

Viera SMOLÁKOVÁ

Prešovská univerzita v Prešove, Prešov, Slovensko

vierasmolak@gmail.com

MEDIÁLNA PRODUKCIA PRE DETI – FUNKČNÉ PARAMETRE

Viera SMOLÁKOVÁ

University of Prešov, Prešov, Slovakia

vierasmolak@gmail.com

MEDIA PRODUCTION FOR CHILDREN – FUNCTIONAL PARAMETERS











The contribution maps the functional parameters of media production for children, revealing traditional electronic media as tools used for presenting the world. The communicative situation is delimited, on the one hand, by the media institution represented by the specific author; on the other hand, the child recipient is defined by age. Exponents of the selected genres operate within legislative guidelines and take into account the specifics of the target audience; these basic factors determine the nature of the material designed for the child recipient. Through analysis of selected children's genres and considerations of what function media texts should fulfil, the paper points out the expressive means used which diversify the very concept of a "child recipient".

Keywords: children, media, production, function, text.

Úvod

Téma detského publika je úzko spätá s otázkou vplyvu médií. V predmetnej komunikačnej situácii máme na jednej strane detského príjemcu, ktorý ako otvorená štruktúra dopĺňa svoje poznanie o okolitom svete vďaka získaným informáciám s významnou podporou práve médiami sprostredkovaných informácií. Na druhej strane je prítomná mediálna inštitúcia zastúpená konkrétnymi mediálnymi tvorcami, ktorí vybraným spôsobom zohľadňujú detské publikum, jeho možnosti vnímania a dekódovania obsahov, so zreteľom na stanovené ciele mediálneho produktu. Už na prvý pohľad je zrejmé, že takáto komunikácia je z pohľadu participujúcich komunikačných partnerov nevyvážená, aj preto sa realizuje v „špeciálnom režime“. Ide predovšetkým o legislatívne nastavenia, na Slovensku upravené vyhláškou Ministerstva kultúry č. 589/2007 Z. z., v ktorej je definovaná povinnosť vysielateľa zabezpečujúceho programovú službu, klasifikovať, kategorizovať, označovať a následne zaradzovať do vysielania programy podľa ich vhodnosti priority vzhlľadom na vek príjemcu. Rozdelenie detského publika do vekových skupín je podmienené kritériami posudzovania vhodnosti programu, ktoré sa

môžu v jednotlivých krajinách líšiť¹, pretože sa tu odrážajú kultúrne parametre a zvyklosti. Bázou pre vytvorené vekové kategórie sú však poznatky predovšetkým vývinovej psychológie, kde sa do popredia dostáva schopnosť dieťaťa spracovať mediálne obsahy v rozličnom veku s dôrazom na vhodnosť použitých výrazových prostriedkov. Použitie audiovizuálnych deskriptorov je v slovenskej praxi známe ako Jednotný systém označovania programov (ďalej len JSO) a vychádza z posúdenia jednotlivých zložiek mediálneho obsahu, pričom sa berie do úvahy najmä výskyt násilia, sexuálnych scén, zobrazovanej nahoty a vulgárneho jazyka². Konkrétne grafické symboly JSO sú nateraz zvolené nasledovne:

Grafický symbol číslo	Klasifikácia podľa jednotného systému označovania	Grafický symbol jednotného systému označovania	Rozmery grafického symbolu
1.	nehodné pre vekovú skupinu maloletých do 7 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
2.	nehodné pre vekovú skupinu maloletých do 12 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
3.	nehodné pre vekovú skupinu maloletých do 15 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
4.	nehodné a neprístupné pre vekovú skupinu maloletých do 18 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
5.	vhodné pre vekovú skupinu maloletých do 12 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
6.	vhodné pre všetky vekové skupiny maloletých		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
7.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých do 7 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
8.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 7 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
9.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 12 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm
10.	výchovno-vzdelávacie vhodné pre vekovú skupinu maloletých od 15 rokov		televízna programová služba: 41 x 41 pixlov obal, nosič: 1 cm x 1 cm

Obrázok 1. Symboly JSO (zdroj: <http://www.epi.sk/zz/2007-589>)

¹ O rozdielnosti kritérií a označovania v krajinách Európskej únie sa diskutovalo aj na konferencii v Európskom parlamente, ktorá sa konala 11.10.2017

<https://europskenoviny.sk/2017/10/10/jana-zitnanska-spolodne-pravidla-pre-audiovizualne-deskripty-zabezpecili-lepsiu-ochranu-maloletych-divakov/>

² [http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1206905011_Jednotn%C3%BD%20syst%C3%A9m%20ozna%C4%8Dovania%20\(01.%202011.%202005%20-%2031.12.2007\).pdf](http://www.rvr.sk/_cms/data/modules/download/1206905011_Jednotn%C3%BD%20syst%C3%A9m%20ozna%C4%8Dovania%20(01.%202011.%202005%20-%2031.12.2007).pdf)

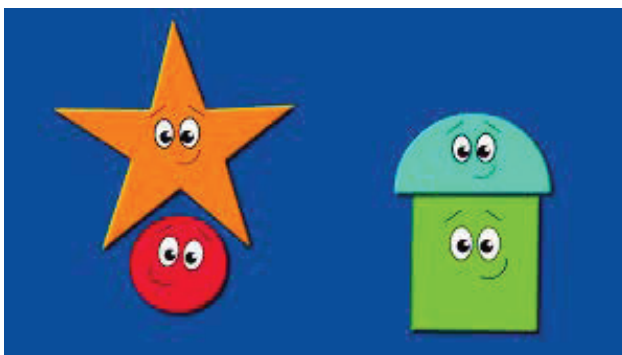
Rešpektujúc princípy a zásady JSO možno detské publikum vekovo kategorizovať ako:

- a) publikum do 7 rokov,
- b) publikum do 12 rokov,
- c) publikum do 15 rokov,
- d) publikum do 18 rokov.

Spomenutá zákonná norma hovorí o vhodnosti, resp. nevhodnosti použitia výrazových prostriedkov pre jednotlivé vekové skupiny, ale tento normatívny rámec je pre tvorcov mediálnych obsahov dôležitý aj v explicitnom vymedzení vekových kategórií detského príjemcu. Detské publikum teda nevnímame ako kompaktný celok, ale každý vekový stupeň reflektuje „iného“ detského príjemcu. Zovšeobecňujúca kategória „detské publikum“ je z pohľadu tvorcov nutne fokusovaná na konkrétnu vekovú skupinu detí. V našom príspevku pôjde teda o hľadanie atribútov, ktoré charakterizujú mediálnu tvorbu pre deti vo vymedzených vekových rámcoch.

1. Vek ako determinant výberu výrazových prostriedkov

Vekové vymedzenie detského publika kopíruje triedenie známe z vývinovej psychológie (porov. napr. Vágnerová 2000; Končeková 2014), uplatňované v pedagogike. Najmladšou vymedzenou skupinou sa stávajú deti do siedmeho roku veku, ktorá sa označuje ako predškolský vek. Aj tu môžeme vnímať výrazné rozdiely v rámci tejto vekovej skupiny, ktoré sú reflektované aj médiami. Existujú detské televízne kanály, ktoré sú určené pre najmenšie deti (napr. Duck TV, obr. 2), ale aj pre samotných predškolákov (TV RiK, obr. 3). Z pohľadu vhodnosti mediálnych obsahov možno skonštatovať, že v tejto vekovej kategórii sú uplatňované najprísnejšie kritériá.



Obrázok 2. Ukážka z relácie Duck TV

(zdroj: https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT8qPOec7j_Jwml-dgiAt-8KHcaIQtaOnF2R-jwKLOayFNKbYwo3Jg)



Obrázok 3. Ukážka z relácie TV RiK

(zdroj: <https://i.ytimg.com/vi/GaLrC0HKBuM/maxresdefault.jpg>)

Skupina, ktorú vývinová psychológia označuje ako mladší školský vek, zodpovedá vekovej kategórii od 7 – 12 rokov. Starší školský vek sa chápe ako skupina do 15 rokov a spája sa s obdobím puberty. Publikum do 18 rokov vo vývinovej psychológii zastupuje jedincov v období adolescence.

Pri skúmaní mediálnych obsahov určených pre načrtnutú, značne diferencovanú, skupinu detského publika nám pomôže práve uplatnenie psychologických špecifik na charakter použitých výrazových prostriedkov. Možno tu uvažovať o viacerých rovinách:

- 1) Konkrétnosť – všeobecnosť,
- 2) Imaginárnosť – reálnosť,
- 3) Fragmentárnosť – kontinuálnosť.

Hodnotenie výrazových prostriedkov sa na pozadí týchto rovín ukazuje nasledovne: čím je vek detského publika nižší, tým viac sú tvorcami vyberané prostriedky, ktoré zastupujú pól konkrétnosti a imaginárnosti s výraznou fragmentárnosťou výsledného textu. Mediálne obsahy pre najmenších majú krátku minútáž, sú strihovo dynamické a zvukovo výrazne rytmické a melodické. Jazykové prostriedky sú konkretizované obrazom, pričom použité obrazové kódy sú tvarovo idealizované tak, aby podporili predstavivosť dieťaťa. Pre naplnenie spomenutého sú často využívané vymyslené, ale personifikované postavy, napr.: Harvepíno (obr. 4), postavičky zo Sesame street (obr. 5), Klbko (obr. 6).



Obrázok 4. Harvepino

(zdroj: <https://zaujímavosti.net/blog/archiv/televizia/detska-vzdelavacia-relacia-mean-harvepino/>)



Obrázok 5. Postavy zo Sesame Street

(zdroj: <https://insideretail.hk/2018/04/26/tv-gang-back-courtesy-of-sesame-street-asia/>)



Obrázok 6. *Klcko*

(zdroj: <http://preklcko.tvlux.sk/o-klcko>)

So zvyšujúcim sa vekom publika sa na vytváraní obsahu podieľajú také výrazové prostriedky, ktoré smerujú k opačným pólom načrtnutých osí: k všeobecnosti a reálnosti, pričom sa uplatňuje kontinuálnosť (často aj žánrová, v podobe seriálov či sitkomov). Mediálne obsahy pre staršie deti využívajú reálne prostredie, upúšťa sa od idealizácie prostriedkov. Moment stotožnenia sa so zobrazovaným je v tvorbe výrazne zastúpený a tvorcovia s ním rátať ako s primárnym princípom. Príkladom môže byť početné zastúpenie seriálov zo školského prostredia, či zobrazovanie talentovaných protagonistov. Miera stotožnenia sa je determinovaná mentálnou zrelosťou publika, preto je zrejmé, že mladšie publikum sa jednoduchšie a priamočiarejšie identifikuje s mediálnym obsahom. Práve to dáva potenciál následnému marketingu, kde mediálny obsah nie je len finálny produkt, ale súčasne prostriedok predajnosti ďalších produktov (módne kolekcie, mobilné telefóny, hračky). Ukazuje sa tu ďalší významný parameter pri hodnotení tvorby pre deti, a to samotná funkcia, prečo je daný mediálny produkt vytvorený. Zvyčajne ide o hierarchické usporiadanie niekoľkých funkcií, dominantná funkcia textu sa však dá pomenovať. Marketingové funkcie mediálneho textu určeného pre detského percipienta sme naznačili, pokúsime sa identifikovať a opísať tie funkcie, ktoré vstupujú do informačného sveta dieťaťa a významne ho dotujú.

2. Vzdelávacie a informačno-poznávacie relácie

To, že mediálne obsahy dokážu veľmi intenzívne vstúpiť do poznávacieho procesu sa v mediálnej tvorbe odráža už v začiatkoch vysielania. V slovenských vysielacích podmienkach sa už od začiatku vysielania objavujú v programovej ponuke také relácie, ktoré sú určené pre materské a základné školy, školské kluby a družiny. Najskôr ide o rozhlasové vysielanie, keď košické vysielacie štúdio už od

roku 1929 začína vysielat' pre školy (Bágeľ 1980: 701). S nástupom televízneho vysielania sa ponuka rozširuje aj na ostatné vekové skupiny detského publika.

Dominantnú funkciu takýchto relácií možno označiť ako vzdelávaciu (terminológia zodpovedá aj žánrovému označeniu, ktoré sa používa vo vysielacej praxi na označenie vzdelávacích programov). Typické pre takéto relácie bude odovzdávanie informácií z rozličných oblastí, pričom cieľom je doplniť, resp. prehĺbiť poznanie príjemcu. Pri analýze programovej ponuky nájdeme aj žánrové vymedzenie tzv. informačno-poznávacích relácií. Majú rovnaký cieľ ako vzdelávacie relácie. Na vzájomné rozlíšenie vzdelávacích a informačno-poznávacích relácií nám poslúži bližší pohľad na ich výstavbu a štruktúru. Vzdelávacie relácie sú koncipované ako jednosmerná transmisia informácií, kde komunikáciu určuje expedient. Informačno-poznávacie relácie podporujú aktívnu účasť percipienta a rátajú s ňou ako s dôležitým princípom výstavby textu. Takéto užšie vymedzenie teda uvažuje o dvoch rovnocenných kategóriách, ktoré sa odlišujú stupňom aktívnej účasti komunikantov. V širšom zmysle možno chápať vzdelávacie programy ako všeobecnejšie a nadradené kategórie informačno-poznávacích relácií.

Užitočnosť rozlišovania medzi vzdelávacími a informačno-poznávacími reláciami sa ukazuje aj pri bližšej špecifikácii detského percipienta. Podľa miery aktivity možno detského príjemcu definovať ako toho, ktorý:

- a) prijíma informácie ako súčasť zatvoreného mediálneho textu (informácie majú povahu faktov, rozširujú resp. prehľbujú poznanie);
- b) prijíma informácie a overuje ich vlastnou aktivitou (miera relevancie informácie je závislá od aktivity percipienta);
- c) aktívne vstupuje do výslednej podoby mediálneho textu (často prostredníctvom rôznych foriem spätnej väzby).

Ak hovoríme o zatvorenom mediálnom texte, máme na mysli také relácie, v ktorých má dominantné postavenie autor textu, pričom publikum text dekóduje na pozadí vlastných perцепčných schopností. Z pozície tvorcov je podstatné, siahnuť po takých výrazových prostriedkoch, ktoré by podporili komunikačný zámer zohľadňujúc najmä vek cieľového publika. Práve vzdelávacie relácie uprednostňujú lineárny spôsob odovzdávania informácií. V slovenskom vysielacom priestore je takouto reláciou STOJ! POZOR! CHOĎ!, ktorá deťom prezentuje prostredníctvom televíznej obrazovky dopravnú výchovu a približuje činnosť polície a záchranných zložiek. Herci v rolách policajtov spoločne s postavou Semafora (obr. 7) a detskými protagonistami na pozadí humorne ladených dialógov, piesní a krátkych tanečných choreografií predstavujú dopravné témy. V relácii sa využívajú štylizované interiéry (napr. kancelária dopravných policajtov), aj reálne exteriéry (napr. ulica, dopravné ihrisko). Všetky scény majú reálne vyobrazenie a odkazujú na reálne skutočnosti, jediným prvkom, ktorý podporuje detskú predstavivosť je personalizovaná postava Semafora.



Obrázok 7. *Protagonisti relácie STOJ! POZOR!CHOĎ!*
(zdroj: https://i.vimeocdn.com/video/718725303_780x439.jpg)

Rovnaké tematické vymedzenie reflektujúce dopravnú výchovu mala relácia Páni zo semafora. Spôsob zobrazenia však výrazne dotoval detskú imagináciu cez postavy Pána Červeného a Pána Zeleného, ktorí obývali svoju časť semafora pre chodcov. V relácii sa pracovalo s výraznou kontrastnou farebnosťou nielen postáv, ale aj priestoru, v ktorom sa nachádzali. Situačný humor s odkazom na konkrétne dopravné situácie bol vhodným prostriedkom, ktorý dokázal zaujať detského diváka.



Obrázok 8. *Páni zo semaforu*
(zdroj: <https://medialne.etrend.sk/televizia/meciarovci-rozbalili-v-stv-svoj-novy-program.html>)

Mnohé typy mediálnych textov sú postavené na tom, že dieťa nielen prijíma informácie, ale ich aj overuje vlastnou aktivitou. Takéto relácie obsahujú aktivizačné prvky a vychádzajú zo vzájomnej interakcie komunikačných partnerov. Príkladom

na spomínaný typ relácie môžu byť mediálne programy podporujúce poznanie cudzieho jazyka. Takáto výučba prostredníctvom médií v sebe často obsahuje časový priestor, v ktorom si percipient má možnosť vyskúšať napr. výslovnosť či použitie cudzieho slova. Tieto mediálne texty sa „otvárajú“ vo vzťahu k detskému percipientovi, je na ňom, ako s touto možnosťou naloží. Každopádne tvorcovia podporujú aktivitu príjemcu možnými komunikačnými prostriedkami práve preto, aby naplnili zadané funkcie textu. Takouto podporou je aj využitie digitálnych médií, ktoré svojimi metatextovými odkazmi dokážu podporiť vnímanie vysielaného prototextu. Funkčne sa to využíva aj v tvorbe pre deti, kde nachádzame symbiózu detských kanálov a internetových stránok vysielateľa, či konkrétnych mobilných aplikácií. Otvorenosť textov digitálnych médií smerom k detskému publiku je lákavé práve pre možnosť vstúpiť do takejto formy komunikácie, pričom miera aktivity zo strany publika bude determinovať mieru naplnenia prioritnej funkcie textu.

Ak uvažujeme o možnosti aktívneho vstupu detského percipienta do výslednej podoby vysielaného mediálneho textu so vzdelávacou alebo informačno-poznávacou funkciou, máme na mysli také textové štruktúry, ktoré možno charakterizovať ako otvorené. Dramaturgia relácie je síce pevne stanovená, ale jej konkrétne naplnenie sa dopredu nedá plánovať. Neprediktabilným prvkom vo výstavbe textu je totiž samotný percipient. Jeho aktivita výrazne formuje výsledný text. Autori rátajú s priestorom pre aktívnu cieľovú skupinu tak, aby mala možnosť overiť rámcové fakty a tým sprostredkovať alebo prehĺbiť poznanie publika. Aktivita publika je výrazným faktorom, od ktorého závisí funkčné ale aj textotvorné naplnenie relácie.

Ak možno vystavať vzdelávacie a informačno-poznávacie relácie rôznymi spôsobmi, ktoré sme načrtli vyššie, môžeme sa opýtať, od čoho bude závisieť úspešné naplnenie dominantných funkcií mediálneho textu určeného pre detské publikum? Vychádzajúc z poznania, že pre detský vek je charakteristický rozvoj schopností a zručností (vo všeobecnom význame), vnímame počas vývoja osobnosti dieťa ako otvorenú štruktúru (Van Evra 1990: 26–28), ktorá si rýchlo osvojuje nové informácie. Hovoríme o procese učenia sa, tak ako o ňom uvažuje pedagogika, didaktika a psychológia (porov. Ďurič – Štefanovič 1973, Opravilová 1989, Petlák 1997). Okrem tradičných foriem učenia, ktoré vychádzajú z lineárneho modelu odovzdávania informácií (transmisia sa uskutočňuje jedným smerom obdobne ako sme to opísali pri vzdelávacích reláciách), je potrebné pri reflektovaní mediálnej komunikácie spomenúť tzv. inovatívne formy osvojovania a rozširovania si poznatkov, zručností a skúseností, ktoré sú založené na zážitku, emócií. Didaktika v tomto zmysle hovorí o zážitkovom vyučovaní (Pelánek 2008: 12–13), pri implementácii na mediálny priestor vidíme v tomto smere potenciál využitia mediálnych textov. Vyvolanie zážitku, ktorý sa stáva ústredným pojmom zážitkovej pedagogiky, ešte nemusí jednoznačne korelovať so samotným učením. Paralelne ani emócia prostredníctvom médií nemusí jednoznačne podporiť vybranú dominantnú funkciu textu. Samotné učenie (efektívne naplnenie vzdelávacej funkcie) spočíva v osvojení si novej informácie, pričom je tu predpoklad, že pri opakovanej situácii dieťa využije práve novú, naučenú informáciu. Zážitok (mediálne sprostredkovaná

emócia) je prostriedkom aktivizácie jednotlivca, ale až následné zhodnotenie zážitku, jeho reflexia, snaha o pochopenie získanej skúsenosti a upevnenie nadobudnutého poznatku či skúsenosti, smeruje k samotnému učeniu. Teória, ktorá opisuje postupy efektívneho učenia a zahŕňa princípy učenia sa z vlastnej skúsenosti, sa označuje ako Kolbov cyklus. Ten obsahuje štyri stupne zahŕňajúce: konkrétnu skúsenosť, analýzu skúsenosti, hodnotenie skúsenosti a uplatnenú zmenu v nasledujúcej skúsenosti (cit. podľa Hanuš – Chytilová 2009: 42–44). Princíp tvorby mediálnych textov majúci primárne vzdelávaciu a informačno-poznávaciu funkciu kopíruje tieto poznatky. Napríklad konkrétnu skúsenosť možno detskému percipientovi sprostredkovať vďaka imaginárnej postave, s ktorou sa dieťa dokáže stotožniť (takými postavami v slovenskom vysielacom prostredí sú napr. Drobček, Kuko, Klbko a pod., o ich využití hovoríme vyššie v texte). Postava analyzuje a hodnotí situáciu, pričom smeruje k novému poznaniu. To dokáže použiť v nasledujúcej situácii. Schopnosť pochopiť a prepojiť nové informácie zvyčajne tvorcovia dodatočne overujú prostredníctvom úlohy pre detské publikum. Takýto prvok sa využíva aj ako spätná väzba, ktorá môže mať okamžitú povahu (vo forme telefonátu, SMS) alebo oneskorenú (vo forme klasickej či elektronickej pošty).

Citlivé riadenie poznávacieho procesu zo strany „skúsenejších“ má mať povahu gestorstva, ktoré rešpektuje rozvoj dieťaťa, jeho aktivity a podnecuje jeho uplatnenie v prítomnosti aj v naznačenej perspektíve (Miko 1980: 14).

3 Vedomostné a súťažno-zábavné relácie

Zábavná funkcia sa radí k primárnym funkciám médií. Je prítomná aj v mediálnej tvorbe určenej pre deti. Naplnenie zábavnej funkcie sa uskutočňuje napríklad formou súťažno-zábavných a vedomostných relácií. Špecifickou pridanou hodnotou vedomostných relácií býva rozšírenie informačného poľa percipientov, pretože sa tu kumuluje zábavná a vzdelávacia funkcia.

Výstavbovým princípom vedomostných a súťažno-zábavných relácií je interaktivita využívajúca zásady hry, ktoré sú definované systémom pravidiel. Vedomostné relácie overujú poznatky percipientov a súčasne je publikum konfrontované s novými informáciami. Motivátorom aktívnej účasti sa tak stáva verejná prezentácia vlastných vedomostí, ako aj získavanie nových informácií. Súťažno-zábavný charakter relácií je prítlačivý aj pre detské publikum najmä kvôli hernému princípu vychádzajúcemu zo simulácie a tvorivosti, rešpektujúc pravidlá (porov. Malíčková 2008: 47–51) a dynamiku textu, ktorá je determinovaná prítomnou fragmentárnosťou vychádzajúcou z limitovanej sústredenosti detí na jednu aktivitu. Relácie obsahujú rozličné disciplíny, strieda sa overovanie vedomostí s prezentáciou motorických zručností.

V slovenskom vysielacom priestore nám ako ukážka môže poslúžiť relácia *Daj si čas*, ktorá je určená pre starší školský vek. Podstatou je súťaž dvoch tímov, ktoré reprezentujú svoju školu. Súťažné disciplíny overujú vedomosti z histórie, ale aj pohotovosť, fantáziu a zručnosti súťažiacich (ukážka: <https://www.rtvsk.sk/>)

televízia/archiv/12111/143547). Každá časť relácie má svoje tematické vymedzenie (ohraničené napr. časovým obdobím), ktoré sa potom odráža v súťažných úlohách. Vedomostná funkcia je napĺňaná aj informačným vstupom v úvode každej relácie a tiež konklúziou a repetíciou základných informácií v závere.

Pritomnosť motorických disciplín možno považovať za špecifikum súťažno-zábavných relácií, ktoré sú určené pre deti. So stúpajúcim vekom cieľového publika sa štandardne od overovania fyzických zručností v súťažno-zábavných reláciách upúšťa.

Dostupnosť informačných technológií a posúvanie vekovej hranice smerom nadol v oblasti ich ovládania, otvára pre tvorcov detských programov nové možnosti. V našom vysielacom priestore bola výrazným počínom televízna relácia Maxihra, kde sa súťažilo v hraní počítačovej hry prostredníctvom telefónu. Atraktivnosť relácia bola postavená na vtipnom moderátorovi, ale motivácia sledovať ju bola širšia: možnosť zapojiť sa a vyhrať zaujímavé ceny, vidieť a dostať návod, ako danú hru hrať. Konkrétna videohra mala totiž svoju počítačovú verziu a podľa odpozorovaných postupov mohol detský divák uspieť pri individuálnom hraní. Tak isto bolo možné individuálne natréňovať postupy hrania a následne byť úspešný v televíznej verzii hry.

Dnešné technológie a ich rozšírenosť posúvajú tieto postupy v prospech interaktivity a aktuálnosti zdieľania mediálnych obsahov. Na druhej strane sa toto digitálne prostredie stierajúce vekové hranice stáva rizikom s následnými konsekvenciami.

Záver

Média od svojho nástupu reflektujú detského príjemcu a výrazne vstupujú do procesu poznávania sveta. Spôsob tvorby pre deti okrem legislatívnych parametrov odráža funkcie komunikátu, ale aj špecifikum veku, ktorému je mediálny produkt určený. Výrazové prostriedky a tvorivé postupy sa prispôbujú vnímaniu rozličných vekových skupín aj vo všeobecne označovanej kategórii „detské publikum“.

LITERATÚRA

- Bágel' 1980:** Bágel', V. Rozhlas. // Slovensko. Kultúra – II. časť. Bratislava: Obzor, 671–714.
- Ďurič, Štefanovič 1973:** Ďurič, L., Štefanovič, J. *Psychológia pre učiteľov*. Bratislava: SPN.
- Hanuš, Chytilová 2009:** Hanuš, R., Chytilová, L. *Zážitkově pedagogické učení*. Praha: Grada.
- Končeková 2014:** Končeková, E.: *Vývinová psychológia*. Prešov: Vydavateľstvo Michala Vaška.
- Maličková 2008:** Maličková, M. *Hra (nie)len ako estetický fenomén*. Nitra: UKF v Nitre.

- Miko 1980:** Miko, F. *Hra a poznanie v detskej próze*. Bratislava: Mladé letá.
- Opravilová 1989:** Opravilová, E. *Pedagogika I*. Bratislava: SPN.
- Pelánek 2008:** Pelánek, R. *Příručka instruktora zážitkových akcí*. Praha: Portál.
- Petlák 1997:** Petlák, E. *Všeobecná didaktika*. Bratislava: IRIS.
- Vágnerová 2000:** Vágnerová, M. *Vývojová psychologie*. Praha: Portál.
- Van Evra 1990:** Van Evra, J.: *Communication textbook series. Television and child development*. Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Výhláška Ministerstva kultúry č. 589/2007 Z. z.*, dostupné na <https://www.google.com/l?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiI6rWbkbXdAhXRYVAKHUdVBNwQFjAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fwww.culture.gov.sk%2Flegdoc%2F23%2F&usg=AOvVaw2hIQopPFAKNMO0nVcq1KRB> (27.5.2018)
- https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcT8qPOec7j_JwmlldgiAt-8KHcalQtqQnF2R-jwKlQayFNKbYwo3Jg (22.5.2018)
- <https://insideretail.hk/2018/04/26/tv-gang-back-courtesy-of-sesame-street-asia/> (22.5.2018)
- https://i.vimeocdn.com/video/718725303_780x439.jpg (27.5.2018)
- <https://i.ytimg.com/vi/GaLrC0HKBuM/maxresdefault.jpg> (27.5.2018)
- <https://medialne.etrend.sk/televizia/meciarovci-rozbalili-v-stv-svoj-novy-program.html> (22.5.2018)
- <http://preklbko.tvlux.sk/o-klbku> (22.5.2018)
- <https://www.rtv.slovensko.sk/televizia/archiv/12111/143547> (27.5.2018)
- <https://zaujímavosti.net/blog/archiv/televizia/detska-vzdelavacia-relacia-mean-harvepino/> (22.5.2018)

Príspevok vznikol v rámci grantu agentúry KEGA: Elektronický mediálny text a detské publikum, č. 015PU-4/2016.