

Dokážeme deti chrániť či brániť pred rizikami internetu, reklamy a médií

Mgr. Mária Tóthová Šimčáková

Predsedníčka Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu

Odborná garantka projektu www.detinanete.sk

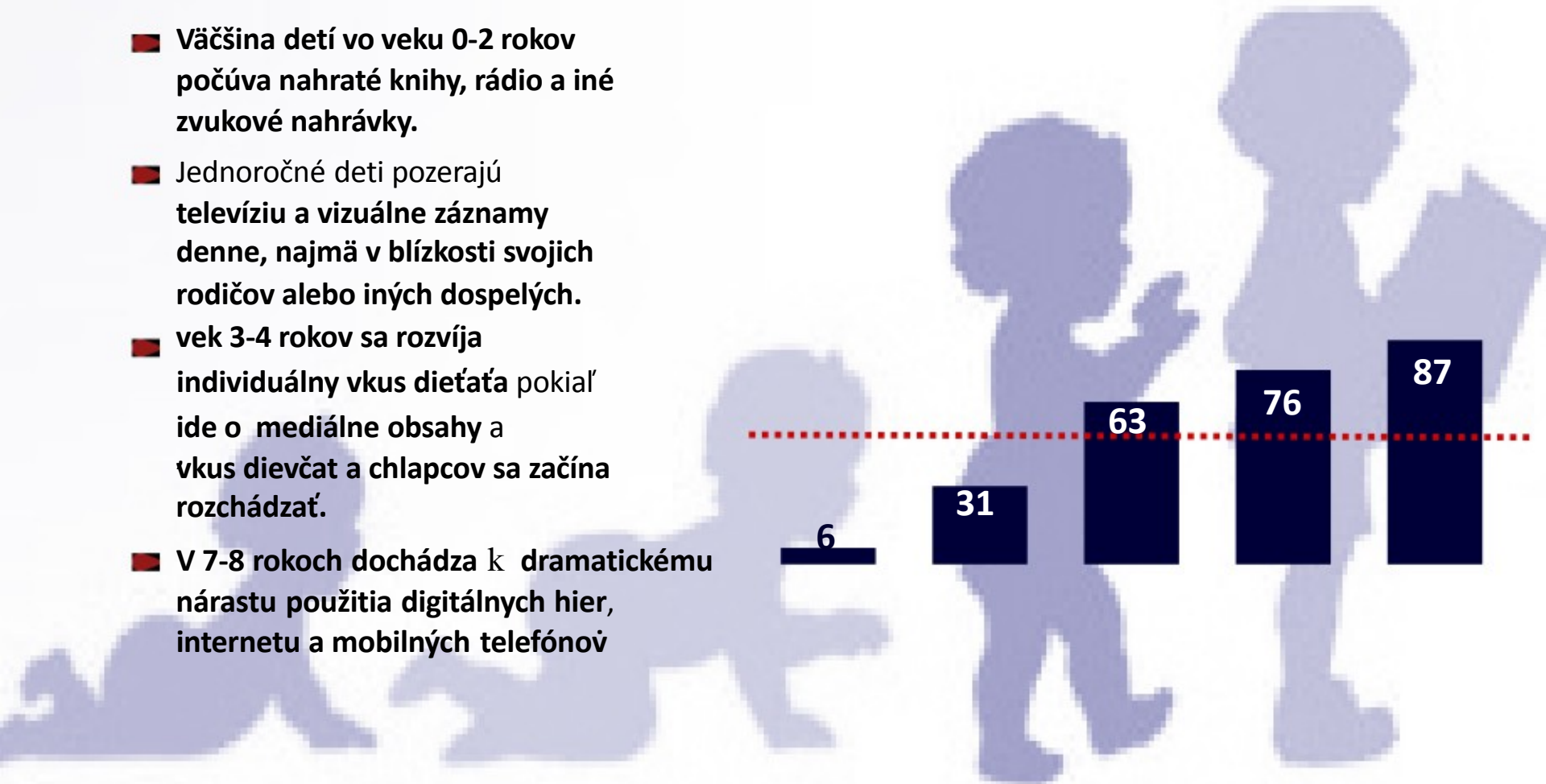
detská psychologička




Používanie médií deťmi od útleho veku

Používanie digitálnych médií začína v útlom veku.

- Väčšina detí vo veku 0-2 rokov počúva nahraté knihy, rádio a iné zvukové nahrávky.
- Jednoročné deti pozerajú televíziu a vizuálne záznamy denne, najmä v blízkosti svojich rodičov alebo iných dospelých.
- vek 3-4 rokov sa rozvíja individuálny vkus dieťaťa pokiaľ ide o mediálne obsahy a vkus dievčat a chlapcov sa začína rozchádzať.
- V 7-8 rokoch dochádza k dramatickému nárastu použitia digitálnych hier, internetu a mobilných telefónov



Kotilainen, 2011 

v %

máj 2013
2muse

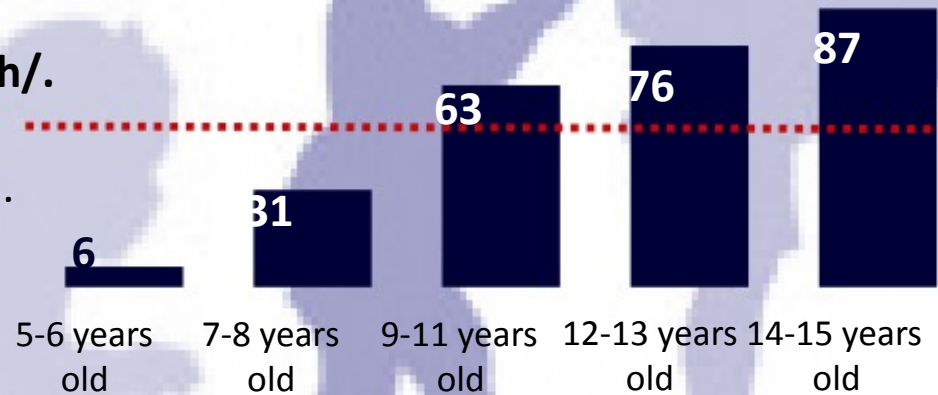
Používanie internetu od útleho veku

- V 7-8 rokoch dochádza k dramatickému nárastu použitia digitálnych hier, internetu a mobilov
- Vek 8 -10 je naviazaný na hranie hier, využívanie mobilu, aktívny prístup k výberu obsahu.
- V 10-12 rokoch sú dennými používateľmi internetu /93%z nich/. Sociálne siete a chatovanie , zdieľanie s ostatnými je prioritou.
- V 13- 15/18 rokov je ich život aktívne prepojený s virtualitou. Sledujú média hlavne internetové, trendy...
Kto nie je na internete, NEEXISTUJE !

Kotilainen, 2011



Penetrácia mobilných telefónov medzi deťmi na Slovensku



v %

máj 2013
2muse

„ Detstvo je obdobie, v ktorom sa počas pár rokov dá spôsobiť škoda na ďalších sedemdesiat...“

Jitka Vysekalová, prezidentka České marketingové společnosti (ČMS)

- **Klesá klasické počúvanie rádií.** • Motívom počúvania rádií u deti a mládeže je jednoznačne hudba.
- **Klesá čítanosť časopisov** v papierovej podobe.
- Čas strávený sledovaním televízie **sa u detí predlžuje a posúva do okrajových častí dňa :**
 - ráno pred odchodom do školy a
 - neskoro večer pred spaním.
 - čas, keď deti chodia spať, sa výrazne posúva na neskôr
- **Cez deň dominuje u detí internet, u mládeže aj večer.**

„Čo je vlastne výchova?

LÁSKA a PRÍKLAD a nič viac,, J.H.Pestalozzi

- Netreba **podliehať ilúzii**, že deti v TV sledujú len programy, určené deťom.
- **Označenie vekového limitu v pravom hornom rohu obrazovky má pre deti pravdepodobne skôr opačný efekt – čo je zakázané, to je lákavé.**
- Z obsahu detských diskusií je zjavné, že napr. už aj vo veku škôlkarov deti zrejme **spolu s matkami sledujú televízne seriály**, telenovely a reality show (buď vo večernom termíne v tzv. prime time, alebo v reprízach počas dňa).
- Jedným z **najobľúbenejších televíznych programov (najmä pre menšie deti) sú aj reklamné bloky.**

Keď vaše dieťa miluje sladkosti, ale nenálieha na Vás...

– Jupík Aqua Rybičky)

<https://www.youtube.com/watch?v=OUIkWdAedkc>



<https://www.youtube.com/watch?v=T4GfrMcF9wl>

Základné zásady Etického kodexu RPR

Reklama nesmie

zneužívať prirodzenú dôverčivosť maloletých a nedostatok ich skúseností

povzbudzovať maloletého k tomu, aby si myslel, že ak nebude vlastníť reklamovaný produkt, stane sa akýmkoľvek spôsobom menejcenný vo vzťahu k iným maloletým.

v deťoch vzbudzovať pocit, že ich rodičia alebo iní členovia rodiny si voči nim nesplnili nejakú povinnosť.

pôsobiť na deti využívaním neprimeraného násillia.

znižovať alebo znevažovať autoritu, zodpovednosť, úsudok alebo vkus rodičov ani iných dospelých osôb zodpovedných za výchovu a zdravie maloletých.

priamo alebo neprimeraným spôsobom nepriamo vyzývať maloletých, aby naliehali na rodičov alebo iné dospelé osoby s cieľom získať reklamovaný produkt. Reklama určená deťom nemá vyvolávať dojem naliehavosti alebo nevyhnutnosti kúpy.

obsahovať akúkoľvek výzvu maloletým alebo akýmkoľvek spôsobom naznačovať, že ak si maloletý sám nekúpi určitý produkt alebo ak nenájde inú osobu na to, aby si takýto produkt kúpila, nesplní tým maloletý nejakú povinnosť voči tretej osobe alebo organizácii

Akú úlohu vo vnímaní reklamy dieťaťom zohráva rodič ?

Z hľadiska reklamného pôsobenia sú deti zvláštnou skupinou

- sú citlivé na podnety emocionálnej povahy,
- nemajú dostatok skúseností ,
- môžu si zameniť fikciu s realitou ?

Dieťa cielene v TV rozpoznáva reklamu :

- však neznamená, že sa voči nej stáva odolným a dokáže ho kriticky zhodnotiť
- často si reklamu obľúbia pre ich atraktívne a dynamické spracovanie, vtipné a ľahko zapamätateľné slogany alebo chytľavú melódiu.

Po 12 - 15 roku deti napodobňujú štýl svojich vzorov a vytvárajú si návyky, ktoré budú uplatňovať aj ako dospelí spotrebitelia.

OFFLINE - ONLINE

KTO používa online médiá
pre/na KTORE online aktivity
a s tým spojené
KTORE online príležitosti a riziká



ONLINE PROSTREDIE - neustále zmeny

- narastajúca rola médií a online komunikácie
- nové technologické prístroje / zariadenia
- nové služby a app-ky
- nové individuálne a sociálne komunikačné praktiky



deti nadobúdajú
nové / iné online
skúsenosti

pozitívny ROZVOJ
?
!!!
škodlivý VPLYV

Televízny a
digitálny svet
má dosah
na **rozvoj** deti

Projekt DETI na nete



detinanete.sk



1 prečo začať

2 komu pomáhame

3 ako pomáhame

4 poradňa

zdieľať



ako začať

1

Aj vaše dieťa rado surfuje na nete?

Nemusi to byť bezpečné.

[viac faktov o téme](#)

[príznaky závislosti od netu](#)

2

Chcete predísť problémom?

Ukážeme vám, aké nástrahy ťahajú na deti pri práci s mobilmi a s počítačmi.

[rady pre rodičov](#)

[rady pre učiteľov](#)

3

Viete, čo hrozí v online svete?

Radi to vám aj vašim deťom vysvetlíme.

4

Trápi vás konkrétny problém?

V našej poradni vám odpovedia na otázky skúsení odborníci.

„Zakázané ovocie“ signalizuje rodičom preventívnu pohotovosť

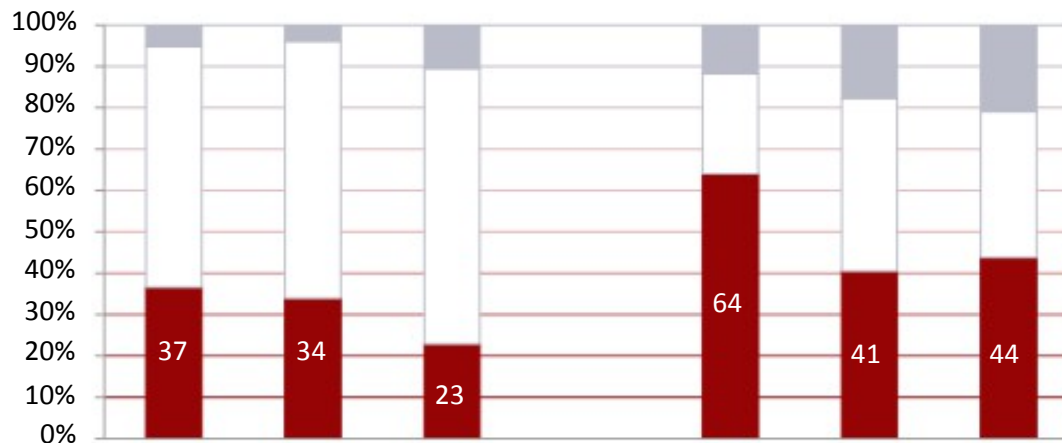
Rodičia nie sú úplne mimo realitu. Šípia, že deti sa stretávajú - aj vyhľadávajú - nežiaduce obsahy, hľadajú si cestu k pozeraniu televízie, videi cez internet . Nepripúšťajú si to ale všetci.

Prezeral si si na internete, v TV (sám alebo s kamarátmi (-kami)...



12 - 15 r.

Prezerali si Tvoji kamaráti(-ky)...



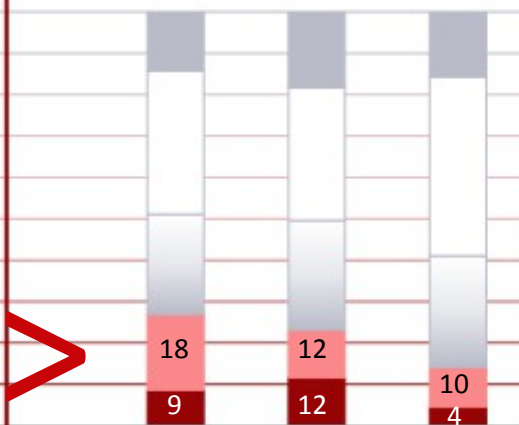
erotické stránky
stránky o drogách
iné stránky - drastické, vulgárne, agresívne

■ neviem □ nie ■ áno

Prezeralo si vaše dieťa už niekedy V televízii, na internete...



rodičia detí 12 - 15 r.



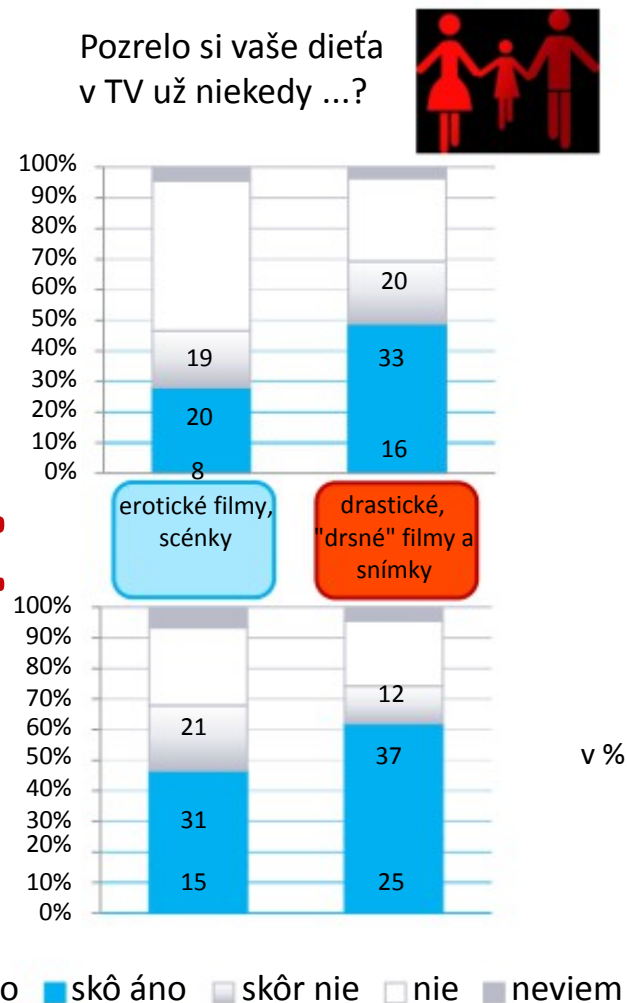
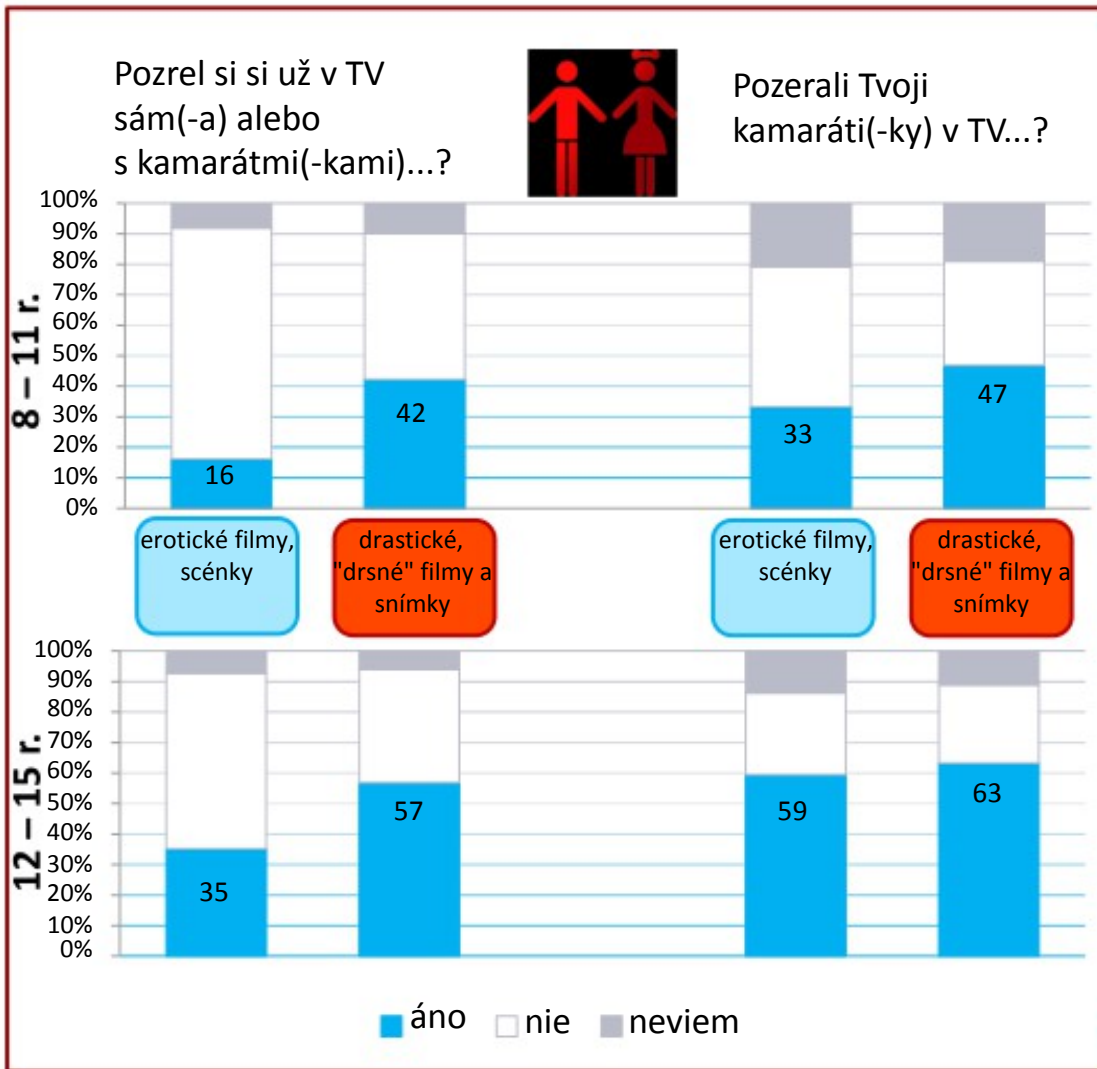
erotické stránky
stránky o drogách
iné stránky - drastické, vulgárne, agresívne

■ neviem □ nie ■ skôr nie ■ skôr áno ■ áno

v %

Televízia je jednoduchý a dostupný kanál pre nevhodné obsahy

S prestúpením televízie do života detí - so všetkým čo obnáša - sú rodičia uzrozumení. j
 Už mladšie deti si pozrú „deťom zakázané“ programy. Zo zvedavosti, túžby byť „in“, či náhodou.



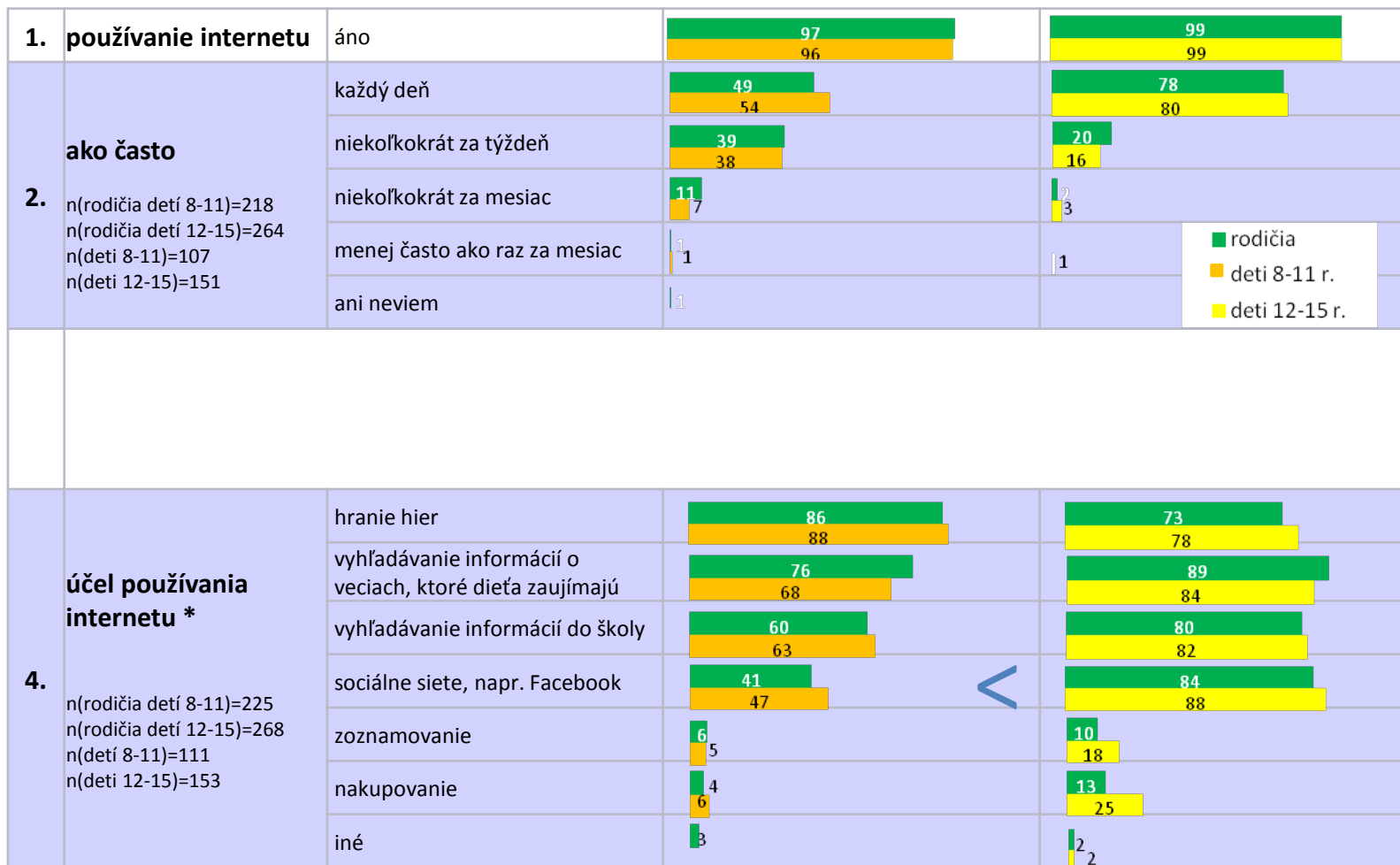
v %

Digitálna gramotnosť detí sa blíži k svojmu absolútoriu

Užívateľské praktiky detí na internete

8 – 11 r.

12 – 15 r.



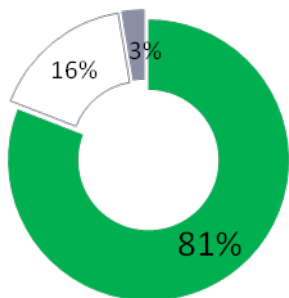
v %



Rodičia s deťmi o téme hovoria, ale časom kontrola slabne

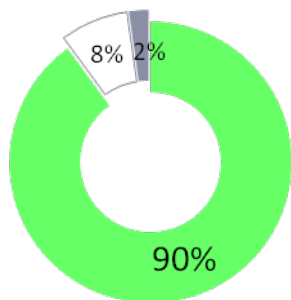
Rozprávate sa doma s dieťaťom o nežiaducom obsahu a činnostiach cez MT, internet, TV?

8 – 11 r.

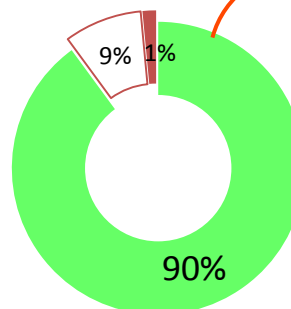
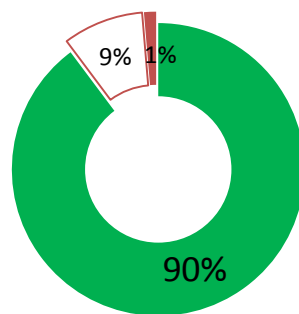


■ áno ■ nie ■ neviem

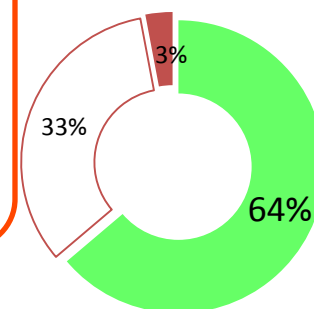
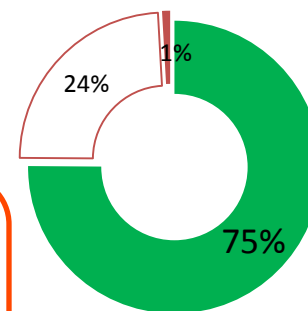
12 – 15 r.



Rozprávate sa doma s dieťaťom o tom, s kým volá, posiela si SMS, „sa stretáva“ na internete?



Kontrolujete ako dieťa využíva MT, internet a TV počas vašej neprítomnosti?



81% detí 8-11r. potvrdzuje, že rodičia sa s ním rozprávajú, s kým telefonuje..., ale u starších detí je to len **71%**; **rodičia môžu pri starších deťoch deklarovať rozhovory na túto tému, ktoré sú založené na predpoklade, že dieťa pozná ako sa má správať v tejto veci a nie je potrebné o tom znovu hovoriť**

Vedia rodičia, čo deti robia na internete ?

Rodičia rutinne uplatňujú kontrolu ako dieťa využíva mobil, internet, čo pozerá v TV počas ich neprítomnosti

- rozhovormi s deťmi,
- prezeraním histórie.

Avšak u starších detí / nad 12r. **kontrola zo strany rodičov slabne**

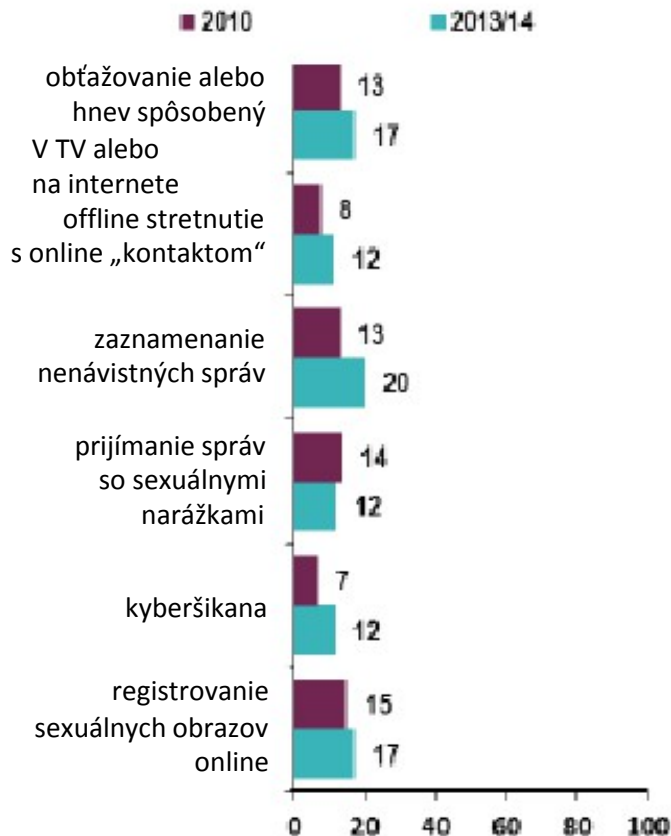


dve tretiny rodičov pozná spôsob ako kontrolovať využívanie mobilu / internetu / televízie dieťaťom,

ale len **veľmi málo rodičov tak robí**

Riziká zvyšujú odolnosť ?!?!

Online riziká medzi 11-16 ročnými
v siedmich krajinách (BE, DK, IE, IT, RO, UK) v rokoch 2010 a 2013/14



Deti vo „vyspelých“ krajinách
➤ začínajú s využívaním internetu
pozeraním televízie, a inými
službami veľmi **SKORO**

➤ sú **skúsenejšie**

➤ pri bezpečnosti na internete, ale
stále sú vystavené **väčšiemu riziku**,
voči ktorému

➤ vyzerá, že budú **ODOLNEJŠIE !**



2014

Ďakujem za pozornosť !

