

## KASÁČOVÁ LENKA

Katedra výtvarnej kultúry, Pedagogical Faculty, University of Matej Bel in Banská Bystrica, Slovak Republic, Slovenská republika PF UMB Banská Bystrica, Ružová 13.

Mgr., PhD.

lenka.kasacova@umb.sk

УДК 159.9(091)(470)«19»

### Dôvody a možnosti vizuálnej komunikácie v primárnom vzdelávaní

*Text poukazuje na rozsiahlosť polemiky vyplývajúcej z dnešnej postmodernej situácie, ktorej dominujú médiá. Naznačuje na potrebu reakcie na novú komunikačnú situáciu v primárnom vzdelávaní, v oblasti výtvarnej edukácie. Prečo deti potrebujú kontakt s médiami nie len v pasívnej pozícii, ale ale v polohe aktívneho tvorca. V stratégii vizuálnej komunikácie nachádzame možné východisko a naznačujeme konkrétne podoby realizácie na príklade vybranej metodiky.*

*Kľúčové slová: vizuálna komunikácia, médiá, masmediálna kultúra, komuks, tvorivý zážitok.*

### Reasons and ways of visual communication in primary education

*The paper highlights the ambivalent problems arising from today's postmodern conditions, dominated by the media. There is the real need to react in primary education – specifically in the field of art education. Why c contact with the media? Why the children need to be active creators – not only passive user? We propose the strategy of visual communication as a possible way to react and we shows an example of chosen method.*

*Key words: visual communication, media, mass media culture, comics, creative experience.*

**Úvod.** Od čias prvých ľudí veríme, že obraz je veľmi mocný. Ľudia sa nikdy nevzdali viery, že zobrazenie a pomenovanie nám pomáha chápať, uchopovať a ovládať svet okolo nás. V ľudskom spoločenstve je obraz oddávna jedným z najúčinnějších výchovných nástrojov. V dobách keď bežní ľudia neovládali písmo, bol obraz hlavným výchovným prostriedkom. Naša situácia je v niečom podobná tej stredovekej, ale aj radikálne odlišná. Vystihol to Milan Kundera [1] *svet zaplavili obrazy, nastala vláda obrazu*. Komunikačné a informačné technológie sa za posledné desaťročia rozvinuli ako nikdy predtým. Možnosť prenosu najrôznejších informácií (obrazov, zvukov, textov a iných kódov) do celého sveta zmenila naše možnosti poznávania – obohacuje nás, ale aj ohrozuje. Stav informačnej prehustenosti reflektujú odborníci viacerých vedných odborov. Vychádzame z poznania, že rozvoj nových foriem komunikácie kladie pre výchovné pôsobenie zaujímavé otázky. Médiá, ako významný spoločenský fenomén, vzbudzujú záujem odborníkov viacerých vedných disciplín počnúc filozofiou, kulturológiou, estetikou, psychológiou, cez sféru záujmu lingvistiky, sémantiky až po oblasti politológie, marketingu, žurnalistiky, informatiky aj pedagogiky.

**Diskusia o kultúrnej situácii v postmodernej dobe.** Teoretická reflexia fungovania médií v kultúre je významovo nasýteným a rôznorodým diskurzom. Pri orientácii v tomto probléme sa opierame najmä o práce Burtona a Jiráka: *Uvod do studia médií* [2], Pavla Rankova: *Masová komunikácia, masmédiá a informačná spoločnosť* [3], Lévyho: *Kyberkultura* [4] a McQuaila: *Uvod do teorie masové komunikace* [5], Flussera: *Komunikológia* [6], Eca: *Skeptikové a tešitelé* [7].

Médiá neplnia len úlohy d'alekohľadu a či drobnohľadu, ale sú zároveň prostriedkom komunikácie a ovplyvňovania. Prezentujú realitu, s ktorou by sme inak vôbec nemali skúsenosť, ale mnohokrát aj fikciu a deformovanú realitu. Ponúkajú priam neobmedzené zdroje informácií a umožňujú prakticky každému vytvárať správy vo verejnom priestore, čím sa stáva orientácia v čoraz neprehľadnejšej kaši informácií čoraz

náročnejšou. Problémy vyplývajú nielen z kvantity, ale aj z charakteru takejto komunikácie. Médiá sú schopné ovplyvňovať postoje a správanie sa človeka tak, že si to často ani neuvedomuje. V tejto súvislosti sa často hovorí o *programovaní vedomia* [8].

D. Bell [3, s. 30] tvrdí, že v postindustriálnej spoločnosti informačné technológie nahrádzajú prácu, poznanie nahrádza kapitál a vlastníctvo informácie znamená moc. Dominantnou hospodárskou sférou sú služby. Informačné a komunikačné technológie umožnia, že celosvetová literárna, umelecká či vedecká tradícia sa prepoja do univerzálnej a všeobecne dostupnej kultúry *veľkej ekumény*.

Alvin Toffler [9, 10] si všíma zmeny v spoločnosti spôsobené rozmachom nových technológií. Analyzuje spoločnosť, ktorá opúšťa model industriálnej spoločnosti (druhá vlna – ktorá začala priemyselnou revolúciou), označujú informačnú spoločnosť pojmom *tretia vlna*. V jej ekonomike informácie nahrádzajú veľké množstvo surovín, práce a ďalších zdrojov. S. Kumon [3] hovorí o hypersietrovej spoločnosti, čo je vlastne kontextuálna kultúra, založená na efektívnej a intenzívnej medziľudskej komunikácii, ktorá podľa neho nahradí jednosmerné médiá. P. Lévy [4] informačnú spoločnosť umiestňuje do kyberpriestoru, je to infraštruktúra pre iné sociálne systémy. Obsahom kyberpriestoru je kyberkultúra – kolektívna inteligencia ľudstva.

Médiá ako nástroj moci a spoločenského ovplyvňovania vzbudzovali rôzne postoje; predstavujú pre našu spoločnosť ambivalentný problém. Názory na stav a smerovanie informačnej spoločnosti sa líšia – od ekologicko-optimistických (Masuda, Lévy) po mocensko-pesimistické (Chomsky, Baudrillard)

*Masová kultúra* je často používaný no pomerne vágny pojem. Možno v ňom cítiť negatívne konotácie. Postoje k tejto problematike sú veľmi vyhranené, buď ju obhajujú, alebo zatracujú. Býva často stotožňovaná s nízkou, úpadkovou anikultúrou [8]. Uprednostníme používanie pojmov *masmediálna a mediálna kultúra*, ktoré na rozdiel od definovania publika ako *masy* zdôrazňujú *medium* – teda prostriedok šírenia tejto kultúry, lebo médiá tu zohrávajú dôležitú úlohu.

Masmediálna kultúra nemá za sebou žiaden náboženský, etický, filozofický či ideologický systém (s výnimkou pragmatickej oslavy slobody, chápanej predovšetkým ako ekonomická sloboda a sloboda prejavu). Flusser [6, s. 48.] tvrdí že, *masová kultúra nie je vytvorená pre masového človeka, ale masový človek je výtvorom masmédií a je utvorený pre konzumáciu masovej kultúry*. Tieto nové neistoty si všíma aj Z. Bauman v knihe *Tekutá modernita* [11]. Analyzuje tu viaceré problémy dnešného človeka, od nevyrovnanosti až lability dopadajúcej na osobnostnú stránku jedinca až po otázky zodpovednosti v sociálnom či ekologickom zmysle: „*Rozumná voľba“ v epoše okamžitosti znamená usilovať o uspokojení a zároveň se vyhýbat důsledkům a především odpovědnosti, k níž takové důsledky mohou směřovat. Trvalé stopy dnešního uspokojení jsou hypotékou pro šance uspokojení zítřejších. Trvalost se mění z aktiva na pasivum.*“ [11, s. 205].

Kultúra vždy bola prostriedkom integrácie spoločnosti, proti globálnej masmediálnej kultúre sa však ozývajú kritiky: dezintgruje menšie kultúry tým, že rôznorodé publikum dostáva homogenizované informácie, čo spätne vyvoláva rovnaké zážitky a môže viesť k rovnakým názorom a hodnotám vo vedomí jednotlivých členov spoločnosti. Takto masmediálna komunikácia vyvoláva štandardizáciu vedomia občanov modernej spoločnosti. To však vôbec nemusí viesť k spoločnej integrácii, ale – ako upozorňuje Rankov – len k uniformite [3, s. 49]. Pokým v minulých storočiach prebiehala medzinárodná kultúrna výmena prostredníctvom elít (politici, kňazi, učitelia, umelci), v súčasnosti je typické preberanie a adaptovanie. Druhou stránkou tej istej mince je pocit, že jednotlivé kultúry sa začínajú čoraz viac podobať. Z médií prúdiaca globálna kultúra nie je rovnomerne zložená z hľadiska svojho pôvodu, neprispievajú do nej pri-

meraným dielom všetky národy, ale je to difúzia americkej kultúry (resp. kultúry, ktorá sa považuje za americkú) Podľa Rankova [3] môže mať šírenie monokultúry, likvidovanie rozdielov a jedinečností prostredníctvom trhu a reklamy za následok pocity vykorenenosti a nedostatok vzťahov k miestnej kultúre [3]. Oliviero Toscani [12] hovorí v tejto súvislosti o kultúrnej kolonizácii – čo je potláčanie miestnych kultúr, výroby, identity v prospech nadnárodných výrobných spoločností. Najlepším dôkazom efektu masovej komunikácie je reklama. Keby ľudia neverili v jej silu, nikto by nevykladal na ňu také ohromné prostriedky. Reklama ako typický prejav populárnej masmediálnej kultúry využíva univerzálne príbehy a hodnoty, útočí na „všeľudské“ potreby a túžby. Reklama má vplyv aj na iné zložky populárnej kultúry. Niektoré podsystémy populárnej kultúry sú od nej bezprostredne závislé (napr.: móda, *lifestyle*). Reklama využíva stereotypy a predsudky. Ale ich aj mení a redefinuje. To tvrdia tak odporcovia, ako aj priaznivci reklamy Reklamná informácia nehovorí o vlastnostiach výrobku, ale pripisuje mu emocionálnu nadhodnotu, náladu a pocit. Cieľom nie je informovať o reálnych výhodách produktu, ale vytvoriť citové puto. Prezентuje a propaguje životný štýl, hodnoty, prináša neustále nové vzory. „Konzumenti sú predovšetkým zberatelia pocitov“ [3, s. 80]. Reklamná informácia často pracuje s tzv. *interpeláciou posolstva* [3] keď je v informácii „vpísaný“ jej príjemca. Divák či čitateľ ako potenciálny zákazník sa má spoznať v reklamnom posolstve, ktoré hovorí jeho jazykom a v rámci jeho hodnotového systému. Reklama teda idealizuje nielen výrobok, ale aj zákazníka. Dáva komerčnému tovaru symbolický zmysel, naplňa ho hodnotami, ktoré neobsahuje (šťastie, úspech, krása, láska, istota ...)

Ako hovorí Z. Bauman [11, s. 135]: „Působivé obrazy „skutečnejší, než je sama skutečnost“ na všudypřítomných obrazovkách určují standardy reality jejího ocenění stejně jako naléhavou potřebu učinit živou realitu mnohem „chutnější“. ... Život na obrazovce zastihuje náš běžný žitý život a zbavuje ho kouzla: právě běžný žitý život se zdá být nereálný a bude tak vypadat, dokud se ho nepodaří nově upravit a připodobnit promítaným obrazům“.

**Detstvo v dobe masmédií.** Flusser tvrdí, že „...miesto matky zaujala televízna skrinka.“ [6, s. 29]. Je to možno prisilné tvrdenie, ale faktom zostáva, že dnešné deti pri sledovaní televízie často trávajú viac času, ako v rozhovore s rodičmi. Podobný názor zastáva aj Toscani, tvrdiac že reklama sa stala *učiteľkou našich detí. Na deti pôsobí reklama vo väčšej miere ako učitelia, preto je „učiteľkou života a učiteľkou myslenia“* [12]. Táto hrozba sa však neobmedzuje na osobnosť jednotlivca. Zasahuje celé ľudské spoločenstvo tým, že nastoľuje imperatív neutržateľného konzumu. Približne od polovice 20. storočia, kedy sa médiá začali presadzovať v západnej spoločnosti, začali sa presadzovať konzumné modely správania. „Nový problém nie je v tom, že by masmédiá boli imperatívne, ale v tom, že prenášajú návody na použitie v prospech konzumu.“ [6, s. 225]. Obrazy (neprimeraného blahobytu, nadľudských schopností, ale aj násilia a sexu) sa prakticky nekontrolovane šíria aj medzi detských divákov. Obraz o svete (a aj o sebe) je programovaný na báze nereálneho, hyperidealizovaného obrazu dokonalosti, úspechu, krásy, mladosti a štíhlej línie. Prijatie takéhoto ideálu, môže spôsobiť rôzne patologické správanie (anorexia, hráčstvo, chorobné nakupovanie a pod.) a deformovať prvoobraz dieťaťa o svete a o sebe. Médiám sa pripisuje aj významný vplyv na mieru agresivity, čo čiastočne potvrdzujú aj psychologické výskumy. Napríklad L. D. Eron dlhodobým výskumom zistil, že chlapci, ktorí vo veku 8 rokov obľubovali násilnícke programy, mali vo veku 18 rokov častejšie za sebou trestné činy v porovnaní s tými, ktorí takéto programy nesledovali. [3, s. 30].

Nebezpečenstvá hroziace detskému prijímateľovi mediálneho posolstva môžu mať viaceré podoby. Naším cieľom nie je ich tu podrobnejšie analyzovať. Už z tohto zjednodušeného náčrtu problematiky však vyplýva, že médiá predstavujú zaujímavý a vôbec nie jednostranný spoločenský fenomén. Ako účinný výchovný nástroj masívne vplývajú na osobnosť človeka a konkurujú výchovnému snaženiu pedagógov. Uvedené fakty je nutné vziať do úvahy, snažiť sa eliminovať ich prípadný negatívny vplyv a posilniť pozitívny výchovný potenciál. Najlepšie, čo môže pedagóg za daných podmienok robiť, je uvedomovať si riziká vplyvu televízie, tlače či internetu na svojich žiakov a využívať médiá, podľa možnosti, na posilnenie želaných výchovných cieľov. Otázku opodstatnenosti záujmu o oblasť médií v pedagogickej praxi možno uzavrieť Ecovou trizvo pragmatickou poznámkou: „...*masové prostriedky sú, tak ako všetky ostatné prístroje, len nástroje a ako nástroje sú tiež použiteľné.*“ [7, s. 26].

**Mediálna výchova a jej miesto v škole.** Situácia ústi do potreby výchovy detí k správaniu sa v mediálnom priestore. Odporúčanie k *mediálnej výchove* prijalo aj Parlamentné zhromaždenie Rady Európy. V tomto dokumente sa mediálna výchova chápe ako: „... *praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám s cieľom vytvárať vyrovnaných občanov, schopných vynášať vlastné súdy na základe dostupných informácií.*“ [13] Výbor pre vzdelanie zaujíma k otázke mediálnej výchovy kladné stanovisko s presvedčením, že mediálna výchova má takú veľkú dôležitosť, že by mala byť zohľadnená v celom vzdelávacom procese a dotýkať sa všetkých oblastí vzdelávania. Mediálnu výchovu detí možno považovať za nanajvýš aktuálnu, až módnú tému. Napriek rôznorodým uvažovaniam, zostáva mediálna výchova v školách prítomná ako prierezová téma, ktorej je potrebné vytvárať priestor v rámci existujúcich predmetov. Neexistuje jediný predmet, v rámci ktorého by nebolo možné vhodne využiť médiá. Vďaka zjednodušeniu prístupu k informáciám majú neoceniteľný didaktický potenciál. Pravdepodobné je aj to, že ak dieťa na základnej škole bude podporované v kritickom a samostatnom prístupe k mediálnym obsahom, podporí to v ňom aj väčšiu ochotu pristupovať k médiám kriticky. V praxi to znamená hlavne podporovať deti pri samostatnej práci s informáciami, konfrontácii viacerých zdrojov, vytvárať vhodné podmienky na využívanie médií v škole (tak ako zdroj informácií, ako aj prostriedok seberealizácie detí) a hlavne udržiavať otvorený dialóg – ktorý je predpokladom *demokratického* vývoja spoločnosti a slobodného človeka.

Zdá sa že ochota pristupovať k mediálnym posolstvám kriticky záleží vo veľkej miere od osobných predpokladov a prostredia v ktorom sa človek vyvíja (hlavne rodinného). To však neznamená, že by škola v tomto ohľade mala ostať nečinná. Jednoducho povedané: médiá sú podstatnou a nezanedbateľnou stránkou nášho života a najlepšie, čo môže pedagóg v tejto situácii robiť, je snažiť sa ich čo najefektívnejšie využiť vo výchovno-vzdelávacom procese (a pre výchovný proces). Domnievame sa, že spomínané (nepochybne veľmi náročné) ciele máme šancu naplniť aj v rámci výtvarnej výchovy, ak ju budeme chápať ako priestor na vizuálnu komunikáciu.

Flusser vo svojej teórii klasifikuje viaceré druhy dvoch základných foriem komunikácie: *diskurzu a dialógu*. Ak má komunikácia plniť svoj zámer (teda: *prekonať osamelosť a pridať životu význam* [6, s. 14] musí sa zachovať rovnováha medzi diskurzom a dialógom. Dialóg sa pritom chápe ako forma komunikácie, pri ktorej si ľudia vymieňajú už existujúce informácie v nádeji, že sa tak syntetizuje nová informácia. Naopak, aby sa informácia uchovala, rozdeľujú ľudia informácie vo forme diskurzívnej. Diskurz a dialóg – zdanlivo protichodné formy komunikácie Flusser vidí ako tesne spojené. Podľa neho nemá zmysel uvažovať, ktorá je prvotná. Rozlíšenie medzi nimi je totiž otázkou odstupu.

Použijeme jeho príklad: izolovane skúmaná vedecká kniha sa dá interpretovať ako diskurz, pričom v kontexte iných kníh je časťou vedeckého dialógu. Diskurzy ďalej delí na *divadelné, pyramídové, stromové a amfiteátrové*. Dialógy rozlišuje na *kruhovú a sieťovú* [6, s. 13 – 37]. Podstatné je, že podľa Flussera v súčasnosti prevláda typ amfiteátrových diskurzov (masmédia ako: tlač, televízia, ktorých prototypom je cirkus alebo rímske Koloseum). Z ich podstaty vyplýva, že prijímače (teda publikum) stoja kdesi na horizonte, mimo diskurzu a nemajú prakticky šancu do tejto komunikácie vstúpiť. „*Prijímače (masy) sa menia na informačné konzervy, nevedia nič iné iba prijímať. Sú neschopné akéhokoľvek spätného vysielania: nedisponujú nijakými vysielacími kanálmi.*“ [6, s. 22]. Problémom je teda to, že sme neustále nútení prijímať a máme málo možností aktívne do komunikácie vstupovať a viesť dialóg. Tvrdí, že takýto stav výrazne postihol aj školský systém. V škole postavenej na diskurze divadelného typu sa v už nedarí vychovávať ľudí v súlade s potrebami budúcej spoločnosti.

V súčasnosti sa javí situácia v mediálnej komunikácii ako dvojpólová: na jednej strane je to *totalitárny* spôsob komunikácie na štýl televízií a bulvárnej tlače, ktoré minimálne reagujú na potreby a požiadavky špecifikovanej masy publika, naopak snažia sa ho manipulovať tým, čo ponúkajú. Ide tu o premenu ľudstva na plastickú, „*informovateľnú masu*“ [6, s. 35], nad ktorou bude vládnuť elita – určujúca dôležitosť informácií. Na opačnej strane je to sieťový typ komunikácie (internet a jeho špecifické fenomény ako blogy, diskusné fóra, internetové komunity), ktoré sú postavené na aktívnej účasti jedincov a rozdiel medzi vysielajúcim a prijímajúcim sa stráca. Možno však predpokladať, že médiá smerujú k modelu otvorených komunikačných platforiem typu *world wild web*, v ktorých je totalita nahradená pluralitou a pasívne prijímanie ustupuje aktívnej účasti a tvorby tohto nepretržitého diskurzu.

Flusser sa domnieva, že masmédiá fungujú preto, lebo v porovnaní s niekdajšou komunikačnou situáciou pôsobia oslobodzujúco. Nebezpečenstvo číha v nich práve preto, že síce na ľudí pôsobia oslobodzujúco, no v skutočnosti spôsobujú úplné odcudzenie. [6, s. 48] Každý prijíma sám a ako príslušník nešpecifikovanej masy viac-menej rovnaké informácie a na dialóg zostáva málo času.

Z prijatia týchto kritických poznámok vyplýva, že sa budeme snažiť uprednostňovať vo výchove prístupy, ktoré:

- podporujú **aktívny dialóg**,
- vedú ku **kooperácii**, a teda
- vytvárajú **komunikatívne situácie**.

**Vizuálna komunikácia a komiks ako možný prostriedok výchovy.** Snažíme sa poukázať na možnosti uplatnenia komiksu, ako jedného z typických masmediálnych žánrov v elementárnej edukácii. Spojenie komiksu a výchovy je pevné najmä v krajinách, kde je tento žánr viac rozvinutý. Treba konštatovať, že aj na Slovensku máme svoju komiksovú tradíciu a preto je využitie žánru pre edukačné potreby vhodné. Tu sa pokúsime načrtnúť jeden zo spôsobov využitia komiksu v škole a ten spočíva v priamej a aktívnej tvorbe komiksov s deťmi. Najskôr sa však pozrime na využívanie komiksových foriem na výchovno-vzdelávacie účely.

Viacerí autori a vydavatelia dokázali využiť základnú výhodu komiksu, zdvojený spôsob kódovania, ktorý uľahčuje pochopenie textu. V západných krajinách sú vo forme komiksov často vydávané učebnice. (Napríklad nakladateľstvo ELI. *Európskeho jazykového inštitútu* vydáva jazykové učebnice v podobe komiksov v mnohých jazykoch.

V češtine vyšli niektoré populárno-náučné tituly nezávislého britského vydavateľstva Icon Books. Vydavateľstvo sa zameriava na *popularizáciu vedy, filozofie, politiky, histórie a psychológie*. V podobe komiksu vychádzajú aj v Čechách v edícii *Pro začátečníky* vyda-

vateľstva Ando Publishing publikácie zakladajúcej autorskej dvojice Richard Appignanesi (autor textov, *Freud for Beginners, Introducing Existentialism, Lenin for Beginners*) a Chris Garratt (tvorca komiksov pre The Guardian). V Čechách ďalej vyšli: *Einstein pro začátečníky* (Schwartz J. – McGuinness, M.), *Einstein, Darwin a Ekológia. Postmodernizmus pro začátečníky* (Appignanesi, R. – Garratt, Ch.) ponúka naozaj stručný a kvalitný úvod do postmoderného myslenia v oblastiach umenia, vedy a histórie, vysvetľuje základy štrukturalizmu, sémiologie či dekonštrukcie.

Vo Francúzsku tradícia komiksových adaptácií pokračuje a stále sa vydáva množstvo adaptácií klasickej literatúry a mnohé diela „povinne literatúry“ sú adaptované komiksom, čím sprístupňujú tieto diela širšej skupine čitateľov. Mnohokrát sú tieto spracované do komplexnej didaktickej pomôcky obsahujúcej okrem komiksovej adaptácie aj pôvodné literárne texty určené na porovnanie a iné doplňujúce materiály. Podobným spôsobom stimulujú aj environmentálnu výchovu edíciou *Zelené komiksy*.

Informačný portál L@BD prináša a sústavne aktualizuje *pedagogické zdoje* – zbierku vybraných informácií užitočných pre učiteľov viacerých disciplín (od základnej školy po vysokú). Na stránke nachádzame rôznorodý materiál zoradený do disciplín: umenie, história, geografia, literatúra, veda, telesná výchova.

Široké uplatnenie má komiks v krajinách tretieho sveta. Na Medzinárodnom Festivale afrického komiksu v Alžíri Malang SENE hodnotí výchovné možnosti komiksu v Afrike. Považuje komiks za viac ako efektívny oznamovací prostriedok. Môže zasiahnuť do najvzdialenejších cieľov, pretože môže preniknúť aj do uzavretých oblastí, nezasiahnutých najnovšími informačnými a komunikačnými technológiami. Táto iniciatíva v africkom prostredí, ktoré je nepriateľsky naladené voči komiksu, má viaceré problémy. Mnohí otcovia zakazujú svojim deťom čítať a uprednostňujú aby ich deti nečítali vôbec nič. Prostredníctvom komiksu sa snažia zvyšovať informovať a zvyšovať citlivosť menovite v oblastiach: občianstvo, životné prostredie, detské práva, podpora školských správ, boj proti drogám, fajčeniu na školách, kreatívna škola a občianske prázdniny, predčasné svadby, mladiství delikventi, ilegálna emigrácia, ochrana stromov, mier, spojené africké štáty a kultúrna rôznosť. V Amerike, kde je výskum komiksu na vysokej úrovni sa využívajú komiksy na ciele zdravotnej výchovy, napríklad pri prevencii AIDS. Bullough, J. a Rhode, M. publikujú rozsiahlu rešerš na túto tému (*Comics research bibliography*, 2002).

V Poľsku využili formu komiksu pri rozsiahlom projekte *Moje práva a povinnosti. O dohode práv dieťaťa s deťmi* (Moje prawa i moje obowiązki. O konwencji praw dziecka z dziećmi). Komiksová knižka je vyústením rozsiahlejšieho projektu, ktorému predchádzali tvorivé a interaktívne workshopy, kde deti počas jednotlivých didaktických aktivít spracúvali tému práv dieťaťa vo viacerých čiastkových témach: právo na identitu a uznanie, právo na život a rozvoj, právo na ochranu pred diskrimináciou, právo na slobodu a ochranu pred agresiou, právo na súkromie, na učenie a právo na život v rodine. V rámci tvorivých aktivít sa deti učili o svojich právach a grafickou formou interpretovali svoje chápanie témy. Knižka vyšla v poľskom a anglickom jazyku, čo umožnilo jej širšiu publicitu. Projekt prebiehal pod záštitou viacerých medzinárodných inštitúcií: UNDESA, UNDP, UNESCO, WHO, ILO, UNICEF. Organizátor *Stowarzyszenie na rzecz Dzieci i Młodzieży OKNA* (Združenie pre otázky detí a mládeže OKNA) plánuje pokračovanie komiksového projektu na tému *Dyskryminacja surowo wzbroniona* (Diskriminácia prísne zakázaná).

**Ako vnímajú komiks učitelia.** Anketa o komikse bola adresovaná učiteľom na prvom a druhom stupni základnej školy. Išlo len o orientačnú sondáž a preto sme nevoli-

li rozsiahlu vzorku. Oslovili sme dve školy v Banskej Bystrici a Detve a získali sme 32 odpovedí. Výsledky nemožno v žiadnom prípade zovšeobecňovať, slúžia len na približnú orientáciu. Prieskum bol anonymný, pýtali sme sa len na niektoré fakty významné zaujímavé z hľadiska interpretácie odpovedí. Priemerný vek učiteľov bol 40 rokov. Okrem toho sme sa pýtali na vyučovaný predmet: okrem učiteľov 1. stupňa odpovedali aj učители týchto predmetov: slovenský jazyk, ruština, angličtina, francúzština, telesná výchova, geografia, hudobná výchova, výtvarná výchova, telesná výchova, prírodopis, matematika, informatika a technická výchova.

Až 94 % učiteľov sa vyjadrilo, že pozná komiksy a 81 %, že s nimi má skúsenosti. Tie popisovali v rozpätí dobré, kladné až slabé a povrchné. Poznajú ich väčšinou z čias vlastného detstva (v mladosti som ich čítala) tiež ich sa s nimi stretávajú v detských časopisoch, resp. poznajú ich prostredníctvom svojich žiakov, ktorí ich nosia do školy.

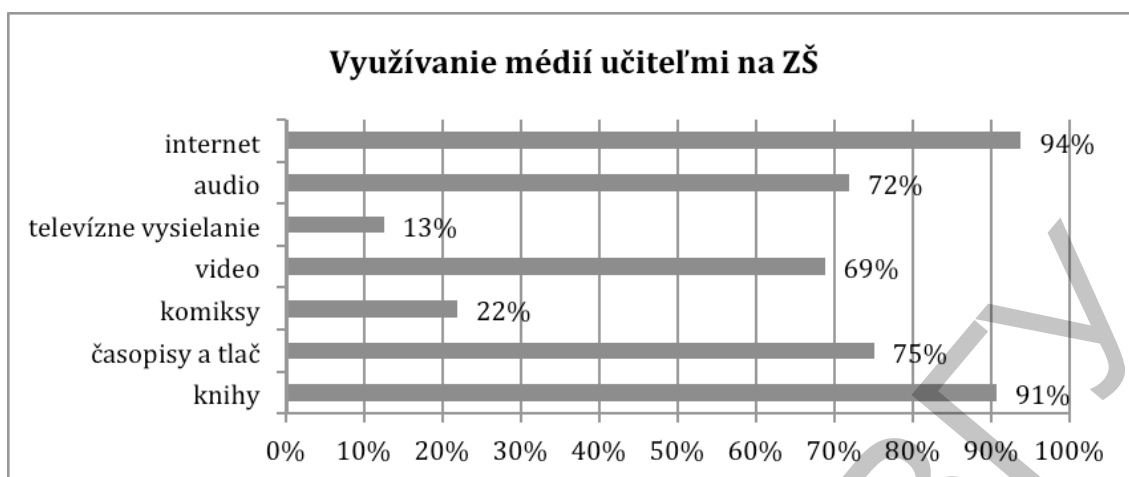
K otázke o využiteľnosť komiksu vo výchovno-vzdelávacom procese sa väčšina učiteľov vyjadrila kladne. 81% učiteľov ich považuje za využiteľné v svojej práci, aj keď viacerí uviedli, že si nevedia celkom predstaviť ako. Učiteľkám na 1. stupni sa javí komiks ako využiteľný na rozvoj čitateľských zručností.

Poznamenávajú tiež, že ich deti rady kreslia a píšú k nim. Učители na druhom stupni uvádzajú viaceré možnosti: na výtvarnej výchove – rozvoj fantázie, učители jazykov sa s nimi stretávajú v učebniciach a uvádzajú, že sú pre deti zaujímavé. Francúzska učiteľka francúzskeho jazyka ako cudzieho jazyka (FLE na strednej škole) si myslí, že pri vyučovaní cudzieho jazyka je komiks veľmi užitočný pre motiváciu, kultúrnu kompetenciu aj rozvoj kreativity. Je to podpora pre učenie sa cudzieho jazyka, práve vďaka spojeniu obrazu s textom. Zaujímali sme sa o používanie rôznych typov médií, aj komiksu, u opýtaných učiteľov. Najviac učiteľov uvádza, že pri svojej práci využívajú internet 94% (30 učiteľov), knihy používa 91% (29), využiteľné sú pre učiteľov produkty tlače ako časopisy a pod. 75%, t. j. pomerne veľa učiteľov (najmä učители jazykov) označilo audio-nahrávky 72% a video-nahrávky 69%. Menej používané sú médiá komiksu a televízie. Komiksy používa 22% (7) a sú to učители slovenského, anglického jazyka a výtvarnej výchovy. Televízne vysielanie používa najmenej učiteľov 13%.

Na záver možno zhrnúť, že komiks je síce všeobecne známy, v prostredí školy sa však výraznejšie nevyužíva. Môže to mať rôzne dôvody plynúce z postojov ku komiksu, napríklad stále pretrvávajúca domnienka, že komiksy sú na okraji vkusu, stoja v úzadí, za kvalitnejšími kultúrnymi (či už literárnymi, alebo vizuálnymi dielami). Podstatným dôvodom však je, že učители nemajú komiksy k dispozícii. U nás komiks ako alternatíva k textovým zdrojom informácií v podstate neexistuje, neexistujú zdroje komiksov, a teda nečudo, že ho učители nevyužívajú. V našich knižniciach a kníhkupectvách je ponuka komiksov podstatne užšia ako v západných krajinách, či krajinách južnej Európy. U nás komiks nezapustil také pevné korene.

Komiksu sa systematicky a dlhoročne venuje kníhkupectvo *Brloh*, ktoré našim čitateľom prináša viaceré tituly komiksov pre deti a dospelých. V prevažnej miere ide o prebraté tituly. V novinových stánkoch distribuujú niektoré populárne seriály (napr. *Winx*, *Disneyove komiksy* a pod.). V knižniciach v mestách Banská Bystrica a Zvolen nie je komiks veľmi rozšírený. V knižnici vo Zvolene vedú samostatnú kategóriu *Komiks* od roku 1993 a v tejto kategórii je len 7 záznamov. V okresnej knižnici Mikuláša Kováča v Banskej Bystrici je pod touto kategóriou 15 záznamov.

Neveľké rozšírenie žánru komiksu však vôbec nebráni tomu, aby sme komiks aplikovali v školskej praxi. V nasledujúcej kapitole sa orientujeme na návrh metodiky, ktorá pracuje s komiksom v produktívnej polohe.



**Obrázok 1 – Príklad možného uplatnenia vizuálnej komunikácie prostredníctvom komiksu v edukácii.**

Zameranie na komiks vo veľkej miere zohľadňuje motivačný aspekt. Tento žáner je pre deti prirodzene prítlačlivý a prístupný. Je vhodné vo vyučovaní vychádzať z prirodzených záujmov detí. Otázka vekuprimeranosti je jednou zo zásad výchovy a vyučovania. Komiks ponúka viaceré možnosti využitia vo výchovno-vzdelávacom procese podľa toho, s akou formou aktivity žiaka prevažne počíta:

**perceptia** – (chápanie) prijímanie informácií prostredníctvom komiksu – sa dá využiť na mnohých predmetoch, pretože dvojité kódovanie podporuje porozumenie a tak uľahčuje pochopenie a učenie. Forma komiksu je vhodná najmä na hodinách prvouky (prírodovedy) a vlastivedy (dejepisu). Ale môže napomôcť aj výučbe cudzích jazykov či rozvoju čítania v materinskom jazyku.

**expresia** – (vyjadrenie) z povahy výtvarnej výchovy vyplýva orientácia prevažne na túto polohu práce s komiksom. Kreatívna činnosť ponúka viaceré možnosti využitia nielen na hodinách výtvarnej výchovy. Tu vznikajú zaujímavé možnosti využitia komiksu v edukácii prostredníctvom rôznych interpretačných aktivít. Interpretáciu chápeme pracovne ako myšlienkovú prácu, ktorej výsledkom je hľadanie a vysvetlenie zmyslu nejakého diela. Ako východisko možno zvoliť obrazovú stránku komiksu a deti nechať dotvoriť text alebo naopak, možno príbeh spracúvať do podoby komiksu. Môže sa stať podporou všetkých náukových predmetov, kde v učive nachádzame príbeh. Komiks je forma a možno ju naplniť ľubovoľným obsahom.

Pokúsime sa predstaviť edukačnú stratégiu *VIZUÁLNA KOMUNIKÁCIA PROSTREDNÍCTVOM KOMIKSU*. Pojem *stratégia* je širší a predstavuje prístup, kde ako výsledný produkt tvorivej činnosti detí je komiks, alebo je komiks použitý ako nosný prvok činnosti. Stratégiu chápeme ako *líniu, postup, spôsob rozhodovania a riešenia problémov smerujúcich k nejakému cieľu*. [14, s. 54] Tu popisuje a ukazuje možnosti práce s komiksom v expresívnej rovine na 1. stupni základnej školy. Ako príklad uvedieme jednu metodiku. V navrhovanej stratégii inklinujeme k tomu, čo možno označiť ako *implicitná mediálna výchova*. Pod týmto pojmom rozumieme takú prácu s témou médií, kde sa nevysvetľujú pravidlá fungovania médií, neučia sa poučky a delenia. V didaktike jazykov používame termín *implicitná gramatika* na označenie takých didaktických postupov, pri ktorých sa pravidlá jazyka nevysvetľujú, ale používaním deti postupne dospievajú k akémusi zovšeobecneniu a pravidlá sa zvnútorňujú. Takéto poňatie postavené na praktickom narábaní so systémom viac vyhovuje úrovni detí na 1. stupni.

Štátny vzdelávací program pre 1. stupeň základnej školy v Slovenskej republike



ISCED 1. Primárne vzdelávanie vyčleňuje ako prierezovú tematiku primárneho vzdelávania Mediálnu výchovu, pretože existuje potreba rozvíjať u žiakov mediálnu kompetenciu, ktorá by umožnila žiakom osvojiť si stratégie kompetentného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií, kriticky a selektívne využívať médiá a ich produkty, čo znamená, že učiteľ by mal viesť žiakov k tomu, aby lepšie poznali a chápali pravidlá fungovania „mediálneho sveta“ a primerane veku sa v ňom orientovali.

V práci s témou komiksu na prvom stupni základnej školy vidíme viaceré výhody. Domnievame sa, že praktická skúsenosť s médiom dáva dobrý predpoklad pre správanie sa z pozície užívateľa médií a nielen konzumenta. Tlač a manipulácia s ňou sú pre deti najprístupnejšie a poskytujú veľké množstvo informácií rôznej kvality. Tak môžu deti získať praktickú skúsenosť s redefiniáciou, apropiáciou, citáciou a podobnými postupmi typickými tak pre oblasť súčasného umenia, ako aj pre oblasť médií. Je to dobrá príležitosť na nachádzanie súvislostí a menenie vzťahov a významov. To môže viesť k podnecovaniu aktívneho prístupu k médiám, ale v prvom rade k najdôležitejším zložkám kultúry – kódom, z ktorých tkaniva vzniká kultúra už tisícky rokov.

Základné požiadavky vo výtvarnej výchove majú sledovať osvojenie cieľa a obsahu predmetu, ktorý je v podstate iný ako v náukových predmetoch; môže vyjadriť cieľ a obsah len čiastočne, čo sa týka informačnej stránky (poznatie umenia) a technického zvládnutia postupov. To, čo je vo výtvarnej výchove podstatné t. j. *miera kreativity, osobnostný rozvoj a kultivácia žiaka, nie je možné kvantifikovať, (objektívne určiť) ani overovať testami.* (ISCED 1) Vo výtvarnej výchove je najdôležitejší sám *proces tvorby a individuálny postoj človeka ku skutočnosti a k umeniu, prejavujúci sa v jednoduchých estetických súdoch a tvorivých reakciách.*

Navrhovaná stratégia obsahuje sadu *metód* tematicky spojených výsledným produktom – komiksom. Výsledný produkt je veľmi dôležitý najmä z hľadiska motivácie. Význam, ktorý deti prisudzujú výsledku svojej činnosti a snahy je z hľadiska celého vyučovacieho zámeru nepostrádateľný. Deti motivuje predovšetkým pragmatická vidina výsledku. Preto aj keď sú z hľadiska edukačných zámerov proces vzniku a navodzované edukačné situácie dôležitejšie ako samotný výsledok, musíme deťom poskytnúť jasnú vidinu výsledku. Produkt je to, čo je pre deti uchopiteľné a uchovateľné.

Od stanoveného cieľa závisia použité metódy a techniky. Proces tvorby nie je obmedzený na techniku kresby. Spôsoby práce nekopírujú postupy tvorcov komiksu. Komiks je žánrom syntetickým, a preto aj jeho autorstvo zriedkakedy patrí jednému človeku. Na komikse väčšinou spolupracuje spisovateľ s kresliarom. Pri dobrých komiksoch cítiť dobrú kooperáciu medzi oboma autormi. Samozrejme, existuje mnoho komiksov, kde je autorom literárnej aj grafickej stránky jeden človek, ale tie sú skôr výnimkou. Navyše, práca zručného a skúseného kresliara komiksu je rozdelená do viacerých fáz, pretože každú stránku treba perfektne naplánovať a pripraviť. Samotná kresba je až poslednou fázou. Od detí nemožno očakávať samostatnú tvorbu takéhoto komplexného diela. Preto nebudeme postupovať metódami odporúčanými pre tvorcov komiksov, ale pokúsime sa vypracovať metodiku s ohľadom na psychologické špecifiká, schopnosti a zručnosti detí mladšieho školského veku. Pre takto postavené zámery budú vhodné najmä rôzne techniky blízke animovanému filmu, ktoré umožnia pracovať s rozmanitejšími a deťom prístupnejšími technikami oproti komiksovému umeniu postavenému na technicky dokonalejšiu kresbu a dobrej organizácii práce.

Animátorské techniky umožnia nahliadnuť deťom aj do iných oblastí mediálnej tvorby (kreslený, bábkový film, filmový trik, reklama a pod). Pre charakter výsledného produktu – komiksu, však nie sú natoľko časovo, materiálovo a technicky náročné. Komiks je žáner dosť komplexný, aby poskytol pôdu pre plodné učebné situácie, no nie

je taký prácny ako napríklad animovaný film. Vychádzame tak z psychologicky determinovanej schopnosti sústrediť sa na jeden problém detí mladšieho školského veku, ako aj z časových obmedzení vyučovacích jednotiek.

Deti tak samy okúsia a uvedomia si, aký vplyv na silu a význam obrazu má napr. uhol pohľadu, druh záberu, potlačenie, či zvýraznenie niektorých častí. Budú nútené uvažovať nad tým, čo je dôležité a čo treba vynechať. Prácu si môžeme uľahčiť počítačom, či iným reprodukčným zariadením. V každom prípade sa núkajú viaceré možnosti.

V technologickej rovine sa spôsoby práce odvíjajú od manipulácie s dvoma sústavami kódov – textom a obrazom. Možnosti práce s týmito dvoma rovinami sprehľadňuje tabuľka:

<b>Možnosti práce s textom a obrazom</b>
<b>Manipulácia s písmom:</b>
písanie rukou – využívanie rukopisu detí
skladanie textu z vopred pripraveného zásobníka písmen
používanie šablón
editácia textu v elektronickej podobe
<b>Manipulácia s obrazom:</b>
kresba
malba
koláž z nájdených a vytvorených obrazov
inscenovaná fotografia
neinscenovaná fotografia

#### Ukážka metodiky KO - MIX

<b>NÁZOV METODIKY:</b>	KO - MIX	
<b>ZÁMER:</b>	vytvoriť spoločný komiks na motív bájky	
<b>CIELE:</b>	<b>kognitívne</b>	Integrovať poznatky z rôznych oblastí: literárna výchova: bájka a jej výstavba; prírodoveda: cicavce vtáky; výtvarná výchova: poznať výrobu komiksu.
	<b>psycho-motorické</b>	využitie rôznych techník, deľba úloh, koláž produktov
	<b>afektívne</b>	Naučia sa identifikovať morálne posolstvo bájky a vyjadriť ho výtvarne
<b>VÝCHODISKO:</b>	akýkoľvek naratívny text (poviedka, rozprávka, bájka, náučný text)	
<b>TECHNIKY:</b>	kresba, malba, fotografia, koláž, počítačová grafika, postupy blízke animovanému filmu	
<b>FORMY PRÁCE:</b>	prevažne skupinová a individuálna	
<b>MATERIÁL:</b>	1. <b>pre každého žiaka:</b> výkresy, farby, štetce, nožnice, fólie a zmývateľné fixky 2. <b>v skupine:</b> digitálny fotoaparát, počítač + software, tlačoviny (časopisy, reklamné plagáty a pod.)	
<b>ČAS:</b>	10 – 14 hod (min. 5 x 90 min.)	
<b>VEK:</b>	4. ročník	
<b>UČEBNÁ</b>	IDENTIFIKÁCIA POSTÁV	

<b>SITUÁCIA:</b>		
<b>CIELE:</b>	<b>kognitívne</b>	Vymenovať hlavné postavy; rozlišovať kladné –záporné; definovať charakteristické črty postáv;
	<b>psycho- motorické</b>	zdokonaľovanie kresby figúry bez modelu; použiť charakteristických črt tváre a tela; vedieť rozdeliť figúry na samostatné pohyblivé časti; poskladať figúru do pohyblivého celku; hľadanie možností pohybu a výrazu;
	<b>afektívne</b>	zhodnotiť charakter postáv a ich konania; hodnotiť svoju prácu a prácu druhých; vyjadriť pochopenie a prijatie odlišností.
<b>ÚLOHA:</b>	<i>Vytvor pohyblivú figúru pre náš komiks podľa postavy z textu.</i>	
<b>TECHNIKA:</b>	kresba, maľba, strihanie	
<b>FORMA PRÁCE:</b>	individuálna (prípadne malé 2 – 3-členné skupinky)	
<b>POMÔCKY:</b>	farbičky, papiere na skice – kartóny na výsledné práce, nožničky	
<b>ČAS:</b>	2 – 4 hod.	
<b>POSTUP:</b>	prečítanie textu a diskusia, vymenovanie všetkých postáv a rozhovor o ich charaktere , o tom ako bývajú znázorňované charakterové vlastnosti dramatických umeniach (črty tváre, celková fyziognómia) – dá sa na to spoliehať aj v bežnom živote? rozdelenie úloh v skupine: deti si zvolia postavu, ktorú budú stvárňovať môžu pracovať samostatne, alebo v skupinách samostatná práca – figúry riešiť tak, aby bolo možné manipulovať s telom – ako bábku: končatiny samostatne a pod. podporiť deti v experimentovaní s možnosťami figúry, nabádať deti hľadať viaceré možnosti výrazov a pohybových možností postáv, usmerňovať pri práci predvedenie výsledkov práce detí a zhodnotenie – rozhovor o kvalitách a odlišnostiach jednotlivých výsledkov.	
<b>UČEBNÁ SITUÁCIA:</b>	TVORBA PROSTREDIA – SCÉNY	
<b>CIELE:</b>	<b>kognitívne</b>	charakterizácia prostredia, upevniť základy teórie farieb, vymenovať niektoré základné psychologické účinky farieb
	<b>psycho- motorické</b>	uvedomovanie si priestorových vzťahov vzhľadom ku figúre, analýza a syntéza figúry – hľadanie možností pohybu a výrazu
	<b>afektívne</b>	rozvíjanie citlivosti pre farbu, rešpektovanie priestoru iných pri spoločnej práci, hodnotenie svojej práce a práce druhých,
<b>ZADANIE:</b>	<i>Vytvorme prostredie v ktorom sa budú naše figúrky pohybovať.</i>	
<b>TECHNIKA:</b>	kresba, maľba, koláž	
<b>FORMA PRÁCE:</b>	kolektívna	
<b>POMÔCKY:</b>	ceruzky, farby (temperové, vodové), časopisy, nožničky, lepidlo, kartón (napnutý na podklad aby sa nevnúlnil a nekrčil)	
<b>ČAS:</b>	2 hod.	
<b>POSTUP:</b>	rozvrhnutie pozadia (kreslí 1 osoba),	

	analyzovať prostredia, ktoré budeme pre príbeh potrebovať, pripraviť aj neurčité prostredia, rôznej farebnosti, kontrastnosti, plochy – kontrast, opakovanie základov teórie farieb kolektívna práca – maľba podkladu, hľadanie výrazových možností, koláž, priebežné skúšanie umiestnenia postáv – korekcia, zhodnotenie výsledku.	
<b>UČEBNÁ SITUÁCIA:</b>	FOTOGRAFOVANIE	
<b>CIELE:</b>	<b>kognitívne</b>	Poznať: celok, detail, polocelok, komiksové prvky
	<b>psycho-motorické</b>	Používanie fotoaparátu
	<b>afektívne</b>	Vyjadriť svoj názor na fotografiu
<b>ZADANIE:</b>	<i>Odfotiť rôzne situácie medzi postavami.</i>	
<b>TECHNIKA:</b>	kresba, strihanie, písanie	
<b>FORMA PRÁCE:</b>	individuálna (prípadne malé skupinky)	
<b>POMÔCKY:</b>	fólie a zmývateľné fixky, nožnice	
<b>ČAS:</b>	2 – 4 hod.	
<b>POSTUP:</b>	pozorovanie viacerých druhov komiksov, hľadanie rôznych typov bublín, uvedomovanie si iných funkcií písma v komikse, vysvetlenie základných druhov záberov, diskusia pred začiatkom realizácie, rozmiestnenie figúr na scénu a dopĺňanie textami, postup podľa príbehu – scenára, neustála diskusia o výstižnosti a vhodnosti záberov, zhodnotenie.	
<b>UČEBNÁ SITUÁCIA:</b>	SKLADANIE KOMIKSU V POČÍTAČI	
<b>CIELE:</b>	<b>kognitívne</b>	identifikovať najpodstatnejšie momenty v deji, uvedomovať si kauzálne vzťahy v príbehu, vybrať najlepšie zábery,
	<b>psycho-motorické</b>	Práca s počítačom; uvedomovanie si priestorových vzťahov vzhľadom deju; skladanie do celku v počítači,
	<b>afektívne</b>	rozvíjanie postojov k obrazu a textu, rešpektovanie názoru iných pri spoločnej práci.
<b>ZADANIE:</b>	<i>Poskladajte príbeh</i>	
<b>TECHNIKA:</b>	Počítačová grafika	
<b>FORMA PRÁCE:</b>	kombinovaná	
<b>POMÔCKY:</b>	Počítač + ComicLife	
<b>ČAS:</b>	2 hod.	
<b>POSTUP:</b>	rozmiestnenie fotografií v elektronickej podobe; kontrola a korekcia tlač výsledku (učiteľ); zhodnotenie, diskusia, čo sa nám na práci páčilo, čo nám vadilo; žiaci dostanú výsledný produkt; úloha na záver: dať ho niekomu prečítať a zistiť jeho názor.	

Výsledná práca dostupná na: <https://sites.google.com/site/lenkasac/vytvane->

projekty (online 15.9.2016)

**Záver.** V príspevku sme prezentovali pohľad do diskutabilných otázok úskalí informačnej spoločnosti v postmodernej situácii masmediálnej kultúry. Prezentovali sme myšlienky podrobne analyzované v práci *Význam vizuálnej komunikácie v kontexte výtvarnej výchovy na 1. stupni základnej školy* [15].

návrh overovaných metód využívajúc komiks ako médium, ktoré umožňuje deťom stať sa spolutvorcami mediálneho posolstva. Stratégia vizuálnej komunikácie v elementárnej edukácii zároveň vytvára situácie, ktoré vedú k zážitku spoločnej tvorby a tímovej tvorivej práce. Domnievame sa, že zážitok realizácie vizuálneho posolstva pozitívne vplýva na rozvoj výtvarného nadania detí. vedie ich k reflexívno-hodnotiacemu dialógu o vlastnom počine podobne ako to realizujú vo svojej metodike autorky projektu NAUKA – SZTUKA – EDUKACJA [16, 17, 18]. Potreba vizuálnej komunikácie v rámci elementárneho vzdelávania obhajuje prístup, ktorý do istej miery prekračuje v rovine cieľov hranice tradične chápaného predmetu výtvarná výchova a zasahuje do poľa iných predmetov. Naš prístup vychádza v ústrety integračným tendenciám pri koncipovaní obsahu elementárneho vzdelávania.

#### Literatura:

1. Kundera, M. 1995. *Nesmrtelnost*. Praha: Atlantis, 1995.
2. Burton, G. a Jiráček, J. 2003. *Uvod do studia médií*. Praha, 2003.
3. Rankov, P. 2002. *Masová komunikácia a informačná spoločnosť*. Levice: Koloman Kertész Bagala, L.C.A., 2002.
4. Lévy, P. 2000. *Kyberkultura*. Praha: UK, 2000.
5. Mcquail, D. 1999. *Uvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portal, 1999.
6. Flusser, V. 2002. *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút, 2002.
7. Eco, U. 2006. *Skeptikové a tešitelé*. Praha: Argo, 2006.
8. Chomsky, N. 1999. *Výroba súhlasu, nevyhnutné ilúzie, médiá a propaganda*. Medzilaborce: Bod zlomu, 1999.
9. Toffler, A. a Tofflerová, H. 2001. *Nová civilizace. Třetí vlna a její dusledky*. Praha: Dokořán, 2001.
10. Toffler, A. 1992. *Šok z budoucnosti*. Praha: Práce, 1992.
11. Bauman, Z. 2002. *Tekutá modernita*. Praha: Mladá fronta, 2002.
12. Toscani, O. 1996. *Reklama je navoňaná zdochlina*. Bratislava: Slovart, 1996.
13. Slavíková, N. 2000. Informačná kancelária Rady Európy. *Odporúčanie 1466 (2000) Mediálna výchova*. [Online] <http://www.radaeuropy.sk/?736>
14. Doušková, A. 2006. *Učebné ciele a projektovanie výučby*. Banská Bystrica: UMB PDF, 2006.
15. Kasáčová, L. – Sokol, M.: *Význam vizuálnej komunikácie v kontexte výtvarnej výchovy na 1. stupni základnej školy*. Banská Bystrica: UMB PDF, 2006, ISBN 978-80-8083-945-1
16. Aksman, J.: NAUKA – SZTUKA – EDUKACJA: Innowacyjny Model diagnozy, metod, form pracy i opieki nad uczniem zdolnym plastycznie. Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2013. ISBN 978-83-63213-03-9
17. Aksman, J. – Gabzdyl J.: Innowacyjny model wczesnoszkolnej edukacji plastycznej. Klasa I. Metodyczne opracowania i materiały dla nauczycieli i studentów do realizacji modelu Nauka-Sztuka- Edukacja. Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego: Kraków, 2015. ISBN 978-83-65208-19-4 (zestaw: ISBN 978-83-65208-21-7)
18. Aksman, J. – Gabzdyl J.: Innowacyjny model wczesnoszkolnej edukacji plastycznej. Klasa I. Materiały pomocnicze dla nauczycieli do realizacji lekcji w klasie I. Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego: Kraków, 2015. ISBN 978-83-65208-20-0 (zestaw: ISBN 978-83-65208-21-7).