňovačky, obrázkové čítanie, vyrábanie podľa návodu, individuálne a skupinové úlohy. Deti si môžu zhotoviť svoj vlastný triedny časopis, dať mu názov, vystrihnúť obrázky, pridať fotografie.



## OBJAV MLIEKO

**Edukačný cieľ:** Uvedomovať si pozitívne vplyvy, ktoré prinášajú médiá. Zdôvodniť úžitok hospodárskych zvierat, opísať pôvod niektorých potravín.

**Edukačný materiál:** reklama dostupná na [www.youtube.sk](http://www.youtube.sk)

**Vek:** 4 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ pustí deťom ukážku reklamy z internetu, ktorá sa začína obrazom chlapca, ktorý ráno vstáva z postele a uteká do kuchyne, aby si dal na raňajky mlieko, ktoré mu podá matka v pohári. Neskôr ukáže svoju silu tým, že nadvihne matku zo zeme. Ukážka pokračuje vonku, kde sa chlapec hrá so svojím psíkom. Večer nesie v jednej ruke niekoľko kníh a v druhej pohár mlieka a ide študovať. Ukážka je zakončená logom *Objav mlieko* a sloganom *Objav mlieko a buď v pohode!*

*„Mama mi každé ráno nachystá pohár mlieka. Hovorí mi, že mlieko obsahuje vápnik a veľa iných výživných vecí.“*

*„Viem, že mi dáva silu a energiu. Vďaka nemu sa cítim zdravý a mám pevné kosti. Mlieko mám veľmi rád, dám si ďalší pohár a idem na to.“* *„Objav mlieko a buď v pohode!“*

Deti, ktoré poznajú znenie piesne z reklamy, si ju môžu zaspievať a spoločne sa ju naučíme. Rozhovorom o reklame a jej obsahu diskutujú o význame, pôvode, výrobkoch z mlieka pre zdravie človeka. Po skončení reklamy vedia deti vyjadriť jej účel a zhodnotiť jej význam.

## VODA Z VODOVODU

**Edukačný cieľ:** Zdôvodniť a opísať pozitívne mediálne vplyvy, ktoré prinášajú médiá. Opísať a zdôvodniť nenahraditeľný význam vody z hľadiska zachovania života na Zemi.

**Edukačný materiál:** Voda z vodovodu – 30-sekundový spot vytvorený Ministerstvom zdravotníctva SR na podporu konzumácie pitnej vody, reklama dostupná na [www.youtube.sk](http://www.youtube.sk)

**Vek:** 5 – 6 rokov

**Postup:** Učiteľ spustí prehrávanie ukážky reklamy z internetu. Reklama sa začína svižne, spievaným sloganom, má chytľavú melódiu a krátku pesničku. Celá je kreslená, hlavnou hrdinkou je kvapka vody. Na začiatku je zobrazená celá zemeguľa, obraz prechádza na detail pohára s vodou sprevádzaný prezentovaním výhod využívania vody z vodovodu hlasmi malých detí aj graficky. Spot sa končí melodickou pesničkou *Pijem zdravú vodu,*

*nápoj z vodovodu*, počas ktorej kvapka tancuje. Reklamný spot sa končí odporúčaním Ministerstva zdravotníctva SR.

*„Pijem zdravú vodu, vodu z vodovodu.“*

Dievča: *„Viete, čo nám môžu deti z celého sveta závidieť?“*

Chlapec: *„Nápoj z vodovodu! Lebo je zdravý, chutný, lacný a mama nemusí zbytočne vláčiť ťažké fľaše z obchodu.“*

*„Pijem zdravú vodu, nápoj z vodovodu.“*

Spot nás nabáda k tomu, aby sme pili vodu, ktorú máme doma, a nemuseli ju nosiť z obchodu. Rozhovorom o reklame a jej obsahu prebieha diskusia o význame čistej pitnej vody pre zdravie človeka. Po skončení reklamy vedia deti vyjadriť jej účel a zhodnotiť jej význam.

## ZÁVER

Deti sú v súčasnosti čoraz aktívnejšími používateľmi komunikačných technológií. Pre politikov, zákonodarcov, rodičov, pedagógov je ochrana pred ich škodlivým obsahom a vplyvom veľký problém. Ideálnou prevenciou voči násiliu na obrazovke je výchova človeka – diváka, ktorá si vyžaduje spojenie všetkých síl. Čo sa dá urobiť pre to, aby násilie v médiách negatívne neovplyvňovalo vývoj detí?

Luciano Moia (2007, s. 11-13) vo svojej knihe uvádza: *„Netreba sa vzdávať. Treba protestovať proti nevhodným rozhodnutiam prevádzkovateľov sietí, posilňovať úlohu rodinných asociácií, ktoré už dlhší čas poukazujú na prípady povrchnosti a nepozornosti. Moc kontrolných orgánov je však príliš ohraničená a sankcie nestačia zastaviť obrovské ekonomické možnosti prevádzkovateľov. Bolo by ťažkým omylom myslieť si, že tento proces sa dá úplne zveriť na rodičov, školu, na štát alebo na samotné televízne stanice. Cieľom je nájsť zlatú strednú cestu, ktorá sa vyhne otrockému podriadovaniu sa televíznym modelom, a zároveň považuje za neprijateľné úplné odmietanie.*

Mediálna výchova má byť pozitívna. Keď deťom predložíme to, čo je esteticky a morálne na vysokej úrovni, pomôže im to v rozvoji schopnosti hodnotiť, byť rozvážnymi a vedieť rozlišovať. Tu je dôležité uvedomiť si, že najdôležitejší je príklad rodičov. Krása ako odraz božského inšpiruje a oživuje srdcia a mysle mladých, pokým ošklivosť a vulgárnosť majú na ich postoje a správanie devastujúci vplyv (Benedikt XVI., 2007).

Wilkins (2009) vyzýva: *„Tvorcovia politiky, detskí poradcovia, štátna sféra či mediálny priemysel by mali zvážiť a podporovať inovatívnu politiku, stratégie a opatrenia z hľadiska pozitívneho potenciálu, ktorý poskytujú moderné médiá deťom a mladým, a kvôli zmierneniu a kontrolovaniu ich škodlivých účinkov. Vláda spolu s mimovládnyimi organizáciami môže konať v podpore mediálnej gramotnosti a mediálnej výchovy, aby podporili a splnomocnili rodiny, učiteľov a deti používať médiá rozumne a takýmto spôsobom zvýšiť potenciál pre moderné médiá, aby pozitívne ovplyvňovali vzdelávanie a kultúrnu asimiláciu detí a súčasne minimalizovali negatívne účinky médií.*

Naším cieľom bolo priblížiť problematiku médií a ich vplyvu na deti predškolského veku, ktorej treba venovať veľkú pozornosť, pretože médiá patria popri rodine a škole k základným činiteľom, ktoré ovplyvňujú budúcu osobnosť dieťaťa. V teoretickej časti sme sa venovali médiám všeobecne, ich moci a vplyvu na dieťa predškolského veku, opísali sme ich vplyv na socializáciu a hodnotovú orientáciu detí a ich vplyv na smerovanie detského morálneho vývoja. Priblížili sme výchovné pôsobenie televízie, ale aj jej vplyv na agresívne správanie dieťaťa. Poukázali sme na to, že optimálnym



riešením je výchova človeka – diváka pozitívnym mediálnym pôsobením. Treba si uvedomiť, že je dôležitá nielen výchova k médiám, ale i výchova médiami. Reklama sa stala súčasťou nášho života a viac či menej, ako jej to dovoľíme, diktuje nám a našim deťom konzumný spôsob života. Záleží na nás, či sa mu podvoľíme, alebo budeme naše deti viesť cestou rozumného prístupu k hmotným veciam, ktoré súčasná doba nadmieru ponúka. Časopisy si našli cestu k detskému adresátovi. Fenoménom súčasnosti sa stáva internet a jeho obrovská sila. Je na nás dospelých, do akej miery dovoľíme ovplyvniť detskú dušu tým správnym spôsobom.

Implementácia mediálnej výchovy do výchovno-vzdelávacieho procesu v školách a školských zariadeniach by sa mala zameriavať na zvyšovanie úrovne mediálnej gramotnosti, mala by ukázať deťom, ako zodpovedne využívať médiá a nové technológie, ale aj rozvíjať u detí kritické postoje vzhľadom na mediálne obsahy.

Doba ide dopredu, avšak pozrime sa občas späť do minulosti. Ľudia dokázali prežiť svoj život krásne, bez mnohých vecí, bez ktorých si my život nevieme predstaviť. Médiá nám veľmi uľahčujú život, komunikáciu, sprostredkujú nám množstvo informácií. Nedovoľme im, aby nás pohltili, aby nám život kvôli nim „pretiekol pomedzi prsty“ a aby naša mladá generácia mohla žiť naplno a nie pod ich výrazným vplyvom.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

Ako nestratiť dieťa vo svete internetu. Príručka pre rodičov. Pomôcka pre rozhovory s deťmi o rizikách vo virtuálnom priestore [online]. In *OVCE. sk.* [cit. 2013-12-13].

Dostupné na internete:

<[http://sheeplive.eu/sites/default/files/prirucka\\_ucitelia\\_a4.pdf](http://sheeplive.eu/sites/default/files/prirucka_ucitelia_a4.pdf)>.

Ako vnímajú reklamu deti. In *MOJANITRA* [online] [cit. 2013-12-13]. Dostupné na

internet: <[http://kancelaria.mojanitra.sk/subportals2/kancelaria-ako-vnimaju-reklamu-deti-nitra.phtml?id\\_temy=807&action=clanky&id\\_clanku=5236&p\\_sekcia](http://kancelaria.mojanitra.sk/subportals2/kancelaria-ako-vnimaju-reklamu-deti-nitra.phtml?id_temy=807&action=clanky&id_clanku=5236&p_sekcia)>.

BAEHR, T. 2009. Rodina vystavená ilúzii filmov a internetovej zábavy. Už nie sme v Kansase alebo Kyjeve. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie.* Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2009. 650 s. ISBN 978-80-8084-421-9.

BENEDIKT XVI. 2007. *Deti a komunikačné prostriedky: výzva pre výchovu* [online].

Posolstvo Svätého Otca Benedikta XVI. k 41. svetovému dňu spoločenských komunikačných prostriedkov. [cit. 2013-12-13]. Dostupné na internete:

<<http://www.kbs.sk/obsah/sekcia/h/dokumenty-a-vyhlasenia/p/dokumenty-papezov/c/posolstvo-masmedia-2007>>.

BUCKINGHAM, D. 2005. *Media education. Literacy, Learning and Contemporary Culture.* Polity Press, 2005.

GUZIOVÁ, K. 2008. Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie – európsky referenčný rámec. In *Príručka na tvorbu školských vzdelávacích programov pre materské školy.* Bratislava : MPC, 2008. ISBN 978-80-8052-324-4.

HELUS, Z. 2004. *Dítě v osobnostním pojetí. Obrat k dítěti jako výzva a úkol pro učitele i rodiče.* 1. vyd. Praha : Portál, 2004. 232 s. ISBN 80-7178-888-0.

HRONCOVÁ, I. 2004. Vplyv reklamy na deti a mládež. In *Mládež a spoločnosť*, 2004, roč. 10, č. 1, s. 38-45.

CHLEBÍK, J., CHLEBÍKOVÁ, J. 1997. Zlo a násilie v rozprávkach. In *Stop násiliu v programoch TV : Zborník príspevkov k problému obrazu násilia v televíznych programoch pre deti a mládež.* Bratislava : Prix Danube '97, Slovenská televízia Bratislava, 1997. 108 s.

KAČINOVÁ, V. 2009. Mediálna výchova v rodine. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie.* Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2009. 650 s. ISBN 978-80-8084-421-9.

KMÍNKOVÁ, Z. 1997. Vplyv televíznej obrazovky na deti. In *Stop násiliu v programoch TV : Zborník príspevkov k problému obrazu násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Prix Danube '97, Slovenská televízia Bratislava, 1997. 108 s.

KNAPÍKOVÁ, Z., KOSTRUB, D., MIŇOVÁ, M. 2002. *Aktivizujúce metódy a formy v práci učiteľky materskej školy*. Prešov : Rokus, 2002. ISBN 80-89055-18-4.

KOLEKTÍV AUTOROV, 2011. *Metodika predprimárneho vzdelávania*. Bratislava : Štátny pedagogický ústav, 2011, 349 s. ISBN 978-80-968777-3-7.

KOMENSKÝ, J. A. 1991. *Informatórium školy materskej*. Bratislava : SPN, 1991.

*Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania* [online]. [cit. 2013-12-13]. Dostupné na internete:

<[http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia\\_medialnej\\_vychovy\\_v\\_SR.pdf](http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf)>.

KOSOVÁ, B., KASÁČOVÁ, B. 2007. *Základné pojmy a vzťahy v edukácii*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2007. 162 s. ISBN 978-80-8083-525-5.

KOSTOLANSKÝ, E. 2008. Modelovanie a analýza masmediálnych (textových) informácií. In *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Zborník z vedeckej konferencie. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008. 339 s. ISBN 978-80-8105-072-5.

KOŤÁTKOVÁ, S. 2005. *Hry v mateřské škole v teorii a praxi*. Praha : Grada Publishing, a. s., 2005. 184 s. ISBN 80-247-0852-3.

KRAJŇÁK, O. 2009. Deti a mládež pred obrazovkami slovenských televízií. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie*. Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku. 2009. 650 s. ISBN 978-80-8084-421-9.

KUTÁLKOVÁ, D. 2001. *Logopedická prevence*. Praha : Portál, 2000. ISBN 80-1246-23-1.

LANGMEIER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. 2006. *Vývojová psychologie*. 2. aktualizované vydání. Praha : Grada Publishing, 2006. 368 s. ISBN 80-247-1284-9.

LIPNICKÁ, M. 2011. *Predškolská pedagogika*. Prešov : Rokus, 2011. 152 s. ISBN 978-80-89510-01-6.

LUPTÁKOVÁ, M. *Vplyv médií na vývoj detí a mládeže* [online]. [cit. 2013-12-13]. Dostupné na internete: <<http://vychovneporadenstvo.nazory.eu/rubriky/pre-rodicov/vplyv-medii-na-vyvoj-deti-a-mladeze>>.

MARTÍNEK, Z. 2009. *Agresivita a kriminalita školní mládeže*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2009, 152 s. ISBN 978-80-247-2310-5.

MEDIA AWARENESS NETWORK [online]. [cit. 2013-12-13]. Dostupné na internete: <<http://www.media-awareness.ca/english/index.cfm>>.

*Mediálna výchova ako prierezová téma v materskej škole*. Aktualizačné kontinuálne vzdelávanie [online]. Bratislava : MPC. [cit. 2013-12-12]. Dostupné na internete: <[http://www.mpc-edu.sk/library/files/med\\_vych\\_ako\\_prier\\_tema\\_v\\_ms\\_po.pdf](http://www.mpc-edu.sk/library/files/med_vych_ako_prier_tema_v_ms_po.pdf)>.

MEŠŤÁNKOVÁ M. 2008. Žiarivé obrazovky a detský divák. In *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Zborník z vedeckej konferencie. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008. 339 s. ISBN 978-80-8105-072-5.

MINICHOVÁ, K. 1997. Animovaný film, televízna obrazovka a deti. In *Stop násiliu v programoch TV : Zborník príspevkov k problému obrazu násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Prix Danube '97, Slovenská televízia Bratislava, 1997, 108 s.

MISTRÍK, M. a kol. 2008. *Koncepcia výučby predmetu mediálna výchova na stredných školách*. Metodika. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda, 2008.

MOIA, L. 2007. *Televízne deti*. Bratislava : Lúč, 2007. 54 s. ISBN 978-80-7114-618-6.

ONDREJKOVIČ, P. 1996. Vplyv masovokomunikačných prostriedkov na správanie detí a mládeže. In *Mládež a spoločnosť*, (1996), roč. 2, č. 2, s. 5-12.

ONDRUŠKOVÁ, I. 2009. Poňatie dieťaťa a detstva v historickom i súčasnom kontexte. In *DISPUTATIONES SCIENTIFICAE UNIVERSITATIS CATHOLICAE IN RUŽOMBEROK*. Ružomberok : KU, 2009, roč. IX, č. 2, s. 9-19.

PASTIRČÁK, D. 1997. Smutná svadba morskej panny. In *Stop násiliu v programoch TV : Zborník príspevkov k problému obrazu násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Prix Danube '97, Slovenská televízia Bratislava, 1997. 108 s.

PODMANICKÝ, I. 1997. Prevencia – vnútorná sloboda a zodpovednosť. In *Stop násiliu v programoch TV : Zborník príspevkov k problému obrazu násilia v televíznych programoch pre deti a mládež*. Bratislava : Prix Danube '97, Slovenská televízia Bratislava, 1997. 108 s.

REIFOVÁ I. a kol. 2004. *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, s. r. o., 2004. 327 s. ISBN 80-7178-926-7.

ŘÍČAN, P. 2004. *Cesta životem. Vývojová psychologie*. Praha : Portál, 2004. 383 s. ISBN 80-7367-124-7.

SPUCHLÁK, J. 2009. Úloha reklamy v komerčnom svete a jej „vina“. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie*.

Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2009. 650 s.

ISBN 978-80-8084-421-9.

STAŠENKOVÁ, A. a kol. 2007. *Internetová bezpečnosť detí*. Stará Ľubovňa : Asociácia spotrebiteľských subjektov Slovenska, 2007. 27 s. ISBN 978-80-969629-1-7.

*Štátny vzdelávací program ISCED 0 – predprimárne vzdelávanie*.

Bratislava : MŠ SR, 2008.

*Štátny vzdelávací program ISCED 1 – primárne vzdelávanie*. Bratislava : MŠ SR, 2008.

TONDRA, F. 2009. Morálne správanie sa rodín pod vplyvom médií. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie*.

Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2009. 650 s.

ISBN 978-80-8084-421-9.

TRUBÍNIOVÁ, V. a kol. 2007. *Predškolská pedagogika. Terminologický a výkladový*

*slovník*. Ružomberok : Pedagogická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2007.

893 s. ISBN 978-80-8084-162-1.

Vplyv reklamy na vaše dieťa. Naučte vaše dieťa, ako vnímať reklamy [online]. In *UPC.sk* [cit. 2013-12-13]. Dostupné na internete: <<http://www.upc.sk/zabava/deti-a-media/televizia-a-filmy/predskolaci/>>.

UVÁČKOVÁ, I. 2000. Stimulácia dieťaťa prostredníctvom televíznej obrazovky. In *Predškolská výchova*. ISSN 0032-7220, 2000/2001, roč. LV, č. 1, s. 30-32.

UVÁČKOVÁ, I. 2001. Vplyv televízie na dieťa predškolského veku. In *Predškolská výchova*. ISSN 0032-7220, 2000/2001, roč. LV, č. 3, s. 29-33.

VÁGNEROVÁ, M. 2005. *Vývojová psychologie : Dětství a dospívání*. Praha : Karolinum, 2005. ISBN 978-80-246-0956-0.

VÁGNEROVÁ, M. 2007. *Základy psychologie*. Praha : Karolinum, 2007.

ISBN 978-80-246-0841-9.

VAVRINA, R. *Deti a mobily – vhodná kombinácia?* [online]. [cit. 2013-11-18]. Dostupné na internete: <<http://mobilmania.azet.sk/clanky/deti-a-mobily-vhodna-kombinacia/sc-3-a-108284/default.aspx>>.

VERNER, P. 2007. Mediální výchova – průřezové téma. Praha : Albra, spol. s r. o., 2007.

106 s. ISBN 978-80-7361-042-5.

VRABEC, N. 2008. Mládež ako publikum médií. In *Médiá, spoločnosť, mediálna fikcia*. Zborník z vedeckej konferencie. Trnava : Fakulta masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2008. 339 s. ISBN 978-80-8105-072-5.

VYHNÁLEK, J. [online]. [cit. 2013-12-18]. Dostupné na internete: <<http://ao-institut.sk/texty/Mozek/17-napodobovaci-pud-deti.html>>.

VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. 2010. *Reklama – Jak dělat reklamu*. 3. vydanie. Praha : Grada Publishing, a. s., 2010. 208 s. ISBN 978-80-247-3492-7.

WÁGNEROVÁ, M. 2008. *Vývojová psychologie 1*. Praha : Univerzita Karlova v Prahe, 2008. 466 s. ISBN 978-80-246-0956-0.

WÁGNEROVÁ, M. 2005. *Vývojová psychologie 1. Dětství a dospívání*. Praha : Univerzita Karlova v Prahe, 2005. ISBN 80-246-0956-8.

WILKINS, R. 2009. Ochrana detí pre škodlivými účinkami médií. In *Rodina a médiá – XXIII. medzinárodný kongres rodiny : Zborník zo svetovej vedeckej konferencie*. Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2009. 650 s. ISBN 978-80-8084-421-9.

*Zákon o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov č. 147/2001 Z. z. Slovenskej republiky* [online]. [cit. 2013-11-21]. Dostupné na internete: [\\_≤http://www.zakonypreludi.sk/zz/2001-147>](http://www.zakonypreludi.sk/zz/2001-147).

ZASEPA, T., OLEKŠÁK, P. 2008. *Mediálna výchova*. Ružomberok : Filozofická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku, 2008. 196 s. ISBN 978-80-8084-291-8.

ZASEPA, T. 2002. *Médiá v čase globalizácie*. Bratislava : Lúč, 2002. 424 s. ISBN 80-7114-387-1.

ZASEPA, T. 2003. *Moc a nemoc médií*. Bratislava : Veda, vydavateľstvo SAV, 2003. 183 s. ISBN 80-224-0740-2.