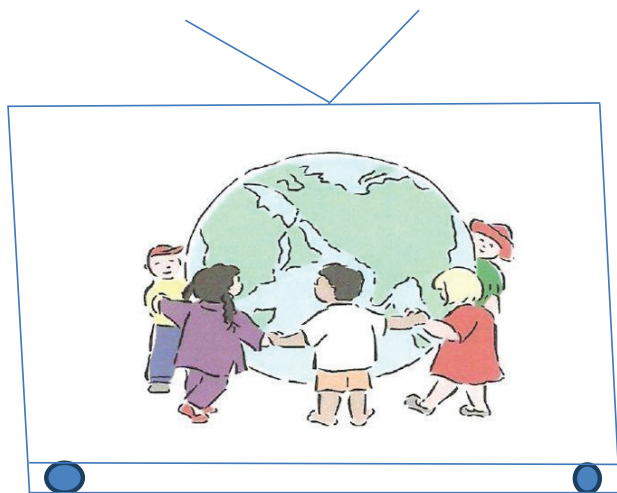


Mediálna výchova hrou pre rodičov

/manuál moderného rodiča/



Miroslava Langerová

Košice 2014

Mgr. Miroslava Langerová, PhD.

Mediálna výchova hrou pre rodičov

/manuál moderného rodiča/

Editori: Mgr. Martina Dávidová

Ing. Daniel Lajčin, PhD.

Publikácia je financovaná z prostriedkov programu Školy pre budúcnosť 2013/2014, ktorý prevádzkuje Nadácia Orange.

Košice 2014

Autor: Mgr. Miroslava Langerová, PhD.

Editori: Mgr. Martina Dávidová

Ing. Daniel Lajčín, PhD.

Prvé vydanie. Košice 2014

Vydávajú:

Žabky

Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom

ISBN 978-80-89400-98-0

EAN 9788089400980

Za vydanie tejto publikácie pre rodičov vd'acíme Nadácii Orange a taktiež Dubnickému technologickému inštitútu. Nadácia Orange finančne podporila vznik publikácie a Dubnický technologický inštitút prispel po odbornej stránke ku kvalite publikácie.

V edícii Mediálna výchova hrou vyšli v roku 2014 aj:

- **Mediálna výchova hrou pre učiteľov**
- **Mediálna výchova hrou pre žiakov**

Obe publikácie spolu s publikáciou, ktorá sa Vám práve dostala do rúk, je možné si objednať na maily: mirka@zabky.sk

OBSAH

ÚVOD	9
1 V akom svete dnes žijú naše deti	11
2 Čo to vlastne tie médiá sú	14
3 Aký postoj zaujať	16
4 Čomu sa vyvarovať	33
5 Vytvárajte si vlastné médiá	36
6 Hovorte o reklame	38
7 Zostavte si vlastný rebríček hodnovernosti relácií	43
8 História a ako ju vidíme my	46
9 Trocha teórie z príručky Mediálna výchova hrou pre učiteľov	50
ZÁVER	56
LITERATÚRA	59

ÚVOD

Každý deň sa k nám dostávajú informácie a rady od rodičov, kolegov, priateľov, médií, blogov, či z internetu o tom, ako vychovávať naše deti. Niektorí z nás tieto podnety ignorujú, iní si z nich vyberajú, niektorí berú vážne každú radu. Mnohé z nich sa v posledných rokoch sústreďujú najmä na to, koľko času povoliť svojim ratolestiam pri počítačoch, pri televízií, na internete.

Média sú dennodennou súčasťou našich životov a najmä životov našich detí. Na internete a počítačoch sú v škole, pripájajú sa naň opäť po návrate zo školy, často k tomu aj s pustenou televíziou. Sociálne siete a virtuálna identita je samozrejmosťou pre každého teenagera. Sú tieto „moderné výdobytky“ pre naše deti nebezpečné? Nakoľko je ich užívateľská zručnosť využívania počítačov a internetu prospešná a nakoľko môže našich potomkov ohrozovať? Ako trávia vaše deti čas, keď prichádzate z práce?

Možno si teraz myslíte, že sa vám do rúk dostala príručka, ktorá bude hovoriť o tom, že každé dieťa by čo najmenej času malo tráviť pri telke či pri počítači. Nie je to tak. Táto príručka má slúžiť každému rodičovi, ktorý chce vedieť niečo o potrebe mediálnej gramotnosti svojho dieťaťa, teda o tom, ako môže každý človek prežiť v tejto mediálnej dobe bez toho, aby mu uškodila a predsa aby nebol vylúčený z „centra diania“. Úlohou rodiča je vychovávať. Sú oblasti, v ktorých môžeme postupovať podľa toho, ako sme boli vychovávaní my samí. Mediálna výchova medzi nich nepatrí, v ére nášho detstva rodičia nemuseli riešiť mediálnu výchovu. Naše mediálne kompetencie sa vyvíjali v čase tak, ako sa vyvíjali médiá. Z toho dôvodu vyšla táto publikácia, aby ukázala, ako je možné jednoducho s médiami fungovať.

Nemusíme pred médiami zatvárať oči a snažiť sa tváriť, že sa nás netýkajú. Stačí poznať ich slabosti a aj silné stránky a využívať médiá a mediálne informácie vo svoj prospech. Poznanie základných pravidiel mediálnej doby pomôže každému rodičovi stotožniť sa s úlohou, ktorú má jeho dieťa, keď chce plnohodnotne zapadnúť medzi svojich rovesníkov. Život v mediálnom svete je faktom, ktorý je lepšie akceptovať, ako ignorovať. Média sú tu na to, aby nás ovplyvňovali. To ale zákonite nemusí znamenať, že my sme tu s našimi deťmi na to, aby sme sa nechali ovplyvniť.

1 V akom svete dnes žijú naše deti

Každý pohár sa môže zdať poloplný aj poloprázdny. Záleží od toho, ako sa naň pozeráme. Tak je to aj s médiami a internetom. Naša mládež a o to viac aj deti, ktoré teraz iba zisťujú, ako zapnúť počítač, majú čo sa týka získavania informácií, úplné iné možnosti ako generácie narodené pred tridsiatimi a viac rokmi.

Keď som si písala do školy referát ja, bolo potrebné zísť do knižnice a študovať literatúru tam, alebo si knihy požičať domov. Robiť veci na poslednú chvíľu v tom čase bez prístupu na internet nebolo veľmi možné. V súčasnosti je možné si odborný referát urobiť aj za zlomok času, stačí si správne vyhľadať informácie na internete. Na jednej strane je to pre súčasnú generáciu žiakov a študentov uľahčenie, na druhej strane, tým pádom aj pedagógovia neprijímajú výhovorky, prečo sa úloha nedala splniť.

Ak sme učivo vymeškali my, bolo zrejmé, že nebolo možné si to hneď doštudovať, pretože málokto by spolužiak by ozelel, keby počas pracovného týždňa nemal svoje poznámky, v súčasnosti pedagógovia učivo flexibilne pošlú žiakom na mail, či už v oscenovanej podobe, alebo priamo vo forme prednášok.

Kedysi sme si dohodli stretnutie na predchádzajúcom stretnutí, alebo prostredníctvom pevnej linky a nebolo možné ho na poslednú chvíľu meniť, či rušiť, pretože bol dotyčný bez mobilného telefónu a teda už nedosiahnuteľný. V súčasnosti mladí ľudia často na poslednú chvíľu menia svoje plány, pretože jednou sms sa dá zmena oznámiť aj celej skupine ľudí v jednej sekunde.

Každodenné rozhovory na sociálnych sieťach a nadväzovanie virtuálnych priateľstiev sú prioritnými témami v škole aj mimo nej. Je teda nevyhnutné na sociálnej sieti tráviť určitý čas, aby sa človek dokázal zapojiť

do rozhovorov, ktoré prebiehajú síce mimo sieť avšak o sieti.

V priebehu posledných desaťročí médiá výrazne zasiahli do individuálneho, skupinového i spoločenského života ľudí takmer na celom svete. Označujú sa za dôležitý nástroj socializácie človeka. Práve prostredníctvom médií a ich pôsobenia v našom živote sa mení aj štruktúra skúseností človeka. Často prevažuje mediálna skúsenosť nad vlastnou prežitou skúsenosťou. S touto prevahou úzko súvisí aj fakt, že mediálna realita sa vníma ako reálnejšia, skutočná. To sa spätne prejavuje i v správaní sa a v postojoch k realite. Čo nie je zachytené v médiách, akoby prestávalo byť skutočným, reálnym. U dospelých sa to prejavuje väčším strachom a úzkosťou vo vzťahu ku svojim deťom. Vďaka negatívnym správam, informáciám o vraždách a únosoch už nepúšťame deti samé do školy, kontrolujeme ich na každom kroku a narúšame ich slobodu. Len si spomeňme, ako sme na prvom či druhom stupni základnej školy fungovali my. Ja osobne som chodila sama cestou do školy už v druhom ročníku na základnej škole a to isté platí aj na cestu zo školy. V súčasnosti tak chodia domov často iba deti, ktoré na trase škola – domov nemajú žiadnu cestu, ktorú by prekonávali, či iné životné nástrahy.

Je potrebné, aby sme sa odpútali od mediálnej reality, aby sme nevnímali všetky tragédie, ktoré sa udejú vo svete, za osobné. Z našich detí totiž potom vychovávame generáciu, ktorá sa vie dokonale orientovať vo virtuálnom svete, v reálnom svete sú to však často nevyzreté osobnosti, s ktorými všetko robia rodičia.

Svet, v ktorom žijú dnes naše deti, je obklopený médiami. O statusoch rovesníkov na sociálnych sieťach sa diskutuje počas prestávok v školách, o reality show vysielaných v televíziách sa diskutuje počas voľných chvíľ po škole. Zakazovať deťom médiá, pretože na nich majú negatívny vplyv, je preto nemožné, pretože by sme ich vyťahovali aj z ich reálneho života so

spolužiakmi a priateľmi. Nebyť na sociálnej sieti znamená nevedieť novinky a nemať sa ako zapojiť do debát s rovesníkmi. Najdôležitejšie je, aby sme pred mediálnou dobou nezatvárali oči. Média z nášho života, ani so života našich detí, nemusíme odstraňovať.

2. Čo to vlastne tie médiá sú

Médiom je každý zdroj informácií. Médiom je teda aj každý z nás. Tak ako aj my máme vplyv na naše deti a napodobňujú nás, tak majú na naše deti vplyv aj iné médiá. Či už sú to spolužiaci, učitelia, susedia, známi. Tento vplyv poznáme všetci a vieme sa s ním skôr konfrontovať, pretože sme to zažívali aj v našom detstve. V súčasnosti je však nový vplyv masmédií na naše deti, mládež, ale taktiež aj na nás. Masmédiá sú tie médiá, ktoré dokážu šíriť informácie medzi celé masy. Najväčší vplyv má na deti televízia a internet. Pri oboch týchto médiách je potrebné myslieť na to, že aj tu od útleho detstva funguje napodobňovanie. Čím častejšie vidia deti tráviť čas pri internete alebo televízii nás, tým viac to budú považovať za klasický model správania, ktorý budú opakovať. Nie je možné vyžadovať, aby sme my mohli tráviť čas za počítačom a pri zapnutej televízii a pritom žiadať, aby dieťa tieto médiá ignorovalo a trávilo čas čítaním, alebo kreslením. Túto skutočnosť by sme si mali ako rodičia uvedomiť v čo najútlejšom veku dieťaťa.

Zvláštnosťou medzi médiami sú noviny a časopisy. Napriek tomu, že ide tiež o masové médiá, ich vplyv je skôr pozitívny. Nie je preto na škodu, ak si domov do domácnosti občas kúpite nejaké noviny alebo časopisy a prelistujete ich vo voľnej chvíli. To isté platí aj pre dieťa. Ak by si dokázalo vybudovať vzťah k nejakému záujmovému časopisu, môžete ho v tomto smere podporiť. Pri čítaní časopisov neprichádza k interakcii, dieťa neodovzdáva žiadne osobné údaje ako na internete, rozvíja si fantáziu a predstavivosť viac ako pri televízii. Z toho dôvodu printové, tlačené médiá nebudú predmetom tejto publikácie. Ich používanie prináša viac kladných vplyvov ako záporných. V určitom veku dokonca môže dieťa chcieť kupovať zahraničné časopisy, čo znamená precvičovanie si cudzieho jazyka.

Samozrejme, pri tejto možnosti je potrebné brať do úvahy, či takého časopisy nenarúšajú rodinný rozpočet.

3. Aký postoj zaujať

To, ako budeme postupovať, pri mediálnej výchove našich detí, záleží od ich veku. Iba primeraný prístup nám môže zabezpečiť, aby naša ratolesť bola s našimi pravidlami stotožnená a aby tým pádom médiá mali v domácnosti pozitívny a nie negatívny vplyv.

Máme doma dieťa do šesť rokov

Aký úžasný je pocit, keď si môže mama v pokoji navariť, pretože jej dieťa pár minút dokáže sústredene pozeráť v televízii rozprávku. Je potrebné to meniť? Samozrejme, že nie. Pokiaľ dieťa je cez deň von na ihrisku s rovesníkmi, alebo v škôlke a príde domov a potrebuje určitý čas bez komunikácie a bez podnetov, nie je nič na tom, ak je pár minút pri televízii. Pamätám sa na obdobie, keď môj syn nechodil ešte do škôlky a vydržal pri televízii najviac tak dvadsať minút. To bol čas, ktorý som si ukradla ja pre seba a jemu som tú rozprávku dožičila. Mimo toho sme chodili doobeda von na ihrisko, aj po poobedňajšom spánku von na ihrisko. Keď začal chodiť do škôlky, po škôlke stále chcel, aby som mu zapla nejakú rozprávku, avšak vôbec ju nevnímam, len sa chcel objímať a mať ma tých pár minút bezvýhradne pre seba. Takto to trvalo až do jeho piatich rokov, televízia bola súčasťou našej chvíľky, ktorú sme ale po náročnom škôlkárskom a pracovnom dni nevyplňali žiadnou inou aktivitou.

Ako sa teda správať, ak máme doma malé dieťa? V domácnosti nemusí byť ticho. Môže byť aj počas celého dňa zapnuté nejaké médium, je však potrebné odlišovať, či máme zapnuté médium preto, aby sme ho sledovali, či počúvali, alebo ide iba o prisluchové médium, aby nebolo v domácnosti ticho. **Naše dieťa by nikdy nemalo mať dojem, že ho nevnímame preto,**

lebo vnímame mediálny obsah. A ak, tak iba s určitou pravidelnosťou, v určitom obmedzenom čase, napríklad počas večerných správ.

Druhým pravidlom je, že by **v domácnosti nemali byť, najmä v televízii, zapnuté nevhodné programy.** Môžete mať zapnuté detské programy, alebo vtipné sitkomy, v každom prípade nie je vhodné sledovať kriminálne seriály a násilný obsah.

Tretím pravidlom je **reagovať na dotazy dieťaťa, ktoré sa týkajú toho, čo v médiách vidia.** Bez ohľadu na to, o čo ide. Môže ísť o rozprávku, kde je ružový sloník a dieťa sa opýta: „Aj v ZOO uvidíme ružového sloníka?“ Takéto otázky nie je vhodné ignorovať. Je potrebné vysvetliť, že to je rozprávka a nie je to naozaj a sloník je naozaj sivý. Ak postrehnú obsah, ktorý by nemali vidieť, napríklad haváriu áut vo večerných správach a zaujímajú sa o to, čo sa deje, je tiež potrebné im to objasniť. Ideálne štýlom, že sa to nestalo nikde blízko, že sa to nestáva často, ale aut je veľa a občas sa niektoré zrazia.

Štvrtým pravidlom je **neprenášať si prácu domov.** Často od rodičov počúvam, že doma majú štvorročné dieťa a aké je to už teraz dobré, pretože už sa zahrá aj samo a oni si môžu v pokoji na počítači dorobiť veci do práce. Dieťa sa zahrá samo, ale vníma, že rodič pracuje a nie je mu k dispozícii. Samozrejme, tým nechcem povedať, že naše deti nemajú byť vôbec vedené k samostatnej hre. Je dobré, ak sa naše dieťa dokáže zahráť samo, avšak v tomto veku ešte nie je vhodné naplno sa venovať práci. V prípade, že sa naše dieťa hrá, môžeme si pozrieť televíziu, prečítať časopis, alebo robiť čokoľvek iné, pri čom nepotrebuje celú pozornosť venovať našej aktivite. Naše dieťa je totiž ešte vo veku, kedy by sme aspoň určitú časť pozornosti

mali mať k dispozícii preňho. Predpokladáme, že práca je predsa len činnosť, na ktorú sa potrebujeme sústrediť viac ako napríklad na sitkom v televízii. To znamená, že ak by nás aj dieťa potrebovalo vziať na chvíľu do svojej hry, tak by sme ho nemali odbiť tým, že teraz máme niečo dôležitejšie na práci.

Piatym pravidlom je **nevyužívať to, že dieťa dokáže dlho obsedieť pri televízii**. Čím bližšie je dieťa vekom školskej dochádzke, tým viac rozprávok dokáže vnímať a teda aj dlhší čas presedieť pri televízii. Nemali by sme však tejto jeho schopnosti prispôbovať aj jeho reálny pobyt pri televízii. Televízia sa v takom prípade, keď je už žiadaná, môže dávať za odmenu. Keď bude uprataná izba, môže sa pustiť jedna rozprávka. Keď budú večer poctivo umyté zuby, môže sa pustiť jedna rozprávka a podobne. Pokiaľ to počasie dovoľuje, je dôležité, aby sme v sebe našli energiu a nevymieňali prechádzky a pobyt na vzduchu za pobyt pri televízii. Že to nie je vždy jednoduché, vám viem povedať aj z vlastnej skúsenosti.

Šiestym pravidlom je, že **televízia nie je naša bezplatná opatrovateľka**. Niekedy má človek naozaj pocit, že potrebuje vypnúť a televízia je skvelý babysitting. A je zrejmé, že ak sa to stane raz za mesiac, naše dieťa to nijak neovplyvní. Je však dôležité, aby sme televíziu nepovažovali za plnohodnotný program pre naše dieťa poobede po škole a počas celých víkendov. Aj keď len máločo nahradí ten dobrý pocit zapnúť nášmu štvorročnému drobcovi v sobotu ráno o šiestej rozprávku a chvíľu si ešte vychutnať teplú posteľ. A pokiaľ táto chvíľa netrvá do ôsmej, je to v poriadku.

Siedmym mediálnym pravidlom pri deťoch do šesť rokov, je **pravidelnosť**. Ak máte tradíciu, že sa večer pozerá večerníček, tak ho

v pokoji môžete mať zaradený stále a nie je potrebné ho dieťaťu brať. To isté sa týka aj sobotnej rannej rozprávky a nášho leňošenia. Tak isto to je možné zaviesť pri odmenách. Za tú istú činnosť vždy porovnateľná odmena. Dôležité je, aby táto pravidelnosť nevyzerala tak, že mediálne aktivity sú prerušované nemediálnymi, ale naopak. Média majú byť iba doplnkom nášho programu.

Pravidlo číslo osem je, aby **aplikácie v mobilných telefónoch, či tabletoch alebo notebookoch neslúžili na zabávanie dieťaťa**, keď je mrzuté, alebo nemá dobrú náladu. Je to síce jednoduché a praktické riešenie, dokonca sa môže zdať aj bezpečné, avšak učí nás nenaslúchať nášmu dieťaťu. Pohodne takýmto zariadením odvrátime pozornosť od toho, čo dieťa naozaj trápi. Ak je naše dieťa mrzuté, vyžaduje si našu pozornosť, nie pozornosť techniky.

Pravidlo číslo deväť je v súčasnosti veľmi obľúbené medzi rodičmi – **rozprávky na cestu do auta**. V našom detstve sme s rodičmi chodili každý mesiac na nejakú dlhšiu cestu po Slovensku, chodili sme na predĺžené víkendy do Tatier, na Zemplínsku Šíravu, ale aj po celom západnom Slovensku. Počítali sme zelené autá, ktoré okolo nás prešli, robili sme si čiarky k zvieratám, ktoré sme po ceste videli. Keď nám už bolo veľmi dlho, tak sme zastavili pri nejakej jaskyni a niečo po ceste videli. V súčasnosti sú vybudované omnoho lepšie benzínové pumpy ako kedysi. Dieťa sa tam môže vyhrať na šmykalkách, preliezačkách, najesť sa, hodinku sa zdržať a ísť ďalej. Po ceste je mnoho fariem, atrakcií, kúpalísk. Na cestu by ste si s dieťaťom nemali plánovať rovnaký čas, ako keď idete na cestu v aute sami. Mali by ste robiť pauzy každé dve – tri hodinky, podľa toho, koľko vám ešte dieťa spí počas dňa. V každom prípade, cestovanie prináša možnosť poznania

okolía, krajiny, a naozaj nie je nutné dieťa zamestnávať technikou. Potom sa môže stať, že v budúcnosti bude mať prejdené celé Slovensko, alebo nebude tušiť, či pri Košiciach je bližšie Prešov, alebo Bratislava a ktorým smerom sú Tatry. Práve naopak, častejšími cestami, pri ktorých sa nastavíte na to, že dieťaťu pripravíte program, mu pomôžete neskôr aj v škole, pri geografii, či v mladšom veku pri prvouke a podobne. Rozdielne je možné vnímať dlhé cesty, pri ktorých nie je možné zastaviť a taktiež nie je možné dieťa zaujať okolím, to znamená, napríklad na ceste lietadlom, pri tomto spôsobe dopravy je možné dieťa zamestnať aj technikou a rozprávkami.

Pravidlo číslo desať je **naučiť deti, aby vnímali svoje okolie a médiá**, napríklad, či si ich cudzí ľudia nefotia na telefón. V súčasnosti je totiž veľmi jednoduché využiť fotografie, zavesiť ich na sieť, obchodovať s nimi a pritom bez povolenia zúčastnených osôb tieto aktivity nie sú prípustné.

Máme doma dieťa od šesť do desať rokov

Naše dieťa chodí do školy. Možno nejakí jeho spolužiaci nosia do školy mobilné telefóny, možno po škole bude chodiť ku kamarátom hrať sa na počítač. Množstvo interaktívnych pomôcok môžu začať využívať aj jeho učitelia a teda v úzkom kontakte s počítačom začne byť aj prostredníctvom školy. Ešte síce nie je vo veku, aby dostávalo zadanie na doma, ktoré si má vytvoriť na počítači, alebo vyhľadať na počítači, avšak jeho gramotnosť čo sa týka počítačovej techniky rastie v tomto veku najrýchlejšie. Aký postoj by sme mali zaujať my?

Prvým pravidlom by malo byť, že televízia **ostáva povolená rovnako ako aj v nižšom veku** a pri rovnakých pravidlách, ktoré sú uvedené vyššie.

Nie je dôvod ich meniť. Znamená to, že ak dieťa vstane cez víkend skôr, môže si zapnúť televíziu na pár minút. Ak malo nejaké aktivity aj von, alebo bolo na nejakom krúžku, môže si potom pri nejakom programe zrelaxovať pri telke. Nezabúdajte, že aj tu existuje u nás nejaká pravidelnosť.

Druhým pravidlom, ktoré by malo byť zavedené, je **takzvaná večierka**. Zatiaľ čo malé deti mohli mať pri zaspávaní rôzny režim podľa toho, aký mali deň, koľko podnetov prijali, kedy ste s nimi večer prišli domov, pri školopovinných deťoch by už toto nemalo hrať rolu. Jednoducho by sa malo v rodine stanoviť, že si môžu deti pozrieť ako posledné napr. Turtles Ninja Korytnačky o 19.00, potom sa už umyť a už sa ukladať na spánok bez televízie a bez počítaču. V žiadnom prípade netreba nechávať deti pri večerných programoch.

Tretím pravidlom by malo byť **kontrolovanie vekovej prípustnosti programu pre vaše dieťa**. V prípade detí do desať rokov by nemali pozerat' programy, ktoré majú v krúžku v pravom hornom rohu číslo 12, 15 alebo 18. To znamená, že sú povolené len programy so ☺ alebo číslom 6. Je to pri tomto veku detí ešte podstatnejšie ako pri malých deťoch, pretože deti od šesť rokov už viac udržia pozornosť pri televíznom obsahu, zatiaľ čo tie menšie deti často viac zaujímajú reklamy medzi programami. Dieťa vo veku od šesť do desať rokov vníma všetko citlivejšie a stále má dojem, že mediálna realita je realitou bežného života.

Štvrtým pravidlom by mala byť **spoločná práca na počítači**. Ako už bolo uvedené vyššie, deti v tomto veku získajú najviac počítačových zručností. Určite aj doma budú vyžadovať tráviť pri počítači čas. V tomto veku nie je potrebné, aby mali deti vlastný počítač vo svojej izbe. Stačí, aby

mali možnosť stráviť určitý čas na „rodinnom počítači“. Počas času, ktorý na ňom budú tráviť, by mal byť rodič pri tom. Vidieť, či sa dieťa hrá, či si niečo vyhľadáva. Je možné ho namotivovať na určité webové stránky, ktoré by mohli vaše dieťa zaujímať a týkajú sa hobby, ktorému sa váš drobček venuje. V každom prípade, priestor, ktorý dieťa na internete získa, by mal byť z vašej strany kontrolovaný. Čo sa týka času, ktorý by ste mali dieťaťu dovoliť pri počítači, je to samozrejme na vašom uvážení. Pokiaľ sa dieťa venuje športu a popritom si po tréningu sadne na internetovú stránku športového klubu, nie je potrebné mu to striktno obmedzovať. Pokiaľ však vaše dieťa hrá na počítači hry, bude úplne stačiť, ak si môže zahrať jednu hru za odmenu za pomoc pri domácich prácach, poprípade cez víkend večer. Opäť ako pri menších deťoch, netreba si ani televíziu ani internet zamieňať s opatrovatelkou.

Piatym pravidlom je **používanie mobilného telefónu**. Opäť veľmi individuálna záležitosť. Vaše dieťa by v žiadnom prípade nemalo mať telefón preto, lebo ho majú všetci ostatní. Pokiaľ ho do školy nosíte autom, alebo odprevádzate a taktiež vyzdvihnete po škole, zdá sa, že mobilný telefón je úplne zbytočný. V takom prípade aj pri naliehaní dieťaťa by bolo vhodné, ak by ste dieťaťu nepodľahli a vedeli mu vysvetliť, že telefón nepotrebuje. Veď nakoniec, v živote nebude mať vždy všetko čo ostatní a je potrebné, aby sa to učilo od útleho detstva. Ak však vaše dieťa chodí do školy samé a po škole chodí na rôzne voľnočasové aktivity, kde ho nesprevádzate, je potrebné uvážiť, či by pre vás mobilný telefón nebol určitou istotou. V každom prípade, určite aj takýto telefón je potrebné u operátora navoliť tak, aby mohlo dieťa volať vám, vy jemu a možno, aby si vedelo dieťa odsledovať, že môže poslať desať smsiek mesačne alebo podobne. Podľa nášho názoru v žiadnom prípade nie je potrebné pre dieťa do desať rokov, aby malo

v telefóne internet, či voľné hovory a smsky na rôzne čísla. A to bez ohľadu na to, či to váš rozpočet dovoľuje, alebo nie. Ak by totiž vaša ratolesť mala takýto telefón, mohli by ho aj spolužiaci a priatelia využívať na telefonovanie či iné používanie.

Šiestym pravidlom je **používanie sociálnych sietí**. Z vlastnej skúsenosti poznám množstvo detí, ktoré majú menej ako pätnásť rokov, často deväť- desať, ktoré sú prihlásené na Facebooku. Rodičia tvrdia, že o tom vedia, ale že im v tom nemohli zabrániť, lebo sú na sociálnej sieti všetci spolužiaci, píšu im tam učители a podobne. Myslím, že tento postoj nie je správny. Facebook a niektoré ďalšie sociálne siete, sú navrhnuté tak, aby sa na nich mohli prihlásiť ľudia od pätnásť rokov. Ak sa nájdú učители, ktorí svojim žiakom dávajú pokyny cez sociálnu sieť, je potrebné to riešiť na rodičovskom združení. Ak sa nájdú facebookovské fanpage, ktoré by vaše dieťa potrebovalo navštevovať /fanpage ich športového klubu, záujmové stránky a tak/, je dôležité to vyriešiť inak. V záujme dieťaťa je, aby na sociálnej sieti nebolo skôr, ako je na to pripravené. Pripravené bude podľa autora siete v pätnástich. Dovtedy je možné ho púšťať na svoje konto, kde by ste mali vy medzi priateľmi fanpage, ktoré si dieťa potrebuje a chce skontrolovať. Sociálna sieť sa dá veľmi rýchlo zneužiť, údaje dieťaťa taktiež a preto je dôležité, aby sa na ňu dieťa nedostalo vo veku, kedy nie je ešte dostatočne zrelé na to, aby vedelo rozhodnúť, čo všetko je vhodné v tomto virtuálnom svete robiť.

Siedmym pravidlom je **komunikácia**. Aj keď vám dieťa na otázku, čo bolo nové v škole, či u kamaráta, odpovie iba „dobré“ a „nič“, je potrebné, aby ste vedeli získať aj viac informácií. Keď sú u kámošov, sedia pri telke alebo na počítači? Vie o tom aj rodič kámoša? Keď majú v škole informatiku,

čo na nej preberajú a čo počas vyučovania robia? To isté platí aj o filmoch, ktoré pozeráte spolu doma. Ak niečo vaše dieťa zaujíma, treba mu to vysvetliť. Ak máte pocit, že v programe zavádzajú a podávajú nepravdivé informácie, treba dieťaťu vysvetliť, že ani televízia nie je zárukou pravdivých informácií. To isté sa týka aj informácií na internete. Ak vaše dieťa o niečom diskutuje a používa argumenty, ktoré „niekde“ čítalo, je potrebné sa pýtať kde. Vysvetľovať, že nie každý článok na internete podáva hodnoverné informácie, že si na net môže každý napísať čo chce a neexistuje nikto, kto by mohol pravdivosť kontrolovať.

Pravidlo číslo osem sa opäť ako pri menších deťoch týka najmä **využívania techniky počas cestovania**. Aj v tomto veku je to nevhodné, pokiaľ sa cestuje autom. Je potrebné, aby si rodičia naplánovali cestu tak, aby zastavili, keď už je cesta pre deti veľmi dlhá. Keďže ide o školopovinné dieťa, môže mať na cestu nakúpené časopisy, knižky, poprípade existujú aj spoločenské hry, ktoré sa predávajú v cestovnom balení. Čím staršie je dieťa, tým skôr mu ubieha čas a vie sa zabaviť a preto techniku, ak ste po nej nemuseli siahnuť doteraz, už v tomto veku naozaj neodporúčame zaraďovať ku programu na cestu.

Pravidlo číslo deväť je sledovať aktuálne dianie u nás a **oboznamovať svoje deti s projektmi**, ktoré sa týkajú mediálnej výchovy. Napríklad svojho času mohli deti sledovať na RTVS reláciu Mediálni špióni. Taktiež je vhodné, aby deti poznali cyklus rozprávok Ovce, portál ovce.sk alebo aj doma mali knižku Ovce.

Máme doma dieťa od jedenásť do pätnásť rokov

Naše dieťa je vo veku, keď by najradšej prišlo zo školy a sadlo si ku sitkomom v televízii, pričom by si popritom aj zaplo počítač a chatovalo s kámošmi na sociálnych sieťach. A my máme na to stále menší a menší dosah, pretože prichádzame domov až po práci, kedy je už dieťa doma aj pár hodín. Okrem toho aj v škole má stále viac predmetov, pri ktorých čas trávi na počítači. Počas prestávok môže mať umožnené chodiť do počítačovej učebne. Domáce práce začínajú byť učiteľmi zadávané tak, aby dieťa pracovalo doma na počítači. Aké sú naše možnosti? Na naše šťastie ešte stále nie je naše dieťa dostatočne staré na to, aby sme ho nevedeli kontrolovať.

Prvým pravidlom je opäť **komunikácia**. Tentokrát ešte dôležitejšia ako kedykoľvek predtým. V rodine by mali byť chvíle, kedy našu pozornosť neupútava médium, ale sú tieto chvíle vyhradené iba pre naše spoločné rozhovory. Môže to byť pri jedle, ale nemusí, je dôležité zvoliť čas, kedy majú chuť sa rozprávať všetci. Reklamné pauzy je potrebné využívať na to, aby ste sa rozprávali o tom, čo ste videli v televízii. Treba myslieť na to, že je to posledná etapa života vášho dieťaťa, kedy mu môžete vštepiť určité mediálne zručnosti, pretože už počas strednej školy to neustriehnete. Je potrebné, aby dovedy malo dostatočnú mediálnu gramotnosť na to, aby malo na každý mediálny obsah svoj názor a nielen všetkému bezhlavo verilo. Rozprávajte sa, rozprávajte sa, rozprávajte sa. O všetkom. O tom, či všetky autá tak havarujú, ako to vidieť v správach. O tom, či je možné žiť tak, ako žijú Priatelia. Jednoducho o čomkoľvek, len nech sa vaše dieťa naučí vyjadriť a zaujať svoj postoj k mediálnemu obsahu.

Druhým pravidlom je **zmena sobotných a nedeľných rán**. A je to tu, vaše dieťa sa dostalo do veku, keď už nemusí ráno pozerat' rozprávky, aby ste si vy mohli dlhšie pospať. V jeho ideálnej predstave by najradšej vstalo a bežalo buď k telke alebo k počítaču a strávil tam pol dňa. To by už nemalo byť možné. Malo by sa mu dať vysvetliť, že je už dost' staré na to, aby sa po zobudení najprv umylo, oblieklo, poprípade aj nachystalo raňajky pre všetkých a tým trochu pomohlo rodičom. A potom je možné zapnúť si telku, alebo počítač. To sa týka aj domácich prác. Ak má vaše dieťa nejaké povinnosti, mali by byť najprv splnené a až tak by mali byť dovolené média.

Tretím pravidlom je **používanie mobilného telefónu**. Je pravdepodobné, že v tomto veku už dieťaťu nejaký telefón zadovážite. A je veľmi pravdepodobné, že ho budú mať aj všetci jeho priatelia. To znamená, že bude vaša ratolesť chcieť čo najväčší kredit na telefonovanie a smskovanie s ostatnými. Výšku kreditu si budete musieť zväziť sami, podľa vašich možností, poprípade ju môžete odkomunikovať aj s rodičmi vašich priateľov. V každom prípade výška kreditu by mala byť nižšia ako sú „potreby“ vášho dieťaťa. Bude sa tým učiť zvažovať, čo je potrebné a ktoré informácie priateľom počkajú do najbližšieho stretnutia. S kreditom na telefón je to ako s vreckovým. Ak je vhodne zvolené trochu pod hranicu reálneho míňania vášho dieťaťa, získava tým finančnú gramotnosť, pocit zodpovednosť a schopnosť rozhodovať sa.

Pravidlo číslo štyri je **kúpa počítača dieťaťu**. Tento problém je v tomto veku väčšinou už aktuálny a to preto, lebo už aj školské povinnosti vyžadujú viac času stráveného za počítačom, a to či už pri vyhľadávaní informácií do školy, alebo tvorbu seminárnych prác a podobne. Otázka vlastného počítača je háklivá záležitosť. Väčšina detí by chcela malé laptopy,

s ktorými budú môcť vysedávať aj v posteli, chatovať si s priateľmi a vy v takom prípade úplne strácate prehľad o tom, koľko času vaše dieťa trávi na internete. Variantom je stolný počítač a ideálne ani nie umiestnený v izbe dieťaťa. Pokiaľ vy ako rodičia nepotrebuje veľa času tráviť za počítačom a nevádi vám, že dieťa tam rieši svoje školské záležitosti, môžete aj v tomto veku kúpu počítača odložiť, ak máte v domácnosti jeden rodinný počítač. Ak odklad nie je možný, je potrebné poriadne zvážiť všetky možnosti a dieťaťu pri darovaní určiť pravidlá používania. Samotné darovanie by malo taktiež byť odmenou za niečo, čo dieťa vykonalo – dobré vysvedčenie, plnenie si povinností počas nejakého obdobia, poprípade na Vianoce či narodeniny. Neodporúčame darovať počítač iba tak, bez akéhokoľvek dôvodu, predsa len, ide o hodnotnú záležitosť, ktorú by si malo aj dieťa patrične ceniť.

Pravidlo číslo päť je **záujem o mediálnu výchovu v škole**. Podľa súčasných vyhlášok a nariadení je na Slovensku mediálna výchova na druhom stupni základných škôl povinná. Každá škola si ju realizuje individuálne a často nedostatočne. Je aj na rodičoch, aby sa o túto problematiku zaujímali. Na rodičovskom združení môžete túto otázku načrtnúť. Môžete sa zaujímať o to, či majú deti naplánované nejaké exkurzie do médií. Môžete zistiť, či na škole alebo dokonca v triede fungujú triedne a školské médiá a ako sa do nich môže deti zapojiť. Môžete zistiť, či je predmet mediálna výchova na škole zavedený, či ide o prierezovú tému, alebo o samostatný predmet. To isté potom platí pri komunikácii s vašim dieťaťom. Ak majú mediálnu výchovu, treba sa informovať, ako u nich prebieha. Ak majú možnosti pracovať pre školské alebo triedne médiá, tak podľa povahy vášho dieťaťa ho môžete do tejto činnosti motivovať.

Šieste pravidlo je **potreba voľnočasových aktivít**. Aj napriek tomu, že

budete mať pod kontrolou, koľko času vaše dieťa trávi pri televízii alebo pri internete, v tomto veku by malo mať aspoň jednu záujmovú činnosť, ktorej sa venuje. Či už ide o šport, alebo o umenie. Je to dôležité najmä preto, aby sa začlenilo do určitej komunity, s ktorou môže tráviť čas aj vo vyššom veku. Dieťa, ktoré je každý deň rovno po škole iba doma, môže v pubertálnom veku skôr podľahnúť závislosti na sociálnych sieťach, počítačových hrách a virtuálnych vzťahoch. Ak teda ešte v tomto veku nemá vaše dieťa podchytenú záujmovú činnosť, je potrebné tak urobiť čo najskôr.

Siedme pravidlo sú takzvané **zámky na určité internetové stránky**. Napriek tomu, že sa veľa hovorí o tom, aké je to neefektívne riešenie, pretože dieťa sa k obsahu, ktorý chce vidieť, dostane aj mimo počítača doma, svoj efekt to má. Minimálne rodič týmto zámkom dáva najavo, čo si neželá, aby bol daný obsah sledovaný. Netreba teda túto službu podceňovať a zablokovať tie internetové záležitosti, ktoré považujete za nevhodné pre vaše ratolesť.

Pravidlo číslo osem je **sledovanie viacerých televíznych staníc**. Znamená to, že nemala by byť v domácnosti pustená stále iba tá istá televízia, ten istý televízny program. Aj dospelí, aj deti, by mali poznať relácie z viacerých programov a programovú štruktúru jednotlivých televíznych staníc, aby mohli zhodnotiť, ktorá ponuka im najviac vyhovuje a ktorá ponuka je cieleňá pre nich.

Máme doma teenagera od šestnásť rokov

Stredoškolač, ktorý je na internete v škole, doma, u kamarátov, pri výletoch do mesta. Wifi je takmer v každom nákupnom centre a taktiež v škole, či aj v každej domácnosti a teda aj bez počítača vie byť naše dieťa

napojené na net cez svoj mobilný telefón. Je totiž veľmi nepravdepodobné, že ešte v tomto veku nemá svoj telefón. Je teda zrejmé, že v tomto období ho už od obsahu na nete nechránime, ani neskontrolujeme. To isté sa týka sociálnych sietí. Čo sa týka televízie, prístupné sú preňho už takmer všetky programy a často sa stáva, že mládež v tomto veku má už aj svoju vlastnú televíziu v izbe, či pozerá televíziu cez internet na počítači. To znamená, že ani nemusia sedieť v obývačke a pozerat' rovnaký program ako rodičia. Čo nám teda ostáva robiť v takomto prípade, aby vplyv médií nemal negatívne následky na správaní nášho dospievajúceho dieťaťa?

Pravidlom číslo jedna by mala byť **dôvera medzi vami a vašim dieťaťom**. Vďaka tomu je možné sa s dieťaťom rozprávať o tom, čo nové zistilo, keď vidíte, že vstáva po nejakom čase od počítača. Okrem toho, pokiaľ patríte k moderným rodičom a máte založené konto na sociálnych sieťach, pri dôvere medzi vami a vašim dieťaťom by malo byť automatické, že sa máte medzi priateľmi. V tom prípade viete svoje dieťa aj upozorniť, ak by pridávalo nejaké nevhodné informácie, či fotografie, alebo statusy. Vďaka tomu môžete mať prehľad o tom, ako vaše dieťa vystupuje vo virtuálnom svete pred rovesníkmi a priateľmi.

Pravidlom číslo dva je občas sa snažiť **zadat' do vyhľadávača meno svojho dieťaťa**, alebo jeho prezývku, ak o nejakej viete. Môžete sa tak dozvedieť o príspevkoch v diskusiách, o blogoch, či iných aktivitách, ktoré vaše dieťa môže realizovať na internete. Opäť, v prípade, že ide o nevhodné aktivity, viete svoje dieťa na to upozorniť a vysvetliť mu to.

Pravidlom číslo tri je **snaha o sledovanie televízie spoločne**. Pokiaľ je to možné, je vhodné, ak sa viete žánrom prispôbiť svojmu dieťaťu, aby ste

napríklad vo večerných hodinách sledovali televíziu spolu. Aby sa deti, ak aj majú vlastnú telku, nezatvárali každý večer do vlastnej izby. Na jednej strane tým prichádzate o spoločné chvíle, na druhej strane, ani sa nemôžete porozprávať o tom, čo pozeráte a kto má na to aký názor. U nás v domácnosti napríklad pozeráme reality show, aj keď ich mnoho ľudí zatracuje. My sa popritom rozprávame o jednotlivých charakteroch, ako by sme my riešili podobné situácie a tým pádom na nás tieto reality show nezanechávajú žiadne negatívne dojmy a každý člen našej rodiny má svoj názor na účinkovanie v podobných programoch.

Štvrté pravidlo je **sloboda**. Je potrebné, aby ste nikdy nekontrolovali vášmu dieťaťu obsah mobilu, či správy na sociálnych sieťach či v mailoch. Taktiež nie je vhodné, aby ste dieťaťu kontrolovali históriu vyhľadávania na počítači. Toto pravidlo súvisí s dôverou. O mediálnych aktivitách vášho dieťaťa by ste mali vedieť iba toľko, koľko si viete zistiť aj sami, či už ako priatelia na sociálnej sieti, alebo prostredníctvom oficiálneho vyhľadávania vo vyhľadávači. Pri ostatných aktivitách je potrebné dbať na súkromie vášho dieťaťa.

Piatym pravidlom je **mat' oči na stopkách**. V súčasnosti medzi teenagermi je rozmáhajúca kyberšikana. Na základe dôvery, komunikácie, poprípade viacerých spoločných priateľov na sociálnych sieťach by ste mali vedieť vytyšiť, ak by do podobnej záležitosti bolo zainteresované aj vaše dieťa. Bez ohľadu na to, či by bolo na strane šikanovaného, alebo na strane druhej. Ak by ste o akejkoľvek takejto aktivite mali čo i len najmenšie indície, je potrebné sa o tom porozprávať s vašim dieťaťom, či s inými deťmi, alebo ich rodičmi, alebo aj učiteľmi.

Šiestym pravidlom, podobne ako pri mladších deťoch, je **informovanie sa aj v škole o tom, či v nej prebieha mediálna výchova**. Rovnako ako na druhom stupni základných škôl, aj na stredných školách je mediálna výchova povinná. Rodič by mal mať záujem o informácie, či sa na škole jeho dieťaťa mediálna výchova realizuje. V tejto súvislosti je možné taktiež svoje dieťa povzbudiť k spolupráci na školských médiách, ak má vaša ratolesť k tomu vzťah. Aktívna práca v médiách je totiž jednou z možných ciest, ako získať mediálnu gramotnosť a pochopiť, ako fungujú médiá.

Nie všetky pravidlá sú na to, aby sa porušovali

Vyššie opísané pravidlá pre jednotlivý vek detí vychádzajú zo skúseností z roku 2014. Ak sa k vám dostane táto publikácia možno o dva, tri roky neskôr, už môžu byť úplne zastarané a štvorročné deti budú ovládať tablety, ak už vtedy nebudú iné novinky ako tablety. Je zložité písať príručku v oblasti, ako je mediálna výchova. Je to oblasť, ktorá sa na Slovensku začala vo väčšej miere vyvíjať až okolo roku 2008 a za ten čas prešla rozsiahlymi zmenami.

Tieto pravidlá môžete vnímať ako niečo, čo by vám malo pomôcť sa v tejto oblasti orientovať. Je dôležité, aby ste každé z týchto pravidiel vedeli subjektívne zhodnotiť a napasovať na vlastné dieťa tak, aby sa k nemu hodilo. To znamená, aby chápalo, že sa viete stotožniť s jeho situáciou a svetom, v ktorom vyrastá. Že rozumiete tomu, že sa od neho očakáva, že bude aktívne najmä pri používaní multimediálnych prostriedkov, a najmä internetu. Že mu dôverujete a že s ním nenásilne komunikujete o tom, čo sa v jeho virtuálnom svete deje. Že viete odhaliť problémy, do ktorých by sa z nevedomosti mohlo vaše dieťa dostať, keď nevhodným spôsobom použiva internet alebo iné médiá.

Pravidlá síce nie sú na to, aby sa porušovali, avšak ak sa vám tie vyššie uvedené nezdajú vhodné pre vaše dieťa, vytvorte si vlastné a najmä pri ich realizácii so svojim dieťaťom komunikujte. Inšpirovať sa môžete internetom, článkov o mediálnej výchove je na ňom viac. Taktiež Štátny pedagogický ústav na svojich stránkach má zverejnené aj nejaké aktivity, ktoré je možné s deťmi v oblasti mediálnej výchovy robiť. Sú síce vytvorené pre školské zariadenia, avšak mnoho z nich sa dá aplikovať aj do rodiny.

Ak rodič nemá záujem prehľbovať mediálne zručnosti u svojho dieťaťa, môže mu navrhnúť voľnočasové aktivity v podobe moderátorských krúžkov, krúžkov mladých redaktorov, či kameramanov. Ponuka krúžkov rôznych centier voľného času je v mediálnej sfére v súčasnosti veľmi bohatá.

4. Čomu sa vyvarovať

Vernosť mediálnej realite je o to nástojčivejšia, o čo menší priestor má človek na vlastné pôsobenie v živote. Znamená to, že čím menší životný priestor má vaše dieťa, tým viac času a energie môže venovať budovaniu svojho virtuálneho sveta. Opäť sa teda vraciame k tomu, že je potrebné, aby si dieťa v skoršom veku našlo hobby, ktorému sa bude venovať a ktoré ho bude naplňovať. Získa tak aj iný ako školský kolektív, bude sa viac socializovať, prežívať nové emócie, možno určité úspechy v danej činnosti, či neúspechy, v každom prípade, bude to reálny život. Tým pádom nebude mať takú motiváciu a toľko času na budovanie virtuálneho života a snahu zapôsobiť vo virtuálnom svete ako tie **deti, ktoré v reálnom svete nemajú naplnené svoje potreby sebarealizácie a teda sa realizujú na virtuálnom poli.**

Ako bolo uvedené už v úvode tohto manuálu, je potrebné, aby sme aj my rodičia, boli príkladom. Moje dieťa vôbec netušilo, že som počas celej materskej a rodičovskej dovolenky bola zamestnaná. Pracovala som na počítači z domu počas obedného spánku dieťaťa a večer aspoň hodinku, keď som dieťa uložila. Nikdy som nevyťahovala počítač pred ním, dokonca som v byte mala zavedený internet tak, že som musela ťahať kábel cez celý byt, keď som chcela byť online a pohodlne pri počítači sedieť. Keď mal syn štyri roky, občas už bol u nás zapnutý počítač aj v jeho prítomnosti, ale iba vtedy, keď sme s manželom diskutovali aj s dieťaťom o tom, čo sme vyhľadávali – nové tapety do jeho izby, ninja korytnačky, ktoré chcel nakresliť na dvere a tak podobne.

Nedávno som čítala článok, ktorý publikovala známa psychologička a otvorene v ňom kritizovala správanie niektorých **rodičov, ktorí používajú smartfóny v každej životnej situácii, kedy by sa mali miesto toho**

venovať svojmu dieťaťu. Pamätám si najmä dva obrazy, pri ktorých som mala zimomriavky. Rodina v reštaurácii, pred nimi jedlo, dieťa oduševnene rozpráva niečo rodičom a popritom matka a otec pozerajú do svojich telefónov a dieťa úspešne ignorujú, či iba nedbanlivo pritakávajú. Druhá situácia bola o tom, že matka kočikuje svoje malé dieťa a pri ňom v kočíku má zapnutý tablet a na ňom si pozerá videá. Dieťa sa snaží na mamku usmievať, škeriť a matka si prezerá zo záujmom videá. Nejdem kritizovať tento spôsob výchovy a to, ako nezáujem rodičov môže ovplyvniť neskôr správanie detí, pretože to naozaj patrí do oblasti psychológie. Vyjadriť sa môžem iba k oblasti mediálnej, čo znamená, že musíme očakávať, že pre deti sme vzorom, ktorý napodobňujú. Ak nás budú poznať ako osoby, ktoré sa neustále presúvajú od počítača k televízii, alebo ku smartfónu a fungujú vo virtuálnom svete, budú tak fungovať aj oni a vplyv médií na ich osobu môže byť negatívnejší, ako by sme chceli alebo ako vieme v súčasnosti predpokladať, keďže vývoj médií ani sami nevieme odhadnúť.

Na druhej strane, netreba zabúdať na to, že čas beží veľmi rýchlo a deti nám vyrastú a zrazu zistíme, **že sme sa im nestihli ani venovať a už odišli z domu** žiť si vlastné životy. A to, ako úspešne ich budú žiť, záleží od nás. Možno sa tieto tvrdenia zdajú prehnané, keď si vezmeme, že hovoríme stále iba o tom, či naše dieťa je alebo nie je veľa času pri televízii alebo pri počítači. Tento manuál však nevznikol preto, aby preháňal a rodičov strašil. Tento manuál vznikol preto, aby z vašich detí nevyrástli **úzkostné osoby, ktoré na základe mediálnej reality budú mať strach ísť samé zo školy**, aby ich niekto neuniesol. Tento manuál vznikol taktiež preto, aby ste so svojimi deťmi mohli hovoriť o tom, že násilie, ktoré vidia vo filmoch a seriáloch, nie je reálne. Aby sa na základe podnetov, ktoré z médií spracúvajú, neprejavili aj u nich sklony k násilnému správaniu.

Keď učím študentov na vysokej škole, väčšina z nich sa vyjadruje, že

médiám neveria. Ak však náhodne vyberiem akékoľvek správy z posledného obdobia, ktoré rezonovali médiami a opýtam sa ich na názor na tieto informácie, **ich názor je stále totožný s obsahom mediálnej správy**. V čom teda spočíva vlastný názor? Netvrdím, že je dôležité, aby ste sa zamýšľali nad každou informáciou, ktorá médiami odznie a už vôbec od vás nežiadam, aby ste pátrali na vlastnú päsť po jej hodnovernosti. Ak vás však nejaká mediálna kauza zaujme viac ako ostatné, skúste si o nej pohl'adať informácie z iných zdrojov. Pozrite sa na alternatívne možnosti a na to, ako to teda naozaj môže byť. Iba tak si môžete vytvoriť vlastný názor. A samozrejme následnými diskusiami s inými ľuďmi o tejto téme.

Základom pre každú diskusiu by malo byť hlavne poznanie, že **svet nefunguje tak jednoducho, ako to vidíme okolo seba a v médiách**. Svet funguje podľa pravidiel hŕstky ľudí, ktorí majú moc vo svete, v štáte, v nadnárodných korporáciách a taktiež v médiách. Informácie, ktoré sa k nám dostávajú, sú informácie, ktoré sa k nám majú dostať. Je na nás, či budeme tými, ktorí sa nechajú manipulovať, alebo budú vedieť z informácií, ktoré sa k nám dostávajú vedieť vyťažiť viac. K alternatívnym názorom na dianie vo svete najrýchlejšie a najľahšie natrafíte na internete na rôznych blogoch a v diskusiách pod jednotlivými blogmi. Pre mňa sú práve blogy často inšpiráciou k tomu, ako ľudia vedia nad akoukoľvek témou uvažovať.

5. Vytvárajte si vlastné médiá

Chodíte na dovolenky? Natáčate si rodinné oslavy? Máte krátke videá vo svojich telefónoch? Fotíte sa pri rôznych vtipných príležitostiach? Sadnite si niekedy celá rodina nad „materiál“, ktorý máte a spolu si ho na počítači zostrihajte a urobte si rôzne videozáznamy. V každom počítači sú jednoduché bezplatné programy na úpravu fotiek a videa. Nie je potrebné mať žiadne špeciálne zručnosti a schopnosti, ani žiaden špeciálny software.

Pri tvorbe môžete skúšať rôzne efekty, ktoré je možné vytvoriť a vaše dieťa samé pochopí, ako sa dá aj strihom „klamať“ a skresliť informáciu. Alebo aj samotná hudba ako podmaz pod váš výtvar ako mení celý dojem z videá.

Ako už bolo uvedené vyššie, jednou zo základných možností ako získavať mediálnu gramotnosť, je tvoriť vlastné médiá. Pri tvorbe rodinných videí si nielen zaspomínate a vytvoríte dielko, ktoré si po rokoch budete môcť pozrieť, ale taktiež svoje deti niečo naučíte, alebo sa naučíte spolu s nimi. Fantázii sa pritom medze nekladú a žiadne pravidlá pri takýchto spoločných hrách neplatia.

Ak by vás táto činnosť naozaj zaujala a zistili by ste, že takto sa viete realizovať a tráviť spoločne čas, je možné svoje dieťa podporovať v tom, aby aj v škole navrhovalo, odovzdávalo seminárne práce vo forme videí či zostrihu fotiek k zadanej téme. To sa týka nielen školy, ale taktiež rodinných darčiekov pre iných členov rodiny. Vytvoriť im vlastný darček vo forme mini rodinného filmu môže skôr potešiť ako sklamať. A tvorba takýchto záležitostí je jednou z tých činností, ako je možné médiá využívať vo svoj prospech, ako ťažiť z toho, keď chce vaša ratolesť tráviť čas na počítači. Ide o činnosť, pri ktorej sa viete inšpirovať už spomínaným Štátnym pedagogickým ústavom, pretože na svojich stránkach má viacero návodov ako realizovať

a tvoriť vlastné médiá.

Pre rodiny, ktoré by tvorivá činnosť zaujala omnoho viac, je tu možnosť písať scenáre a natáčať si krátke filmy. Môže ísť o paródie na filmy a seriály, ktoré spoločne rodina pozerá. Môže ísť o krátke dokumenty o miestach, či udalostiach, ktorými sa rodina zaoberá a tak podobne.

6. Hovorte o reklame

Médium je pre spoločnosť jedným z hlavných zdrojov informácií a zábavy. Okrem pozitívnych funkcií (rozširovanie poznania, vzdelania, možnosti relaxu atď.) má však aj negatívne funkcie. Tie sa podľa môjho osobného názoru nájdu takmer v každom žánri. To si však každý mediálny konzument vie trochu koordinovať a jednoducho niektoré typy relácií vôbec nesledovať. Inak je to s reklamou. **Jej negatívny vplyv nemožno poprieť a jej neustály výskyt v takmer každom televíznom programe je neprehliadnuteľný.**

Skúste sa zamyslieť nad nasledujúcimi otázkami:

- Máte dojem, že reklama má na diváka nejaký pozitívny účinok?
- Máte doma nejaké reklamované produkty?
- Kupujete si produkty a služby aj na základe reklamy, alebo na základe iných kritérií /cena, tradícia, referencie od priateľov.../
- Sledujete reklamu alebo jej čas využívate na niečo iné?
- Ak máte televíziu, pri ktorej sa dá reklama pretočiť, využívate to?
- Prosia vás vaše deti, že chcú, aby ste im kúpili niečo z reklamy?
- Inšpiruje vás reklama ku kúpe nejakého produktu či služby?
- Páči sa vám nejaká reklama kvôli tomu, aký štýl života je v nej prezentovaný?
- Sú reklamy, na ktorých sa zasmejete, zapamätáte si ich dej, ale nepamätáte si, na aký produkt sú vytvorené?

Reklama propaguje produkty a služby, ktoré si v ideálnom prípade máme zakúpiť, či zabezpečiť. **Zakúpenie tridsiatich sekúnd reklamného času v celoslovenských médiách je veľmi drahá** a samozrejme aj individuálna

záležitosť. Závisí to od toho, aký veľký balík reklám si zadávateľ objednáva, na aké dlhé obdobie, v akom čase. V každom prípade jedna tridsať sekundová pasáž sa môže vyšplhať aj na desiatky tisíc eur. Odkiaľ majú firmy na to, aby si reklamu na svoje produkty mohli zabezpečiť? Samozrejme, že zo ziskov. A zisky majú z predaja svojich produktov alebo služieb. Je teda veľmi pravdepodobné, že práve cena reklamy tvorí výraznú časť ceny samotného produktu. Aká je teda záruka, že reklamovaný produkt je kvalitnejší ako produkt nereklamovaný? Aký je predpoklad, že vyššia cena reklamovaného produktu nie je iba o cene zvýšenej o cenu reklamu, ale aj navýšená o kvalitu?

Produkty, ktoré potrebujeme, chceme a si kupujeme, by mali zabezpečovať napĺňanie a uspokojovanie našich potrieb. Podľa toho by sme si produkty mali vyberať. Vyskúšať viac pracích práškov a kúpiť si ten, ktorý pre podľa nás perie najlepšie, nie ten, ktorý perie najlepšie podľa reklamy.

Reklama na produkty nemá veľa pozitívnych vlastností. **Je vytvorená tak, aby sme začali pociťovať potrebu po produkte, aj keď sme ju predtým nepociťovali.** Mali by sme si teda uvedomiť, že to nie je naša skutočná potreba. Naše skutočné potreby si uvedomujeme a ich uspokojovanie sa snažíme zrealizovať aj bez reklamy. Hlavne v súčasnosti, v ére internetu si vieme vyhľadať produkt akýkoľvek potrebujeme hneď ako nás napadne, že ho potrebujeme.

Čo sa týka vzťahu s deťmi, mali by sme im reklamu od útleho veku vedieť vysvetliť. V žiadnom prípade by sa nemalo pristupovať k tomu, že sa kupujú pravidelne produkty z reklám preto, že tieto produkty doma deti videli v televízii a si ich poprosili. U nás vládlo pravidlo, že nám deti nemajú hovoriť, čo chcú z reklamy, ale vždy iba priamo z obchodu. Celkovo naše nákupy boli vždy realizované tak, že keď sme nakupovali potraviny, vždy si

každé dieťa mohlo vybrať jednu vec, ktorú chceli kúpiť. Môžem vám garantovať, že napriek tomu, že z reklamy mali pocit, že chcú vyskúšať viacero vecí a sladkostí, keď došlo na samotný nákup a mohli si zvoliť jednu vec, málokedy siahli po reklamnom produkte, väčšinou pocitovo siahli po niečom, čo mali radi.

Čo sa týka návštev hračkárstiev, **vždy keď sme išli okolo hračkárstva, mali sme vyhradených pár minút na návštevu predajne.** Zdalo sa nám to vždy lepšie ako ich od útleho detstva pred predajňou prehovárať a dohovárať, že do nej nejdeme. Pri návšteve hračkárstva zas bolo pravidlo, že sa nič nekupuje, len sa hračky pozerajú. Jedna, po ktorej túžia najviac, sa doma nakreslila, nalepila na dvere detskej izby a pri najbližšej príležitosti /za odmenu/ sa dieťaťu kúpila. Tak sa dalo dieťa motivovať od cumlíka, od plienok, k dobrému správaniu v škôlke, neskôr k športovým tréningom a tak podobne. A opäť aj v tomto prípade vám garantujem, že napriek tomu, že syn mal doma pri pohľade na reklamu pocit, že chce každú Nerf zbraň, v obchode si nakoniec k nakresleniu vybral niečo úplne iné ako reklamné produkty.

Dôležité pri reklamách je to, aby ste deti motivovali na reálne produkty v obchodoch a nie na reklamy, ktoré sú realizované tak, aby sme produkty chceli, aj keď ich nechceme. Opäť však platí to, čo už som spomínala viackrát – deti napodobňujú. Ak uvidia vás, ako po teleshoppingu zdvihnete telefón a objednávate produkty z programu, je ťažké ich potom presvedčiť o tom, že reklama zavádza a nie je pravdivá. To isté platí aj o produktoch, ktoré máte doma. Netvrdím, že vaše potreby nemôžu uspokojovať práve produkty z reklám najlepšie, avšak je veľmi nepravdepodobné, že by vaše potreby uspokojovali iba produkty z reklám. Ak používate nejaký produkt z reklamy, vyskúšali ste niekedy aj iné produkty s rovnakými vlastnosťami len bez reklamného zázemia?

Reklama je pre naše deti nebezpečná, pretože ak ju budú vnímať

ako reálnu súčasť života a budú tak vnímať aj vaše nákupy, začnú sa tak správať aj oni v budúcnosti. To znamená, že sa budú orientovať na produkty z reklám a taktiež na samotnú filozofiu, ktorú reklama predáva. Každá reklama je totiž orientovaná na inú cieľovú skupinu. Každý z nás by chcel patriť k cieľovej skupine tých reklám, ktoré propagujú životný štýl bohatých rodín, s dvoma autami, zdravými a krásnymi deťmi hrajúcimi sa na nádhernom vystríhanom trávniku, kde okolo nich behá nádhorne vyčesaný pes. Nikto v tejto rodine nie je nervózny, ani mama ani otec nie sú v práci, ale venujú sa s určitým konkrétnym produktom svojim deťom a žijú si ideálny život. Našou úlohou je, aby si naše deti uvedomili, že daný produkt nemá s týmto určitým životným štýlom nič spoločné. A že dokonca aj keby sa prešli po nejakej milionárskej štvrti, tak tam nenájdu jednu jedinú rodinku s týmto ideálnym reklamným životom.

Môže sa vám zdať, že reklama nie je taká nebezpečná, ale **Pudia veľmi ľahko podľahnú klamu ideálneho života**, o to viac, ak náhodou v reálnom živote prechádzajú ťažším, problematickejším obdobím.

Tentokrát je nám vývoj médií naklonený. V období nášho dospievania sme pozerali reklamy, pretože sme čakali na pokračovanie nášho programu. V súčasnosti už väčšina domácností na Slovensku má dodávateľov televízneho digitálneho vysielania takých, pri ktorých si vie program sama nastaviť. Je teda možné od útleho detstva pretáčať televízne reklamy a svoje ratolesti tak čo najmenej vystavovať ich vplyvu.

Reklamy vytvárajú odborníci, profesionáli, často psychológovia. **Je vytvorená tak, aby nás upútala.** Aj reklama, o ktorej si poviete, že je otrasná, má svoj zmysel. Pretože vás zaujala. A možno si ani nepamätáte, na aký produkt bola urobená. Keď však budete v obchode prechádzať pomedzi regály, práve produkt z reklamy vám viac udrie do očí a zdá sa vám lepší, povedomejší a možno po ňom nevedomky siahnete. Samozrejme, platí to aj

naopak. Aj keď je reklama vtipná a zdá sa vám dobrá, ale produkt si nezapamätáte, je pravdepodobné, že v obchode vás rovnakým spôsobom upúta.

V súčasnosti už kolujú vtipy o tom, že reklamy sú prerušované nejakými filmami a nie naopak. Z toho dôvodu je na vás, aký postoj voči nim zaujmete. Čím menšiu váhu im budete prikladať, tým skôr sa budú v produktoch vedieť orientovať aj vaše deti a to nie na základe propagačných aktivít, ale na základe vlastných potrieb.

7. Zostavte si vlastný rebríček hodnovernosti relácií

Deti prichádzajú do styku s médiami skôr ako vstúpi do ich života vplyv školy, či inej výchovnej inštitúcie. To znamená, že ešte skôr, ako sa začína ich vzdelávací proces, množstvo informácií už poznajú sprostredkované z médií. Do školy prichádzajú s bohatou mediálnou skúsenosťou, ktorá predstavuje už vytvorený, veľmi rôznorodý a chaotický poznatkový rámec informácií. Deti týmto informáciám bezvýhradne veria, pretože nemali možnosť si ich konfrontovať s realitou mimo médií. Alebo si ju konfrontovali s rovnako dezorientovanými predškólakmi na ihrisku.

V rámci rodinnej výchovy je teda na nás, rodičov, aby sme deťom vedeli vysvetliť, že k jednotlivým televíznym programom je potrebné pristupovať odlišne. V podstate by sme si jednotlivé programy vedeli rozdeliť do troch skupín. Dieťa by čo najskôr malo chápať, že:

- všetky rozprávky, seriály a filmy sú len fikciou, ktoré nemajú nič spoločné s realitou,
- potom sú tu reklamy, ktoré nám ponúkajú upravenú realitu tak, aby v nás prebudili pocit chcenia produktu
- poslednú kategóriu tvoria spravodajské relácie a dokumentárne filmy, ktoré síce ponúkajú zábery z reálneho života, avšak témy týchto príspevkov sú opäť vytvorené tak, aby pritiahli k televízii čo najviac divákov, teda z komplexného hľadiska nám opäť neponúkajú reálny vyvážený obraz, ale iba mediálnu realitu.

Komplexne by dieťa malo pochopiť, že médiá majú iba málo spoločného so životom okolo nás. Tak isto je potrebné vo vyššom veku apelovať na štruktúru internetových príspevkov. Kategorizovať by sme to mohli ako:

- internetové stránky slúžiace iba pre zábavu, ktoré nám

neponúkajú žiadne relevantné informácie

- stránky blogerov, ktorí sa snažia poukázať na svoj názor na akúkoľvek tému, ktorá ich zaujala. Tieto stránky je potrebné vnímať iba ako subjektívny názor autora
- odborné stránky vedeckých inštitúcií s odbornými publikáciami, kde nájdeme objektívne informácie
- spravodajské stránky a stránky médií, kde je uverejnený obsah rovnaký alebo veľmi príbuzný tomu, ktorý sa nachádza aj v televízii, či časopise, alebo novinách
- sociálne siete, diskusné stránky, inzertné stránky a podobné portály, kde môže vstupovať každý človek so svojou potrebou a ktoré sú na jednej strane subjektívne, na druhej strane je potrebné, aby sme si zväžili, koľko z nášho súkromia na nich odhalíme.

Pokiaľ je možné, môžete si vytvoriť so svojimi deťmi rebríček najobľúbenejších programov. K týmto programom si spoločne s deťmi môžete lepiť značky o tom, ako sú vytvorené, čomu sa v nich dá veriť a tak podobne. Najmä pri menších deťoch budete veľmi rýchlo vidieť, ako sa tieto obľúbené programy budú meniť a taktiež, ako rýchlo pochopia, že médiá sú iba fikcia.

Aktivít, ktoré sú veľmi jednoduché, časovo nenáročné a môžete ich so svojimi deťmi robiť, je množstvo. Veď nakoniec, verím, že niekoľko návrhov a možností na inšpiráciu ste už našli aj v tejto publikácii. Na zhrnutie dodávam iba:

- je dôležité o obsahu, ktorý vás alebo vaše deti zaujme, diskutovať a nachádzať aj iné alternatívne pohľady na danú záležitosť

- je možné natáčať a strihať si domáce videá, pri ktorých si deti uvedomia, ako veľmi je možné strihom zmeniť realitu, alebo ju upraviť

- je možné vytvárať si rebríček obľúbených programov, ktorými sa deti budú učiť tomu, že médiá sú iba fikcia a na druhej strane budete vedieť aj vy sledovať vývoj programov, ktoré dieťa sleduje

- je dôležité nechávať deťom priestor na spoznávanie reálnych produktov a nie iba tých reklamných

8. História a ako ju vidíme my

Mediálna výchova, ako už bolo spomínané vyššie, sa snaží o prehĺbenie mediálnej gramotnosti. Ak sa po prečítaní tejto publikácie rozhodnete rozširovať mediálnu gramotnosť svojich detí, mali by ste mať na pamäti najmä to, že sa pri nej vychádza z viacerých východísk:

Medzi tieto východiská v prvom rade patrí:

- médiá nesprostredkujú vonkajšiu realitu, ale prezentujú starostlivo vypracované konštrukcie. Mediálna výchova sa usiluje o demontáž týchto konštrukcií tým, že vysvetľuje, akým spôsobom vznikajú;
- médiá sú zdrojom informácií a skúseností, ktoré ľudí determinujú vo vytváranie individuálnej predstavy o svete;
- médiami ovplyvnený obraz reality rovnako ovplyvňuje význam individuálnych faktorov vo vzťahu jednotlivca k okolitému svetu;
- väčšina mediálnej produkcie je, za účelom zisku, komerčného charakteru. Z čoho pre mediálnu výchovu vyplýva potreba objasňovania vlastníctva a kontroly médií;
- mediálne obsahy sú istým druhom reklamy propagovaných hodnôt a spôsobu života;
- médiá zohrávajú významnú úlohu v politickej oblasti a pri formovaní spoločenských zmien;
- každé médium má svoj vlastný jazyk, ktorým špecifický kóduje realitu.
- k mediálnej gramotnosti detí patrí nielen poznanie mediálnej súčasnosti ale taktiež aj mediálnej minulosti

Poznanie týchto východísk je v súčasnom svete nutnosťou pre každého z nás. Vďaka nim môžeme dospieť k mediálnej gramotnosti a selektovať mediálne

obsahy. Všetky okrem posledného východiska som sa vám snažila na základe vlastných skúsenosti podať v predchádzajúcich kapitolách. V tejto kapitole by som sa rada zamerala, opäť hravou formou, na mediálnu históriu.

Vedia vaše deti, aké televízne programy bolo možné sledovať, keď ste vy boli v ich veku? Spomínali ste niekedy vašim deťom, v akom veku ste dostali prvý mobilný telefón? Hovorili ste im, v akom veku ste sa prvýkrát prihlásili na nejakú sociálnu sieť? Rozprávali ste sa niekedy o tom, ako ste pripravovali seminárne práce do školy, či ste chodili do knižnice, alebo ste už mali internet?

V súčasnosti je množstvo iniciatív, ktoré vedú k zvýšenej mediálnej gramotnosti. Jednou z nich je napríklad iniciatíva združenia eRKO – „Vypni telku, zapni seba“. Ide o týždeň, kedy deti, ktoré sa do tejto aktivity zapoja, nesledujú televíziu, nezapínajú si internet a viac času trávia pri voľnočasových aktivitách von v prírode. Možno túto aktivitu poznáte aj vy a vaša rodina sa do tejto aktivity zapája. Ak nie, môžete to skúsiť, alebo si urobiť vlastnú formu tejto aktivity.

U nás sa osvedčilo, že sme si jeden týždeň vybrali ako historický týždeň. To znamená, že deti s nami žili týždeň tak, ako by sme žili v období, keď sme boli my v ich veku. Čo to presne znamená?

- Televíziu pozeráme, ale iba RTVS, žiaden iný program v ten týždeň na výber nemáme.
- Internet nepoužívame a ak deťom treba v tej týždeň niečo odborné do školy, tak s ním zjídeme do knižnice. Inak, to je jedná z vecí, ktoré ma na modernej dobe osobne mrzia asi najviac, že súčasná generácia detí nemá prečo chodiť do knižnice a pritom ja som v nej ako dieťa rada trávila čas.

- Mobilné telefóny používame iba ak nám volá niekto, kto nie je zapojený do našej hry, ale inak si tento týždeň medzi sebou nevoláme a dopredu sa dohadujeme na každom stretnutí, ktoré potom nemáme ako zrušiť.
- Ak sa nám večer nepáči program v televízii, čítame si. Môžete hrať spoločenské hry, môžete sa rozprávať, môžete spoločne niečo tvoriť, či niečo meniť vo vašom bývaní, či v detskej izbe. U nás si čítame a to s porozumením. Napriek tomu, že podobne ako mediálna výchova, aj čítanie s porozumením má byť súčasťou školského vyučovania, je vhodné sa tomu niekedy venovať aj doma. Stačí, keď po čítaní necháte vaše dieťa, aby vám povedalo, čo čítalo.¹

Tieto pravidlá nie sú zložité, napriek tomu naše deti cítia rozdiel a po týždni si vážia možnosti, ktoré na internete majú a aký silný nástroj je mobilný telefón. Poznanie vývoja médií je jedným zo znakov porozumenia médiám. S deťmi sa rozprávame o tom, že ešte pred sto rokmi žili ľudia tak, ako na „Farme“, že ich dedko sa narodil v tom roku, keď bola vynájdená televízia, že my s ockom sme žili tak, ako to oni zažívajú s nami ten jeden týždeň. Sú fascinovaní, ako rýchlo sa veci hýbu a je pre nich rovnako nepredstaviteľné ako pre nás, čo všetko už budú poznať ich deti. Hlavne však rozumejú tomu, že žiť sa teda dá aj bez tabletov, bez nonstop dostupnosti na internet. Naša rodina žije v mediálnej dobe, naozaj nemôžem povedať, že by

¹ Táto publikácia nie je venovaná čítaniu a teda ani sa nechcem veľmi o tejto aktivite zmieňovať, avšak je vhodné, ak v deťoch už v útlom veku budujete vzťah ku knihám. Ak ste svojim malým deťom čítali rozprávky, môžete si preveriť, či vnímajú dej tým, že im inokedy dáte knihu a na základe obrázkov vám majú zreferovať obsah knihy. Verte mi, väčšinou to tieto deti naozaj vedia. A túto ich schopnosť by sme v nich mali podporovať a nie tlmieť. Kým majú záujem o knižky, kupujte im ich. Kým si chcú čítať, nechajte ich. Občas si len preverte, či vedia, čo čítajú, pomôže im to neskôr pri systematickom učení do školy.

sme žili bez telky, alebo že by som si pravidelne nekontrolovala maily. Myslím si však, že berieme médiá ako spestrenie, zábavu, námet na diskusiu. A musím povedať, že som jeden z ľudí, ktorí naozaj oceňujú, že počas sledovania akéhokoľvek programu môžem reklamné prestávky pretočiť. Považujem to za jednu z veľkých vymožeností a pozitív súčasných médií.

9. Trocha teórie z príručky Mediálna výchova hrou pre učiteľov

Ako to vyzerá s vplyvom násilných mediálnych obsahov na deti

Psychológovia, psychiatri, ako aj mnoho iných odborníkov poukazuje na možný negatívny dosah sledovania niektorých mediálnych programov na psychiku človeka a obzvlášť na psychiku dieťaťa. Médiá často podávajú svet v negatívnejšom zmysle, aký v skutočnosti je. Hlavným východiskom tvorby mediálnych obsahov v komerčných médiách je: „Ľudí priťahujú tragédie, katastrofy a mediálne senzácie.“ Množstvo negatívnych informácií o svete, ktoré denne zachytávame, je neúnosné a určitým spôsobom to ovplyvňuje aj naše psychické rozpoloženie. Podľa celosvetových výskumov si pomerne vysoké percento ľudí myslí, že žijeme v príliš násilnom svete, kde na nás dennodenne striehne nebezpečenstvo. Napriek tomu sa väčšina týchto ľudí s podobným nebezpečenstvom, či priamym útokom nikdy v reálnom svete nestretla. Tento názor si vytvorili prostredníctvom médií. Aj keď sa im v praxi a reálnom živote nepotvrdil, považujú ho za pravdivý a stotožnili sa s ním. Žijú v strachu, že na nich striehne nebezpečenstvo. A to je len mála ukážka toho, ako médiá „upravujú“ realitu a skutočný pohľad na reálny svet. Preto je schopnosť selekcie mediálnych obsahov nevyhnutnosťou.

Z hľadiska detí je otázka mediálnej výchovy ešte nástojčivejšia. Dieťa nevie v dostatočnej miere selektovať informácie, ktoré sú pre jeho svet nepotrebné. To, či rodičia selektujú mediálne obsahy, ktoré prijímajú ich deti je diskutabilné. Môžeme však polemizovať o tom, že väčšina detí sleduje komerčnú televíziu spolu s rodičmi v prime time (ktorý obsahuje večerné správy, enormné množstvo reklám, filmy a seriály nevhodné pre deti do 12-

15 rokov). Mediálne postavy detí považujú za skutočné a veľmi často za obdivuhodné. V takom prípade sa stávajú ich hrdinami. Pokiaľ sa hrdinom pre dieťa stáva pozitívna postava, môže to jeho správanie ovplyvniť v pozitívnom smere. Často sa však, najmä u chlapcov, prejavuje obdivovanie negatívnych hrdinov a akčných postáv. Dieťa sa snaží tohto hrdinu napodobňovať bez toho, aby si uvedomovalo, že táto postava nekoná dobro.

Podľa amerických mediálnych výskumov existuje predpoklad, že kontakt detí s násilím vo filme a v televízii zvyšuje pravdepodobnosť, že sa budú bezprostredne po tomto kontakte správať agresívne. Dlhodobé výskumy ukazujú, že sledovanie veľkých objemov násillia v médiách predurčuje neskoršiu agresivitu detí.

„Klasickým príkladom sú dve skupiny náhodne vybraných detí, ktorým sa premietne krátky film obsahujúci, resp. neobsahujúci násillie a potom sa sleduje, ako sa hrajú navzájom medzi sebou alebo s predmetmi, akými sú napríklad hračky. Zakaždým platí, že deti, ktoré sledovali ukážku s násilím, sa okamžite začínajú správať agresívnejšie. Pritom väčšiu agresivitu prejavujú vo vzťahu k osobám. Tento účinok je zjavný u všetkých detí, u chlapcov i dievčat, čiernych i bielych, u tých, ktoré sú za normálnych okolností agresívne, aj u tých, ktoré agresívne nie sú. Tak ako sa deti pozorovaním konania iných ľudí naučia intelektuálnym a sociálnym návykom, naučia sa aj násillnému konaniu. Súčasne platí, že v laboratórnych podmienkach možno viesť deti k menšej agresivite, keď sa im premietajú filmy s prosociálnymi modelmi.“ (Potter, Warren, 1996)

Pokiaľ ide o dospelých a teenagerov, tieto výsledky sa nepotvrdili. Násillie v médiách na nich môže mať skôr krátkodobý účinok.²

² Pri menších deťoch je však tento účinok dlhodobejší, čo znamená, že ak bolo takto pri agresívnych programoch dieťa vychovávané dlhodobo od ranného detstva, je potrebné čím skôr jeho správanie korigovať a vysvetľovať mu nevhodnosť napodobňovania mediálnych hrdinov.

Aký model násilného správania si vyberie dieťa ako vzor napodobňovania? Vo väčšine prípadov ten, za ktorý bol hrdina odmenený. Zabezpečiť, aby sa dieťa nedostalo k takémuto mediálnemu obsahu, je už dnes nemožné. To, čo si nepozrie doma, môže si pozrieť u kamaráta, alebo kdekoľvek inde. Dôležité je, aby dieťa vedelo, že informácie v médiách nemusia byť vždy reálne, ale často ide o fikciu. O fikciu vytvorenú pre zábavu, ktorú nie je vhodné napodobňovať, pretože takéto správanie nie je vždy akceptovateľné, resp. žiaduce. Mediálna výchova nemusí znamenať memorovanie v školských laviciach. Mediálna výchova by mala byť súčasťou života dieťaťa od elementárnej prípravy a mala by byť taká samozrejmalá, že si ju dieťa ani neuvedomí. Reálna by nemala byť streľba na ulici, aj keď v dnešnej dobe je tento fakt diskutabilný a vplyv médií značný. Ideálnejším príkladom „nereálnosti“ je, že väčšina zvieratiek v rozprávkach, ale aj hranných filmoch rozpráva. Dieťa by malo pochopiť, že je to iba fikcia.

Ako je mediálna výchova vnímaná vo svete

História mediálnej výchovy vo svete je rozsiahlejšia ako by sa mohlo zdať. Prvé začiatky mediálnej výchovy sa dajú nájsť v britskom kontexte. Objavili sa v roku 1933, keď bola vydaná kniha literárneho kritika F.R. Leavisa a jeho študenta Denysa Thompsona *Culture and environment: The training of critical awareness*. Táto kniha po prvýkrát priniesla systematické návrhy vyučovania masových médií na školách, vrátane ukážok cvičení, ktoré používajú žurnalistické texty, populárnu beletriu a reklamu. V minulosti sa v mediálnej výchovy kládol veľký dôraz na jej „ochranársku“ funkciu. Postupne sa od tohto prístupu ustupuje. Buckingham zdôrazňuje

potrebu chápať rolu médií ako viacrozmerný proces – ako záležitosť interakcie medzi technológiami, ekonomikami, textami a publikami.

Spomedzi súčasných mediálnych projektov vo svete má celosvetová organizácia UNESCO na tomto poli jednu z významných úloh. Projekty tejto organizácie sa týkajú hlavne zavádzania mediálnej výchovy do školských osnov. Spomínaná organizácia vychádza pri tejto činnosti z presvedčenia, že mediálna výchova pomáha odstraňovať nemalé rozdiely medzi vyspelými krajinami, ktoré distribuujú mediálne produkty a krajinami, ktoré tieto mediálne produkty prijímajú.³

Dlhú tradíciu mediálnej výchovy má ako jedna z mála krajín Veľká Británia. V tejto krajine mediálna výchova prešla viacerými štádiami. Najprv bola snaha o učenie dobrých a zlých mediálnych obsahov, neskôr bol obmedzovaný vplyv masmédií vládou. Nakoniec v osemdesiatych rokoch dvadsiateho storočia prichádza obdobie, kedy sa mediálna výchova začína orientovať na analyzovanie a hodnotenie mediálnych obsahov. Na vývoji mediálnej výchovy v Británii je zreteľne vidieť postupnú zmenu zmýšľania verejnosti a odborníkov o masovej kultúre. V tejto krajine je mediálna výchova zavedená ako súčasť výučby materinského jazyka a literatúry.

Netradičná situácia v oblasti mediálnej výchovy sa nachádza v USA. Napriek tomu, že Spojené štáty sú v medzinárodnom meradle štátom s najväčším podielom exportu mediálnych produktov, prekvapivo zaostávajú na poli mediálnej výchovy. Táto situácia je okrem iného spôsobená aj roztrieštenosťou legislatívy v rámci jednotlivých štátov USA. Na druhej strane, práve prílev amerických seriálov a filmov do Kanady spôsobil, že Kanada je jednou z krajín s najrozvinutejšou mediálnou výchovou a to napriek tomu, že v tejto krajine je množstvo rôznych provincií a rozličné

³ UNESCO taktiež vydalo príručku, ktorá je venovaná nielen učiteľom, ale taktiež rodičom. Je totiž nemožné, aby sme mediálnu výchovu a zodpovednosť za ňu presúvali len do škôl.

kultúry. Jedna z krajín, v ktorej sa mediálna výchova nerozvíja, je Francúzsko. Ich školstvo je finančne poddimenzované a tým pádom sa v tejto krajine riešia v oblasti školstva akútnejšie problémy ako je rozvoj prierezových tém vo vyučovaní.

Ak vezmeme do úvahy priestor Európy južnejšie od Veľkej Británie, medzi prvých zástancov mediálnej výchovy patril J. A. Komenský. Vo svojej dobe zastával názor, že je potrebné vzdelanie o novinách. V súčasnosti európsky priestor v oblasti mediálnej výchovy zaostáva za spomínanou Veľkou Britániou.

Ak by sme sa orientovali na krajiny okolo nás, tak Maďarsko má už roky vyvinutý predmet Filmovej a mediálnej výchovy. Ide o jednu z mála krajín v našom okolí, kde je mediálna výchova samostatný predmet. Čo sa týka Českej republiky, tam je mediálna výchova vyvinutá najmä v neformálnom vzdelávaní. Ministerstvo školstva Českej republiky už desať rokov vydáva akreditácie na detské internetové vysielania.

Ako je na tomto stručnom náhľade vidieť, mediálna výchova sa vo viacerých krajinách vyvíja odlišne. Môže ísť o tému na neformálne vzdelávanie, o samostatný predmet, o prierezový predmet, o predmet spojený so vzdelávaním v materinskom jazyku. Slovensko, ako som už uvádzala v predchádzajúcich kapitolách, má mediálnu výchovu zatiaľ na základe nariadenia Ministerstva školstva SR a medzinárodných dohovorov povinnú na druhom stupni základných škôl a na stredných školách. Forma, akou sa školy tejto téme venujú, je však v kompetencii samotného vedenia škôl. Aj z toho dôvodu som uvádzala, že pokiaľ máte záujem a nepovažujete túto tému za zbytočnú, môžete sa zaujímať o to, ako sa v škole vašich detí tejto téme venujú.

Na základe viacerých prieskumov a výskumov, ktoré sa v posledných rokoch na Slovensku realizovali, iba veľmi nízke percento škôl realizuje

mediálnu výchovu v dostatočnej forme. Väčšinou sa školy odvolávajú „iba“ na vydávanie školských médií, čo sa nepovažuje za dostatočné preto, lebo to zasahuje iba malý počet žiakov, ktorí sa na tom podieľajú.

To, že v mediálnej výchove zaostávame, je dané vývojom médií, ktorý bol u nás odlišný ako v západných krajinách. Kým v západnej Európe mali súkromné médiá a slobodu prejavu, my sme mali jedno štátne médium a obsah cenzúrovaný. Tým pádom je u nás situácia o niekoľko rokov oneskorená, avšak ako som už spomínala skôr, od roku 2008 sa u nás mediálna výchova vyvíja omnoho rýchlejšie ako roky predtým.

Záver

Každá škola je povinná začleniť mediálnu výchovu do vyučovacieho procesu, nie je to však ospravedlnenie na to, aby sa našim deťom v tejto oblasti nevenovali. Sú totiž témy, ktoré patria do školských lavíc iba okrajovo a mediálna výchova, spolu s rodinnou výchovou, či environmentálnou výchovou, k takýmto témam určite patria. To znamená, že sa nedajú v škole učiť, pokiaľ aj v rodine pre ne nie je vytvorené podnetné prostredie.

Verím, že sa mi podarilo na predchádzajúcich stranách ukázať vám, že mediálna výchova je naozaj potrebnou súčasťou života našich detí a ďalších generácií vôbec. A taktiež, že na príkladoch zo života sa mi podarilo aj ilustrovať, že venovať sa v rodinnom prostredí mediálnej výchove vôbec nie je zložitá.

Snažila som sa tento manuál písať natoľko spontánne a prirodzene, že už mi nejaké hlboké slová na záver ani neostávajú. Snáď by som rada apelovala iba na to, že je potrebné, aby ste so svojimi deťmi o mediálnych obsahoch a tom, čo pozeráte rozprávali. Aby ste mali prehľad o tom, čo robia na internete a či sa nesprávajú príliš nezodpovedne a neodhaľujú príliš veľa zo svojho súkromia.

Nápomocný vám môže byť portál www.ovce.sk. Ak by ste si klikli na testy, ktoré sa tam nachádzajú, môžete si ich najprv vyplniť sami a potom spoločne s vašimi deťmi, pričom by ste im jednotlivé otázky ozrejmovali. Sú to jednoduché testy koncipované na celú širokú škálu mediálnej výchovy, cez televíziu, internet, sociálne siete, spamy, zneužívanie údajov a podobne.

Tí, ktorí máte o túto problematiku väčší záujem, do pozornosti vám dávam aj stránku www.medialnavychova.sk, ktorú spravuje Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave. Na tejto stránke je množstvo hodnotných

dokumentov, pričom je tu aj preložený manuál mediálnej výchovy pre učiteľov a rodičov od UNESCO, ktorý bol zmieny aj v tejto publikácii.

Združenie Žabky sa už od roku 2005 venuje mediálnej výchove a realizuje ju neformálnym spôsobom na základných a stredných školách. Na ich stránke www.zabky.sk môžete nájsť typy pre školu vášho dieťaťa, ale taktiež aj možnosti pre netradičné letné detské tábory rodinného komorného typu, kde sa kladie dôraz aj na rozvoj prierezových tém, medzi ktorými je aj mediálna výchova.

Bez ohľadu na to, či vás táto téma zaujala, alebo ste nadobudli presvedčenie, že vašej rodiny sa táto téma netýka, som rada, že ste sa dočítali až k záveru. Je zrejmé, že sa zaujímate o svoje dieťa. A tým pádom by som tento manuál ukončila už iba jednou vetou – najdôležitejší je čas a pozornosť, ktorú svojmu potomkovi venujete. Škoda je, že deň pri našom dieťati beží akosi rýchlejšie ako pracovný deň v zamestnaní☺

LITERATÚRA

BALÁŽOVÁ, E.: *Mediálna výchova v etickej výchove*. Banská Bystrica: PFUMB v BB, 2012, 40s. ISBN 978-80-557-0451-7.

BALÁŽOVÁ, E.: *Rozvíjanie mediálnych kompetencií v etickej výchove*. Banská Bystrica: PFUMB v BB, 2012, 74s. ISBN 978-80-557-0458-6.

BRESTOVANSKÝ, M.: *Úvod do mediálnej výchovy*. Trnava: Trnavská univerzita, 2010, 88s. ISBN 978-80-8082-396-2.

DROBNÝ, M. – GREGUSSOVA, M.: *Deti v sieti*. Bratislava: eSlovensko, 2013, 111s. ISBN 978-80-970676-6-3,

DU PLESSIS, E: *Jak zákazník vníma reklamu*. Brno: Computer Press, 2007, 215s. ISBN 978-80-251-1456-8.

HRADISKÁ, E. – ŠULEK M.: *Psychológia v marketingu*. Banská Bystrica : EF UMB, 1999, 113s. ISBN 80-8055-197-9

HRADISKÁ, E. – LETOVANCOVÁ, E.: *Psychológia v marketingovej komunikácii*. Bratislava: UK BA, 2010, 172s. ISBN 978-80-223-2830

PETRANOVÁ, D., VRABEC, N.: *Mediálna výchova pre učiteľov stredných škôl*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnava. 2011, 221s. ISBN 978-80-8105-248-4.

POLÁKOVÁ, E.: *Mediálne kompetencie. Úvod do problematiky mediálnych kompetencií*. Vranov nad Topľou: ELIBROL, 2011, 145s. ISBN 978-80-89528-02-8.

POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L.S.: *Mediální výchova*. Computer Media s.r.o., 2009, 88 s. ISBN 978-80-7402-022-3.

POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L.S.: *Mediální výchova. Cvičebnice - Zadání*. Computer Media s.r.o. 2010, 88 s. ISBN 978-80-7402-039-1.

POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L.S.: *Mediální výchova. Cvičebnice - Řešení*. Computer Media s.r.o. 2010, 88 s. ISBN 978-80-7402-055-1.

POSPÍŠIL, J., ZÁVODNÁ, L.S.: *Mediální výchova. Metodika*. Computer Media s.r.o. 2010, 88 s. ISBN 978-80-7402-040-7.

REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál. 2004, 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

REMIŠOVÁ, A.: *Etika médií*. Bratislava: Kalligram. 2010, 310s. ISBN 978-80-9101-376-8.

ROGERS, V.: *Kyberšikana: pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty*. Praha: Portál. 2011, 104 s. ISBN 978-80-7367-984-2.

STAFFORD, r.: *Redefining creativity*. London: British Film Institute, 1992

VRABEC, N.: *Mládež a médiá: Mediálna gramotnosť mladých ľudí na Slovensku*. Bratislava: IUVENTA Slovenský inštitút mládeže. 2008, 37 s. ISBN 978-80-8072-074-2.

Internetové zdroje:

KAČINOVÁ, V.: Terminologické problémy mediálnej výchovy. [online] In *Communicationtoday.sk*. Dostupné na: http://www.communicationtoday.sk/wp-content/uploads/CT-2_2012-2.pdf

Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania [online] In *Zodpovedne.sk*. Dostupné na: http://www.zodpovedne.sk/download/koncepcia_medialnej_vychovy_v_SR.pdf

Mediálna výchova – literatúra, internetové zdroje. [online] In *Statpedu.sk*. Bratislava: Štátny pedagogický ústav. Dostupné na: <http://www.statpedu.sk/files/documents/svp/gymnazia/prierezove/medialna/medialna-vychova-literatura-internetove-zdroje.pdf>

Stav mediálnej výchovy na slovenských základných školách. [online] In *Issuu.com*. Dostupné na: http://issuu.com/medialnavychova.sk/docs/vyskumna_sprava_zs.original

Štátny vzdelávací program mediálna výchova (prierezová téma) [online] In *Statpedu.sk*. 2011. Bratislava: Štátny pedagogický ústav. Dostupné na:

<http://www.statpedu.sk/files/documents/svp/prierezove_temy/medialna_isced1.pdf>

<http://fss.muni.cz>

www.medialnavychova.sk

http://www.mediasetbox.cz/data_text/000038/od-gutenberg-a-internetu.pdf
www.ovce.sk

www.rozpravka.info

www.zodpovedne.sk

www.zabky.sk

Európske dokumenty:

Odporúčanie 1466 (2000) [1] Mediálna výchova
<<http://www.radaeuropy.sk/?736>>

Odporúčanie Rec(2009)5 Výboru ministrov Rady Európy členským štátom o opatreniach na ochranu detí pred škodlivým obsahom a správaním a na podporu ich aktívnej účasti v novom informačnom a komunikačnom prostredí <<http://www.radaeuropy.sk/?odporucanie-2009-5-o-opatreniach-na-ochranu-deti-pred-skodlivym-obsahom>>

Komisia vyhlásila novú výzvu pre informačnú spoločnosť: ako sa stať gramotným v oblasti nových médií
<<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1244&format=HTML&aged=0&language=SK&guiLanguage=en>>

Budovanie Európy pre deti a s deťmi
<http://www.radaeuropy.sk/swift_data/source/dokumenty/ikre/publikacie/dokumenty/Budovanie_Europy_pre_deti_a_s_detmi.pdf>

Vydávajú: Žabky a Dubnický technologický inštitút
Prvé vydanie. 2014

ISBN 978-80-89400-98-0



9 788089 400980 >