

**UNIVERZITA MATEJA BELA V BANSKEJ BYSTRICI**

**PEDAGOGICKÁ FAKULTA**

**KATEDRA ETICKEJ A OBČIANSKEJ VÝCHOVY**



**MEDIÁLNA VÝCHOVA ŽIAKOV V PREDMETE ETICKÁ VÝCHOVA**

**Multimediálny didaktický materiál pre učiteľov základnej školy**



**BANSKÁ BYSTRICA**

**2017**

Táto publikácia bola vydaná s podporou Agentúry na podporu výskumu a vývoja na základe zmluvy č. **APVV-14-0176 Didaktické prostriedky uľahčujúce implementáciu vybraných prierezových tém do vyučovania etickej výchovy na druhom stupni ZŠ.**

Názov: **MEDIÁLNA VÝCHOVA ŽIAKOV V PREDMETE ETICKÁ VÝCHOVA**

Podnázov: Multimedialný didaktický materiál pre učiteľov základnej školy

© **Autorky: doc. RNDr. Katarína Čižmárová, CSc., prof. PaedDr. Eva Poláková, PhD.**

Vedúca projektu: Prof. PaedDr. Eva Poláková, PhD.

Recenzentky: PhDr. Andrea Klimková, PhD., doc. Mgr. Lucia Spálová, PhD.

Vydavateľ: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Edícia: Pedagogická fakulta UMB v Banskej Bystrici

Vydanie: prvé

Rok vydania: 2017

**ISBN 978-80-557-1225-3**

## OBSAH

ÚVOD.....	5
<b>I. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ.....</b>	<b>6</b>
1 CHARAKTERISTIKA MEDIÁLNEJ VÝCHOVY.....	6
2 MEDIÁLNA VÝCHOVA V ŠKOLSKOM VZDELÁVANÍ.....	8
3 POSTAVENIE MEDIÁLNEJ VÝCHOVY V OBSAHU ETICKEJ VÝCHOVY.....	10
4 IMPLEMENTÁCIA OBSAHU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY DO ETICKEJ VÝCHOVY.....	13
<b>LITERATÚRA.....</b>	<b>15</b>
<b>II. NÁVRH OBSAHU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY VO VYUČOVACOM PREDMETE ETICKÁ VÝCHOVA.....</b>	<b>17</b>
<b>III. METODICKÉ ODPORÚČANIA A ALTERNATÍVNE NÁVRHY PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM Z OBSAHU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY.....</b>	<b>21</b>
<b>5. ROČNÍK - TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANEJ TÉMY MV.....</b>	<b>21</b>
<b>UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM, 5. ROČNÍK.....</b>	<b>21</b>
1. OTVORENÁ KOMUNIKÁCIA.....	21
AKTIVITA 1: <i>Získaj kamaráta</i> .....	23
AKTIVITA 2: <i>Internet – tvoj dobrý sluha, ale zlý pán</i> .....	24
AKTIVITA 3: <i>Zneužívanie osobných údajov na internete</i> .....	29
2. IDENTIFIKÁCIA A VYJADROVANIE CITOV.....	30
AKTIVITA 1: <i>Poznáš emotikony /smajlíky?</i> .....	30
AKTIVITA 2: <i>Základy netikety pri čítaní</i> .....	32
3. ETICKÉ ASPEKTY OCHRANY PRÍRODY - MEDIÁLNE KAMPANE NA OCHRANU PRÍRODY.....	35
AKTIVITA 1: <i>Príklad ekologickej havárie</i> .....	36
PROJEKT VYUČOVACEJ JEDNOTKY 5. ROČNÍK.....	39
<b>6. ROČNÍK TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANEJ TÉMY MV.....</b>	<b>41</b>
<b>UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM, 6. ROČNÍK.....</b>	<b>41</b>
1. IDENTIFIKÁCIA A VYJADROVANIE CITOV.....	41
AKTIVITA 1: <i>Máte radi komixy?</i> .....	41
AKTIVITA 2: <i>Komixové výrazové prostriedky, nástroj na upútanie pozornosti</i> .....	43
AKTIVITA 3: <i>Tvorivé činnosti</i> .....	43
2. POZITÍVNE VZORY V KAŽDODENNOM ŽIVOTE.....	43
AKTIVITA 1: <i>Detský čin roka</i> .....	44
AKTIVITA 2: <i>Hviezdy sú na dosah</i> .....	45
1. PROCOSIÁLNE SPRÁVANIE - REKLAMA A SOCIÁLNA REKLAMA.....	50
AKTIVITA 1: <i>Porovnanie reklám, porovnávací reklama</i> .....	51
AKTIVITA 2: <i>Účinnosť reklamy</i> .....	51
AKTIVITA 3: <i>Význam sociálnej reklamy</i> .....	52
AKTIVITA 4: <i>Olivier Toscani a firma Benneton</i> .....	53
AKTIVITA 5: <i>Tvorba reklamy proti kyberšikanovaniu</i> .....	54
<b>7. ROČNÍK TEMATICKÝ OKRUH V ETV.....</b>	<b>58</b>
1. BYŤ SÁM SEBOU.....	58
AKTIVITA 1: <i>Ako zostať sám sebou na sociálnej sieti</i> .....	60
2. KOGNITÍVNA A EMOCIONÁLNA EMPATIA.....	60
AKTIVITA 2A: <i>Stereotypné správy o znevýhodnených sociálnych skupinách</i> .....	61

<i>AKTIVITA 2B: Stereotypné správy o migrantoch</i> .....	61
3. ETICKÉ ASPEKTY VZŤAHOV VO VLASTNEJ RODINE A TVORIVOSŤ .....	63
<i>AKTIVITA 1A: Som reportér</i> .....	63
<i>AKTIVITA 1B: Reportáž „Môj vzor“</i> .....	64
<b>PROJEKT NA VYUČOVACIU JEDNOTKU, 7. ROČNÍK</b> .....	<b>64</b>
UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM .....	66
1. DOBRÉ MENO A PRAVDA AKO ETICKÉ HODNOTY .....	66
<i>AKTIVITA 1: Dôveryhodnosť internetových zdrojov</i> .....	66
2. ETICKÉ HODNOTY A MÉDIÁ .....	68
3. ETIKA A EKONOMICKÉ HODNOTY .....	69
<i>AKTIVITA 1: Pravdivá a zavádzajúca reklama</i> .....	69
<i>AKTIVITA 2: Ako môžeme byť aktívni aj my?</i> .....	70
<b>ROJEKT NA VYUČOVACIU JEDNOTKU, 8. ROČNÍK</b> .....	<b>72</b>
<b>9. ROČNÍK: TEMATICKÝ OKRUH V ETV</b> .....	<b>78</b>
1. MASMEDIÁLNE VPLYVY .....	78
<i>AKTIVITA 1: Dva uhly pohľadu , Mediálne zobrazovanie Rómov, migrantov.</i> .....	78
2. ZÁVISLOSTI .....	79
<i>AKTIVITA 1: Koľko času trávim s...</i> .....	81
<i>AKTIVITA 2: Syndróm FOMO</i> .....	81
<i>AKTIVITA 3: Poznáte sieť Happier?</i> .....	82
<i>AKTIVITA 4: Trochu štatistiky</i> .....	82
<b>PROJEKT VYUČOVACEJ JEDNOTKY, 9. ROČNÍK</b> .....	<b>84</b>
<b>ZHRNUTIE</b> .....	<b>86</b>

## ÚVOD

Praxeologickými, didaktickými výstupmi projektu APVV-14-0176 **Didaktické prostriedky uľahčujúce implementáciu vybraných prierezových tém do vyučovania etickej výchovy na druhom stupni ZŠ** sú okrem iného aj multimediálne didaktické texty uľahčujúce prezentáciu vybraných prierezových tém vo vyučovacom predmete etická výchova.

Tento multimediálny materiál bol vytvorený špeciálne pre potreby prierezovej témy „mediálna výchova“. Je určený učiteľom v praxi, ale aj študentom, budúcim učiteľom etickej výchovy, ktorí už majú odpovedajúce odborné didaktické kompetencie, chcú však vo vyučovaní viac žiakov motivovať rôznymi, niekedy i kontroverznými mediálnymi komunikátmi, ktoré môžu prispieť k rozvoju kritického myslenia žiakov práve diskusiou k prezentovaným ukážkam.

Cieľom publikácie, ktorú dávame učiteľom k dispozícii v elektronickej forme, je uľahčiť ich na čas náročnú prácu pri príprave a vyhľadávaní rôznych motivačných materiálov vhodných na efektívne sprostredkovanie vybraného obsahu mediálnej výchovy do vyučovania etickej výchovy na 2. st. ZŠ.

Autorky publikácie ponúkajú vyučujúcim nielen alternatívny súbor vyhľadaných dostupných motivačných materiálov, ale snažia sa poskytnúť záujemcom aj isté didaktické návrhy na prácu s nimi. Predpokladajú, že týmto vydavateľským činom prispedia rovnako ku skvalitneniu výučby etickej výchovy ako aj k rozvoju mediálnych kompetencií žiakov a rozvoju ich kritického myslenia.

# I. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ<sup>1</sup>

## 1 Charakteristika mediálnej výchovy

Mediálna výchova je zameraná na osvojovanie si zručností, schopností a spôsobilostí zodpovedne používať médiá a ich produkty. Je súčasťou primárnej aj sekundárnej socializácie i všeobecného vzdelávania. Predstavuje nový prístup ku vzdelávaniu, pretože sa týka používateľov médií i médií samotných. Mediálna výchova je celoživotný proces, čím prispieva k eliminácii generačných rozdielov či sociálneho vylúčenia.

V informačných zdrojoch existujú desiatky definícií mediálnej výchovy, ktoré sa medzi sebou líšia podľa toho, v ktorom historickom období a v akých socio-kultúrnych podmienkach vznikali, a aj podľa toho, z akých paradigiem vychádzali ich autori. V dokumente *Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania* (2009) je charakterizovaná ako celoživotný, systematický a cieľavedomý proces získavania mediálnych kompetencií a zvyšovania úrovne mediálnej gramotnosti, ktorého hlavným cieľom je podporovať zodpovedné využívanie médií a rozvíjať kritické postoje vo vzťahu k mediálnym obsahom s dôrazom na morálne princípy a humanizmus. Podľa Rady Európy predstavuje mediálna výchova „praktické vyučovanie zacielené na budovanie mediálnej kompetencie, chápanej ako kritický a rozlišujúci postoj voči médiám, s cieľom vychovať emancipovaných občanov, schopných vytvoriť si svoj vlastný názor na základe prijatých informácií“ (ŠVP. Mediálna výchova (Prierezová téma): Príloha ISCED 2, 2015, s. 2).

V uvedených a aj vo väčšine iných vymedzení mediálnej výchovy sú ako jej cieľové kategórie uvedené *mediálna gramotnosť a mediálne kompetencie*. Oba termíny spolu súvisia a zrejme preto sa v odbornej pedagogickej komunikácii niekedy používajú nejednoznačne, uvádzame preto ten výklad uvedených pojmov, s ktorým sa stotožňujeme.

**Mediálnu gramotnosť chápeme** ako súbor vedomostí, zručností a schopností, ktoré sú nutným predpokladom osvojenia si zodpovedného prístupu k využívaniu médií, v ktorých súčasťou je gramotnosť čitateľská, pisateľská, filmová, audiovizuálna, počítačová, atď., ale mediálna gramotnosť sa nemôže zamieňať za gramotnosť informačnú, počítačovú, digitálnu a ďalšie. Explicitne vymedzuje mediálnu gramotnosť E. Poláková (2011, s. 19) ako „komplexný, mnohovýrovný systém vedomostí, schopností, zručností a skúseností, ktorý umožní človeku efektívne narábať s mediálnou produkciou. Pomáha recipientovi neformálne a kriticky chápať povahu masových médií, postupy ich tvorby a vplyv týchto postupov na fungovanie médií a produkciu ich obsahov.“

Podľa Európskej charty mediálnej gramotnosti je mediálne gramotný človek schopný:

- používať mediálne technológie efektívne k prístupu, získavaniu, obnovovaniu alebo zdieľaniu obsahu na uspokojenie individuálnych a skupinových potrieb a záujmov,
- nadobúdať prístup a realizovať informovaný výber zo širokej škály mediálnych foriem a obsahov z rozdielnych kultúrnych a inštitucionálnych zdrojov,

---

<sup>1</sup> Teoretické východiská vznikli úpravou kapitoly autoriek E. Balážová - K. Čižmárová, in Kol. Prierezové témy v etickej výchove. Banská Bystrica: UMB, Belianum, 2016. ISBN 978-80-557-1106-5, s. 110 -140.

- porozumieť tomu, ako a prečo sú mediálne obsahy vytvárané, ale aj s tým súvisiacemu technickému, právnemu, ekonomickému a politickému kontextu,
- kriticky analyzovať techniky, jazyk a konvencie používané v médiách a význam ich posolstiev,
- používať médiá tvorivo na vyjadrenie a komunikovanie myšlienok, informácií a názorov,
- identifikovať, zabrániť alebo odmietnuť mediálne obsahy a služby, ktoré môžu byť nežiaduce, urážlivé, pohoršujúce a škodlivé,
- efektívne používať médiá na upevňovanie demokratických práv a občianskych slobôd.<sup>2</sup>

K terminologickému spresneniu cieľových kategórií mediálnej výchovy prispel model, ktorý „poskytuje prehľadný a zrozumiteľný obraz o tom, čo je to mediálna gramotnosť a súčasne slúži ako východisko pre aktivity (vzdelávanie) v tejto oblasti.“ (10 kompetencií mediálnej gramotnosti, 2013, s. 1).

### **Model gramotnosti tvoria tieto kompetencie:**

#### **Porozumenie narastajúcemu vplyvu médií na spoločnosť**

K1 – pochopiť trendy a dôsledky rastúceho vplyvu médií na spoločnosť (a seba samého).

#### **Porozumenie spôsobom konštruovania médií**

K2 – pochopiť vnútornú logiku médií a jej vplyv na mediálne posolstvá (obsahy).

#### **Porozumenie stratégiám vykresľovania reality médiami**

K3 – pochopiť stratégie, ktorými médiá prezentujú realitu.

#### **Ovládanie a využívanie vybavení, softvéru a aplikácií**

K4 – aktívne a uvedomele používať nové médiá, aplikácie a technológie.

#### **Ovládanie a využívanie orientácie v mediálnom prostredí**

K5 – vedieť preskúmať možnosti médií a efektívne sa orientovať v prostredí médií.

#### **Komunikácia ako vyhľadávanie a spracúvanie informácií**

K6 – optimálne využívať informácie (nájsť, posúdiť, získať, spracovať, uložiť, opakovane používať, zdieľať s inými napr. pomocou sociálnych „bookmarkingových“ nástrojov).

#### **Komunikácia ako vytváranie obsahu**

K7 – vedieť vytvoriť kvalitný mediálny obsah a doručiť ho adresátovi/cieľovej skupine.

#### **Komunikácia ako participovanie na sociálnych sieťach**

K8 – efektívne a eticky používať sociálne siete na realizáciu vlastných cieľov (záujmov, potrieb) a pritom rešpektovať záujmy a potreby iných používateľov.

#### **Stratégia so zámerom uvedomenia si/reflektovania vlastného využívania médií**

---

<sup>2</sup> Dostupné na: <<http://www.euromedialiteracy.net>>.

K9 – kriticky reflektovať vlastné postupy pri využívaní médií a optimalizovať ich.

### **Stratégia so zámerom dosahovania cieľov prostredníctvom médií**

K10 – efektívne realizovať svoje ciele na základe vlastného posúdenia možností a limitov využitia médií. (10 kompetencií mediálnej gramotnosti, 2013).

Aj z tohto z účelovo skráteného opisu jednotlivých kompetencií je zrejmé ich hierarchické usporiadanie. Na prvú úroveň – pasívne porozumenie princípom fungovania médií, nadväzuje druhá úroveň – aktívne využívanie médií a interaktívne zdieľanie (pomocou médií), vrcholom pyramídy je efektívne a zodpovedné využívanie médií na realizáciu osobných, občianskych a profesionálnych cieľov, rešpektujúc morálne princípy a záujmy iných.

Z uvedeného vyplýva, že človek je mediálne gramotný keď médiá používa účelne, uvedomele a svedomito vo svoj prospech a v prospech iných ľudí.

Nutnou podmienkou a súčasťou mediálnej gramotnosti a mediálnych kompetencií sú vedomosti, zručnosti, schopnosti a postoje. Podľa Polákovej „mediálne kompetencie zasahujú všetky tri úrovne osobnostného rozvoja človeka: kognitívnu, psychomotorickú (konatívnu) a afektívnu“ (Poláková, 2011, s. 20). Citovaná autorka objasňuje, že mediálne kompetencie na kognitívnej úrovni zahŕňajú osvojené poznatky zo sociálnej a mediálnej komunikácie, vedomosti o histórii, o súčasnom stave a potenciálnom vývoji médií, aj poznatky o princípoch fungovania a spoločenských funkciách médií, o možnostiach ich využívania, riziku ich zneužívania a i. Mediálne kompetencie v psychomotorickej oblasti predstavujú osvojené zručnosti, schopnosti a praktické skúsenosti pri práci s rôznymi druhmi médií, spôsobilosť zapojiť sa do mediálnej komunikácie ako príjemca a/alebo tvorca. V socio-afektívnej oblasti sa mediálne kompetencie prejavujú na základe už nadobudnutých vedomostí, zručností, schopností a praktických skúseností, kedy človek vie médiá a nimi tvorené a sprostredkované obsahy kriticky hodnotiť, pričom si vytvára správne postoje bez predsudkov k mediálnej skutočnosti.

## **2 Mediálna výchova v školskom vzdelávaní**

Mediálna výchova sa stala povinnou súčasťou obsahu vzdelávania v rámci kurikulárnej reformy v roku 2008 ukotvením v záväzných pedagogických dokumentoch (Štátne vzdelávacie programy pre jednotlivé stupne vzdelávania v Slovenskej republike).

I keď má mediálna výchova v jej dnešnom chápaní na Slovensku relatívne krátku históriu, témy médií, komunikácie či mediálnych komunikátov v najrôznejších vzťahoch a súvislostiach boli predmetom výskumov dávno pred jej etablovaním. Už v druhej polovici 20. storočia existovali v pedagogických dokumentoch zmienky o prvkoch kvázi mediálnej výchovy. Učebné osnovy odzrkadľovali úroveň vedecko-technického poznania vrátane vývoja techniky a médií a bolo v nich napríklad uvedené aj systematické zaraďovanie sledovania rozhlasového vysielania pre školy.

Po vstupe SR do Európskej únie Slovenská republika o. i. deklarovala vytvorenie podmienok na zvyšovanie úrovne mediálnej gramotnosti občanov a prezentovala „podporu



integrovaného, medzirezortného prístupu k zvyšovaniu úrovne mediálnej gramotnosti prostredníctvom viacerých zainteresovaných strán, ministerstiev, regulačných orgánov, diváckych a rodičovských združení, cirkví, vzdelávacích, výskumných organizácií i samotných médií...“ (Slavíková, 2013, s. 5). V roku 2005 „Ministerstvo školstva schválilo projekt Mediálna výchova ako nepovinný a voliteľný predmet na základných školách a osemročných gymnáziách“ (Vrabec, 2013, s. 34). Predmet, experimentálne učebné texty pre žiakov a metodické materiály pre učiteľov boli nadväzne overované v štyroch školách.

### **Vývoj mediálnej výchovy v školskom vzdelávaní**

Začleňovanie mediálnej výchovy v školskom vzdelávaní odzrkadľujú empirické výskumy. Vôbec prvý reprezentatívny výskum *Stav výučby mediálnej výchovy na slovenských základných školách* uskutočnili členky Medzinárodného centra pre mediálnu gramotnosť pri Fakulte masmediálnej komunikácie UCM v Trnave v rokoch 2011 – 2012. Cieľom výskumu bolo zistiť zastúpenie mediálnej výchovy v obsahu vzdelávania, prevládajúcu formu výučby a mieru kvalifikácie učiteľov mediálnej výchovy. Do projektu bolo zapojených 567 verejných, cirkevných, súkromných, mestských i obecných základných škôl. Zber empirických údajov bol vykonaný dotazníkovou metódou, obsahovou analýzou učebných plánov a telefonickým dopytovaním. Autorky výskumu v záveroch konštatujú neuspokojivé začleňovanie mediálnej výchovy do obsahu vzdelávania a poukazujú o. i. na to, že „je dosť veľké percento škôl, kde sa mediálna výchova nevyučuje, resp. vyučuje len formálne“ (Kačínová, Kolčáková, 2013, s. 13). Jedným z dôvodov tohto stavu je úroveň vzdelania učiteľov v mediálnej výchove. Výskumníčky ju hodnotia ako nedostatočnú a dávajú ju do súvisu s možnosťami učiteľov vzdelávať sa v predmetnej oblasti. Z výskumu vyplynuli i ďalšie zistenia, vzácné zhodné s poznáním z dvoch výskumných sond, ktorých cieľom bolo takisto popísať aktuálny stav výchovy k mediálnej gramotnosti vo formálnom vzdelávaní. V prvom šetrení (v roku 2012) išlo o situáciu v primárnom vzdelávaní, v druhom (v roku 2014) vo vyššom sekundárnom vzdelávaní. (Podrobnejšie E. Balážová, 2014.)

### **Stav vyučovania mediálnej výchovy ako prierezovej témy v etickej výchove**

Súčasný stav mediálnej výchovy vo vzdelávaní na základných školách približujú výsledky dotazníkového prieskumu *Škola, učiteľ/ka a mediálna výchova*, ktorý v roku 2015 uskutočnila Ľ. Bizíková zo ŠPÚ. Cieľom prieskumu bolo analyzovať podmienky, ktoré prispievajú k rozvíjaniu mediálnych a informačných kompetencií žiakov a tiež zistiť potreby učiteľov, umožňujúce im efektívnejšie uplatňovať mediálnu výchovu.

Z prieskumu vyplynulo, že:

- mediálna výchova sa v základných školách realizuje najčastejšie prierezovo; z ďalších foriem sú to projekty, málo sa využívajú kurzy alebo samostatný predmet,
- učitelia očakávajú podporu a pomoc pri uplatňovaní mediálnej výchovy; najviac by im pomohli nové učebné zdroje a pomôcky, hlavne nové metodické námety, ukážky a tiež metodická publikácia,

- učitelia požadujú podporu prostredníctvom ich vzdelávania napr. v oblasti metód na rozvíjanie kritického myslenia žiakov.

Zvláštnu pozornosť si zasluhujú zistenia o metódach používaných v mediálnej výchove. Aktuálny prieskum preukázal, že aj vo výchove k mediálnej gramotnosti prevládajú tradičné metódy, ako sú výklad, práca s učebnými textami, rozprávanie či opis. Učitelia používajú tiež metódy diskusie, didaktické hry a problémové úlohy, najmenej využívané sú prípadové štúdie. Takmer polovica učiteľov nevyužíva (alebo len sporadicky) jednu z najdôležitejších metód pri rozvíjaní kritického myslenia – *kritickú analýzu mediálnych obsahov*. Ťažko pochopiteľná je i skutočnosť, že hoci pedagógovia majú mediálne kompetencie (v oblasti porozumenia médiám) a primeranej až na vysokej úrovni, kritické myslenie svojich žiakov nerozvíjajú v náležitej miere (pozri úplné znenie analýzy prieskumu<sup>3</sup>), hoci práve rozvoj kritického myslenia sa zdôrazňuje vo všetkých súčasných definíciách mediálnej výchovy a aj v mediálnych kompetenciách. Kritické myslenie je považované za kľúčovú kompetenciu pre naplnenie cieľov mediálnej výchovy.

V širšom chápaní môžeme kritické myslenie definovať ako samostatné myslenie, podmienené predchádzajúcim analytickým myslením, v procese ktorého človek dospeje k novému poznatku prostredníctvom bádania, porovnávania či overovania správnosti vlastných aj iných myšlienok. Jeho výsledkom je schopnosť identifikovať dôležité fakty a súvislosti v množstve informácií a na ich základe formulovať nové, pravdivé názory a riešenia. Rozvinuté kritické myslenie sa vyznačuje tým, že prijímanie informácií je kritické, hľadá príčiny, dôkazy, predvída dôsledky, nie je zaujaté, odhaľuje stereotypy, nepodlieha propagande. Tento typ myslenia umožňuje vidieť svet v skutočnej a nie mediálnej realite. (Petranová, 2011)

Mediálna výchova v školskom vzdelávaní je v štádiu hľadania a overovania možností, stratégií a prostriedkov vyučovania. Nedostatočná teoretická rozpracovanosť témy vo vzťahu k pedagogickej praxi, chýbajúce didaktické prostriedky a slabá pripravenosť učiteľov na výchovu žiakov k mediálnej gramotnosti sú hlavné dôvody jej aktuálneho, nie celkom uspokojivého stavu.

### 3 Postavenie mediálnej výchovy v obsahu etickej výchovy

Mediálna výchova si status prierezovej témy v Štátnych vzdelávacích programoch z roku 2008 zachovala aj v ich neskorších verziách, vrátane verzie inovovanej v roku 2015. Pozícia prierezovej témy zdôrazňuje *aktuálnosť a dôležitosť* mediálnej výchovy v súvisí s dynamickým vývojom médií a technológií participujúcich na socio-kultúrnych zmenách aj na zmenách v socializácii najmä (ale nielen) detí a mládeže.

V kurikulárnom dokumente je cieľ mediálnej výchovy definovaný ako „rozvoj (postupné zvyšovanie úrovne) mediálnej gramotnosti žiakov – schopnosti kriticky prijímať, analyzovať, hodnotiť a komunikovať širokú škálu mediálnych obsahov a zmysluplne využívať médiá“ (ŠVP. Nižšie stredné vzdelávanie – 2. stupeň základnej školy, 2015, s. 12).

<sup>3</sup> Dostupné na: <<http://www.statpedu.sk/clanky/vyskumne-ulohy-experimentalne-overovania/vyskumne-ulohy>>.

S ohľadom na možnosti, pôsobenie a pozitívne i negatívne účinky médií sa v dokumente zdôrazňuje, že žiaci by sa na veku primeranej úrovni postupne mali orientovať v mediálnom svete a osvojiť si stratégie bezpečného zaobchádzania s rôznymi druhmi médií. Dôraz sa kladie na rozvíjanie kritického myslenia žiakov, pričom sa ako vhodná metóda odporúča spoločné skúmanie, analyzovanie a samostatné premýšľanie. V rovnakom zmysle je cieľ mediálnej výchovy zadaný aj v ŠVP Mediálna výchova (Prierezová téma): Príloha ISCED 2, tzn. získanie a rozvoj mediálnej gramotnosti a osvojenie mediálnych kompetencií.

**Hlavný cieľ mediálnej výchovy** – v zhode s už uvedeným tvrdením E. Polákovej (2011) o dosahu mediálnych kompetencií – sa člení na:

**Ciele kognitívne**, tzn. viesť žiakov

- k základnej orientácii v druhoch médií, k poznaniu ich rozdielov a funkcií,
- k poznaniu ich vplyvu na detského príjemcu (poslucháča, diváka, čitateľa...),
- k pochopeniu mediálne spracovanej a znázorňovanej reality, používaných mediálnych výrazových prostriedkov a spôsobov usporiadania mediálnych produktov,
- k pochopeniu pozitívneho, ale aj negatívneho vplyvu médií a ich produktov (manipulácia, neprimerané násilie a i.), s ktorými každodenne prichádzame do kontaktu.

**Psychomotorické ciele** sa majú dosiahnuť vedením žiakov

- k aktívnemu využívaniu médií v procese komunikácie,
- k produkcii vlastných mediálnych príspevkov, využívajúc svoj kreatívny potenciál,
- k zručnosti obsluhovať technické zariadenia a nové technológie médií,
- ku schopnosti kooperovať s inými mediálnymi tvorcami v procese komunikácie.

**V oblasti afektívnych cieľov**, kde ide predovšetkým o rozvoj schopností a postojov, sa odporúča viesť žiakov

- k zaujatiu kladného postoja k mediálnym produktom, ktoré poskytujú pozitívne hodnotové orientácie pre život človeka a vyberať si takéto pre svoj konzum,
- k odmietaniu mediálnych obsahov odporujúcim etickým normám, ktoré prinášajú deformovaný pohľad na hodnoty a ohrozujú či škodia jeho osobnostnému vývinu (nerešpektujú právo človeka na ochranu jeho intimity, propagujú násilie ako normálnu a akceptovateľnú formu riešenia medziľudských a spoločenských konfliktov),
- k eliminácii negatívnych mediálnych vplyvov na svoju osobnosť zodpovedným prístupom k nim,
- k uvedomeniu si hodnôt vlastného života a zodpovednosti za jeho naplnenie,
- k schopnosti dokázať si zvoliť zodpovedajúce médium ako prostriedok pre naplnenie svojich potrieb – od získavania informácií a vzdelávania až po zmysluplné naplnenie voľného času.

### **Uvedené ciele možno dosiahnuť dvoma konatívnymi cestami:**

- kritickou analýzou médií, t. z. interpretáciou mediálnych obsahov,
- mediálnou produkciou ( vytváraním vlastných mediálnych produktov : školského – triedneho časopisu, rozhlasovej relácie, videoprojekcie a pod.).

**Obsah mediálnej výchovy**, ako prostriedok dosiahnutia jej cieľov, pozostáva z piatich tematických oblastí:

- médiá v súčasnom svete (druhy a funkcie médií a masmédií),
- druhy (typy) mediálnych produktov,
- mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka, tzn. vplyv televízie (filmy, reality show, spravodajstvo, reklama), rozhlasu, novín, časopisov, internetu atď.,
- etika v médiách (bulvarizácia médií),
- mediálna produkcia (tvorba mediálnych produktov).

**Ciele a obsah mediálnej výchovy** v nižšom sekundárnom vzdelávaní smerujú k tomu, že absolvent tohto stupňa:

- si vie uvedomiť význam a vplyv médií vo svojom živote a v spoločnosti,
- dokáže rozlíšiť pozitíva a negatíva využívania a vplyvu médií a ich produktov,
- vie rozpoznať mediálne spracovanú realitu a odhaliť manipulatívne prvky v mediálnych komunikátoch,
- dokáže zodpovedne využívať médiá na komunikáciu a na vytváranie mediálnych produktov. (Podrobnejšie pozri Metodické odporúčania k napĺňaniu cieľov prierezovej témy mediálna výchova).<sup>4</sup>

Pri reflexii cieľov a obsahu mediálnej výchovy, ako východiska jej integrácie do vyučovania etickej výchovy je potrebné zohľadniť viaceré faktory. Sú to hlavne súčasné spoločenské podmienky a špecifiká vývinového obdobia staršieho školského veku. V období dospievania je totiž pre mladého človeka o. i. charakteristické, že pochybuje o existencii objektívnej pravdy, zdôrazňuje subjektívnu interpretáciu faktov, rád uniká z reality a objavuje priestor za jej hranicami, neverí v možnosť objektívneho posúdenia skúseností, histórie a poučenia sa z nich. Pre pubescentov a adolescentov sú významné ich „vzory“, ktoré sú najviac ovplyvnené médiami. „Mladý človek inšpiráciu a vzor nachádza v mediálnych hviezdach, už menej v rodičoch a učiteľoch. Riziko mediálnych vzorov je v imitácii a napodobňovaní mladými ľuďmi a deťmi. To, aké hodnoty, hodnotový systém, postoje sú imitované, sa prejaví v ich konaní a správaní.“ (Fekete, 2009, s. 31). Téma mediálnych vzorov by preto podľa nášho názoru mohla byť ťažiskovou v každej téme obsahu etickej výchovy.

---

<sup>4</sup> Dostupné na: <[http://www.statpedu.sk/sites/default/files/nove\\_dokumenty/ucebnice-metodiky-publikacie/medialna\\_vychova\\_odporucane\\_vystupy.pdf](http://www.statpedu.sk/sites/default/files/nove_dokumenty/ucebnice-metodiky-publikacie/medialna_vychova_odporucane_vystupy.pdf)>.

#### 4 Implementácia obsahu mediálnej výchovy do etickej výchovy

Na záver uvádzame obsah etickej výchovy podľa tém vymedzených vo vzdelávacom štandarde a k nemu alternatívne navrhované témy mediálnej výchovy.

**Tabuľka:** Implementácia obsahu mediálnej výchovy do obsahového štandardu etickej výchovy (alternatívny návrh spracovala Poláková)

Obsahový štandard v etickej výchove	Implementované témy mediálnej výchovy
Otvorená komunikácia.	Elektronická (e-) komunikácia prostredníctvom: telefónu (rozhovor, SMS), e-mail, on-line (čety, facebook) formy a prostriedky zdieľania informácií, názorov, pocitov...
Poznanie a pozitívne hodnotenie seba.	Hodnotenie vlastnej e-komunikácie (vyjadrujem sa odlišne ak sa rozprávam osobne, telefonujem, posielam e-mail, četujem... )
Poznanie a pozitívne hodnotenie iných.	Hodnotenie e-komunikácie iných.
Tvorivosť v medziľudských vzťahoch.	Tvorivé nápady, ich zdieľanie pomocou vlastnej prezentácie, vytvoreným letákom, inzerátom, triednym časopisom.
Ochrana prírody a životného prostredia.	Etické aspekty ochrany prírody. Poznávanie tlačených aj on-line časopisov s témou ochrany prírody. Vytvorenie posteru na tému ochrany prírody.
Identifikácia a vyjadrovanie citov.	Formy a spôsoby vyjadrovania citov v e-komunikácii.
Kognitívna a emocionálna empatia.	Mediálne zdroje o živote detí rôznych národností a sociálnych skupín.
Asertívne správanie.	Komunikácia s „nadriadenými“ ak chcem založiť časopis, video-štúdio...asertívne komunikačné stratégie.
Pozitívne vzory správania v histórii a v literatúre.	Film ako zdroj informácií o živote v minulosti, filmy o významných osobnostiach. Tlačené médiá- zdroje informácií o národných hrdinoch.
Pozitívne vzory v každodennom živote.	Význam médií v každodennom živote, moje mediálne (literárne, filmové, športové...) vzory. Celebrity, mediálne hviezdy.
Prosociálne správanie.	Medializované prípady ľudí v núdzi – ako pomôcť?

Objavovanie vlastnej jedinečnosti a identity.	Osobná identifikácia/ moja „značka“ na sieti.
Byť sám sebou, vedieť obhájiť svoje práva a názory.	Odolávam hejterom, viem sa brániť kyberšikane.
Prosociálnosť ako prvok vlastnej identity.	Vytvorenie koláže charakteristiky vlastného JA (ako som pomohol ....).
Rodina, v ktorej žijem - etické aspekty rodinných vzťahov.	Vytvorenie mediálnej prezentácie „Moja rodina“, môj vzor z rodinného prostredia.
Etické aspekty integrovania sexuálnej zrelosti do kontextu osobnosti.	Televízne dovoľené/ nedovoľené programy pre deti a mládež (kritériá zaraďovania, označovanie), sexualita vo filmoch.
Vzťah k chorým, starým, zdravotne a sociálne znevýhodneným ľuďom.	Vytvorenie mediálnej správy ( textovej, obrazovej, zvukovej, príp. multimedialnej) vyzývajúcej na pomoc konkrétnemu človeku/dieťaťu v núdzi.
Zdroje etického poznania ľudstva, etika a náboženstvá	Mediálne zdroje – hľadanie vysoko morálnych osobností, svätých – pozitívne vzory, národní hrdinovia, hrdinovia z televíznej obrazovky.
Život, telesné a duševné zdravie ako etická hodnota.	Propagujeme zdravý životný štýl: vytvorenie reklamy.
Ekonomické hodnoty a etika.	Mediálne propagujem svoju firmu, etika marketingu a reklamy.
Dobré meno a pravda ako etické hodnoty. Prehlbovanie komunikačných spôsobilostí.	Hodnotenie mediálnych komunikátov z hľadiska pravdivosti. Možnosti a spôsoby overovania pravdivosti.
Zdravý životný štýl.	Videozáznam z podujatia o zdravom životnom štýle, športovej aktivite, výžive....
Závislosti.	Závislosť na informáciách z internetu, fejsbuková závislosť.
Masmediálne vplyvy.	Konzumácia médií alebo selektívny výber?

Z analýzy cieľov a obsahu etickej výchovy je zrejmé, že ide o náročný systém, ktorý sa prispôbuje spoločenskému vývoju v súlade so všeobecnými cieľmi výchovy a vzdelávania. **Domnievame sa, že v tomto systéme je možné výchovu k mediálnej gramotnosti realizovať v každej vyučovacej téme etickej výchovy.**

## LITERATÚRA

- 10 kompetencií mediálnej gramotnosti. [online]. [cit. 2016-04-19]. Dostupné na: <<http://www.statpedu.sk/clanky/ucebnice-metodiky-publikacie-odborne-informacie/odborne-informacie>>.
- BALÁŽOVÁ, E. 2014. Médiá vo vzdelávaní. Žilina: EDIS-vydavateľstvo ŽU. ISBN 978-80-554-0952-8.
- BIZÍKOVÁ, E. 2016. „Škola, učiteľ/ka a mediálna výchova“ Analýza výsledkov dotazníkového prieskumu. Bratislava: ŠPÚ. 13 s. [online]. [cit. 2016-04-28]. Dostupné na: <<http://www.statpedu.sk/clanky/vyskumne-ulohy-experimentalne-overovania/vyskumne-ulohy>>.
- FEKETE, M. 2009. Vplyv médií na vývoj detí a mládeže. In *Mládež a spoločnosť*, roč. 15, 2009, č. 4, s. 28 – 32. ISSN 1335-1109.
- FRIDRICHOVÁ, P. 2011. Analýza kurikula etickej výchovy v Štátnom vzdelávacom programe Slovenskej republiky. In VALICA, M. a kol. 2011. *Modely výučby etickej výchovy a kompetenčného profilu učiteľa etickej výchovy*. Banská Bystrica: Pedagogická fakulta UMB, 2011, s. 60 – 75. ISBN 978-80-557-0326-8.
- FRIDRICHOVÁ, P. 2012. *Komplexná prosociálnosť v etickej výchove*. Banská Bystrica: Pedagogická fakulta UMB. ISBN 978-80-557-0353-4.
- Charakteristika centra. [online]. [cit. 2016-04-28]. Dostupné na: <<http://www.medialnavychova.sk>>.
- KAČINOVÁ, V., KOLČÁKOVÁ, V. 2013. Stav výučby mediálnej výchovy na slovenských základných školách. In *Pedagogické rozhľady*, roč. 22, 2013, č. 4 – 5, s. 22 – 24. ISSN 1335-0404.
- Kľúčové kompetencie. [online]. [cit. 2016-05-01]. Dostupné na: <<http://www.statpedu.sk/clanky/projekty-projekt-keyconet/klucove-kompetencie>>.
- Koncepcia mediálnej výchovy v Slovenskej republike v kontexte celoživotného vzdelávania. Bratislava: Ministerstvo kultúry a cestovného ruchu SR, 2009. [online]. [cit. 2016-04-22]. Dostupné na: <<http://www.culture.gov.sk/media-audiovizia/koncepcia-medialnej-vychovy>>.
- MEYROWITZ, J. 2006. *Všude a nikde: Vliv elektronických médií na sociální chování*. Praha: Karolinum. ISBN 80-246-0905-3.
- MORAVČÍKOVÁ, E. 2013. *Vybrané megatrendy v súčasnej mediálnej zábave*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa. ISBN 978-80-558-0533-7.

- PETRANOVÁ, D. 2011. Rozvíja mediálna výchova v školách kritické kompetencie žiakov?  
Dostupné na: [http://www.communicationtoday.sk/wp-content/uploads/CT-1\\_2011-51.pdf](http://www.communicationtoday.sk/wp-content/uploads/CT-1_2011-51.pdf)
- POLÁKOVÁ, E. 2011. Mediálne kompetencie. Úvod do problematiky mediálnych kompetencií. Vranov nad Topľou: Elibrol. ISBN 978-80-89528-02-8.
- PORUBSKÝ, Š. 2012. Terminologické poznámky k interpretácii pojmov gramotnosť a kompetencie. In Transformácia vysokoškolského vzdelávania učiteľov v kontexte reformy regionálneho školstva. (2012, s. 59 – 61). [online]. [cit. 2016-04-21]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/att/1903.pdf>.
- POSTMAN, N. 2010. Ubavit se k smrti. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-2206-4.
- SLAVÍKOVÁ, N. 2013. Quo vadis mediálna gramotnosť? In Pedagogické rozhľady. roč. 22, 2013, č. 4 – 5, s. 2 – 8. ISSN 1335-0404.
- Štátny vzdelávací program Etická výchova (Vzdelávacia oblasť: Človek a hodnoty) Príloha ISCED 2. Bratislava : ŠPÚ, 2015. [online]. [cit. 2016-05-05]. Dostupné na: <http://www.statpedu.sk/clanky/inovovany-statny-vzdelavaci-program-inovovany-svp-pre-2stupen-zs/clovek-hodnoty>.
- Štátny vzdelávací program Mediálna výchova (Prierezová téma): Príloha ISCED 2. [online]. [cit. 2016-05-02].  
Dostupné na: [http://www.statpedu.sk/sites/default/files/dokumenty/statny-vzdelavaci-program/medialna\\_isced2.pdf](http://www.statpedu.sk/sites/default/files/dokumenty/statny-vzdelavaci-program/medialna_isced2.pdf).
- Štátny vzdelávací program. Nižšie stredné vzdelávanie – 2. stupeň základnej školy. Bratislava: ŠPÚ, 2015. [online]. [cit. 2016-04-21]. Dostupné na:  
[http://www.statpedu.sk/sites/default/files/dokumenty/inovovany-statny-vzdelavaci-program/svp\\_nsv\\_6\\_2\\_2015.pdf](http://www.statpedu.sk/sites/default/files/dokumenty/inovovany-statny-vzdelavaci-program/svp_nsv_6_2_2015.pdf)
- The European Charter for Media Literacy. [online]. [cit. 2016-04-12]. Dostupné na: <http://www.euromedialiteracy.net/>.
- Učebné osnovy pre prvý až piaty ročník základnej deväťročnej školy. 1960. Bratislava: SPN. 140 s.
- VRABEC, N. 2013. Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. ISBN 978-80-8105-498-3.



## II. NÁVRH OBSAHU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY VO VYUČOVACOM PREDMETE ETICKÁ VÝCHOVA

**Mediálnu výchovu (MV) ako prierezovú tému** možno zaradiť do ŠVP ako:

- integrálnu súčasť obsahu vybraných vzdelávacích oblastí (jazyk a komunikácia, umenie a kultúra...),
- samostatný predmet ( východiskom sú experimentálne overené učebné osnovy pre 5. – 9. ročník základných škôl a 1. – 4. ročník osemročných gymnázií a majú odporúčajúci charakter),
- alternatívnu formu vyučovania ( kurz, seminár, projekt ).

**Obsahový štandard mediálnej výchovy**, vychádza (z už vyššie uvedených) tematických oblastí:

- médiá v súčasnom svete (druhy a funkcie médií a masmédií),
- druhy (typy) mediálnych produktov,
- mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka, tzn. vplyv televízie (filmy, reality show, spravodajstvo, reklama), rozhlasu, novín, časopisov, internetu atď.,
- etika v médiách (bulvarizácia médií),
- mediálna produkcia (tvorba mediálnych produktov).

Pričom aj v obsahu na tomto stupni vzdelávania treba v teórii mediálnej výchovy vychádzať z toho, že relevantné poznatky sú transdisciplinárneho charakteru (čerpáme z pedagogiky, psychológie, masmediálnych štúdií a iných odborov).

Obsah učiva mediálnej výchovy má byť v súlade rovnako s obsahovým štandardom ET ako aj MV uvedenými v Štátnom vzdelávacom programe, môže byť však tvorivo upravovaný, prispôbený konkrétnym vzdelávacím podmienkam školy/triedy.

### **Alternatívne navrhujeme túto štruktúru**

#### **5. ročník:**

Otvorená komunikácia – rôzne druhy a formy mediálnej komunikácie, etika komunikácie v mediálnom prostredí.

Poznanie a pozitívne hodnotenie seba a iných – interpretácia veku primeraných mediálnych obsahov.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch – tvorba seba-prezentačného mediálneho komunikátu (využitie rôznych mediálnych prostriedkov).

Etické aspekty ochrany prírody - mediálne kampane na ochranu prírody.

## **6. ročník:**

Identifikácia a vyjadrovanie citov – rôzne druhy médií, rozdielne formy a grafické prostriedky na vyjadrovanie pocitov v e-komunikácii, výrazové prostriedky v časopisoch, komixoch.

Pozitívne vzory v každodennom živote – mediálne vzory v športe, hudbe, filme...

Prosociálne správanie – možnosti pomoci „iným“ v krízových situáciách prostredníctvom médií.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch - tvorba inzerátu, plagátu s výzvou na podporu znevýhodnených ľudí.

## **7. ročník:**

Byť sám sebou, vedieť obhájiť svoje práva a názory v e-komunikačnom prostredí.

Kognitívna a emocionálna empatia, asertivita – mediálne správy o sociálne znevýhodnených ľuďoch.

Etické aspekty vzťahov vo vlastnej rodine – tvorba reportáže o „rodinnom príslušníkovi“.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch - tvorba mediálneho produktu s výzvou na pomoc človeku/ľuďom v núdzi.

## **8. ročník:**

Dobré meno a pravda ako etické hodnoty – interpretácia mediálnych obsahov, mediálne stereotypy, predsudky.

Zdroje etického poznania ľudstva – mediálne zdroje, historické, súčasné.

Etické hodnoty a problémy spoločnosti – mediálne vzory konzumnej spoločnosti „celebrity“

Etika a ekonomické hodnoty - význam médií v procese globalizácie, etika mediálnej reklamy.

## **9. ročník:**

Prehlbovanie komunikačných spôsobilostí: vlastná mediálna tvorba - samostatný projekt a realizácia vybraného mediálneho produktu.

Masmediálne vplyvy – mediálna manipulácia, internetové závislosti, kyberšikana.

**Pri implementácii tém mediálnej výchovy do obsahu etickej výchovy sa odporúča zamerať sa na plnenie stanovených hlavných cieľov mediálnej výchovy a tie si tvorivo prispôbiť.**

### **Hlavný cieľ MV:**

Naučiť žiakov kriticky analyzovať a reflektovať činnosť médií a zapojiť ich do tvorby mediálnych komunikátov rozličných typov.

### **Čiastkové ciele:**

Zabezpečiť, aby žiaci získali prehľad o mediálnom priemysle, tímovej práci v médiách, o možnostiach vizuálneho myslenia, projektovania, riadenia, o rôznych mediálnych formách prezentácie a pod.

Rozvíjať u žiakov tvorivé schopnosti prostredníctvom slovného, grafického a audiovizuálneho prejavu.

Prehlbovať kritické myslenie žiakov v percepcii mediálnych obsahov tak, aby žiaci vedeli hodnotiť a selektovať mediálne produkty z hľadiska potrieb svojho veku.

**Mediálnu výchovu (MV) ako prierezovú tému** možno zaradiť do ŠVP ako:

- integrálnu súčasť obsahu vybraných vzdelávacích oblastí ( jazyk a komunikácia, umenie a kultúra...)

- samostatný predmet ( východiskom sú experimentálne overené učebné osnovy pre 5. – 9. ročník základných škôl a 1. – 4. ročník osemročných gymnázií a majú odporúčajúci charakter)

- alternatívnu formu vyučovania ( kurz, seminár, projekt ).

**Obsahový štandard mediálnej výchovy**, vychádza (z už vyššie uvedených) tematických oblastí:

- médiá v súčasnom svete (druhy a funkcie médií a masmédií),
- druhy (typy) mediálnych produktov,
- mediálna realita a jej účinky na osobnosť človeka, tzn. vplyv televízie (filmy, reality show, spravodajstvo, reklama), rozhlasu, novín, časopisov, internetu atď.,
- etika v médiách (bulvarizácia médií),
- mediálna produkcia (tvorba mediálnych produktov).

Pričom aj v obsahu na tomto stupni vzdelávania treba v teórii mediálnej výchovy vychádzať z toho, že relevantné poznatky sú transdisciplinárneho charakteru (čerpáme z pedagogiky, psychológie, masmediálnych štúdií a iných odborov).

Obsah učiva mediálnej výchovy má byť v súlade rovnako s obsahovým štandardom ET ako aj MV uvedenými v Štátnom vzdelávacom programe, môže byť však tvorivo upravovaný, prispôsobený konkrétnym vzdelávacím podmienkam školy/triedy.

### **Alternatívne navrhujeme túto štruktúru**

#### **5. ročník:**

Otvorená komunikácia – rôzne druhy a formy mediálnej komunikácie, etika komunikácie v mediálnom prostredí.

Poznanie a pozitívne hodnotenie seba a iných – interpretácia veku primeraných mediálnych obsahov.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch – tvorba seba-prezentačného mediálneho komunikátu (využitie rôznych mediálnych prostriedkov).

Etické aspekty ochrany prírody - mediálne kampane na ochranu prírody.

#### **6. ročník:**

Identifikácia a vyjadrovanie citov – rôzne druhy médií, rozdielne formy a grafické prostriedky na vyjadrovanie pocitov v e-komunikácii, výrazové prostriedky v časopisoch, komiksoch.

Pozitívne vzory v každodennom živote – mediálne vzory v športe, hudbe, filme...

Prosociálne správanie – možnosti pomoci „iným“ v krízových situáciách prostredníctvom médií.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch - tvorba inzerátu, plagátu s výzvou na podporu znevýhodnených ľudí.

#### **7. ročník:**

Byť sám sebou, vedieť obhájiť svoje práva a názory v e-komunikačnom prostredí.

Kognitívna a emocionálna empatia, asertivita – mediálne správy o sociálne znevýhodnených ľuďoch.

Etické aspekty vzťahov vo vlastnej rodine – tvorba reportáže o „rodinnom príslušníkovi“.

Tvorivosť v medziľudských vzťahoch - tvorba mediálneho produktu s výzvou na pomoc človeku/ľuďom v núdzi.

#### **8. ročník:**

Dobré meno a pravda ako etické hodnoty – interpretácia mediálnych obsahov, mediálne stereotypy, predsudky.

Zdroje etického poznania ľudstva – mediálne zdroje, historické, súčasné.

Etické hodnoty a problémy spoločnosti – mediálne vzory konzumnej spoločnosti „celebrity“.

Etika a ekonomické hodnoty - význam médií v procese globalizácie, etika mediálnej reklamy.

#### **9. ročník:**

Prehľbovanie komunikačných spôsobilostí: vlastná mediálna tvorba - samostatný projekt a realizácia vybraného mediálneho produktu.

Masmediálne vplyvy – mediálna manipulácia, internetové závislosti, kyberšikana.

**Pri implementácii tém mediálnej výchovy do obsahu etickej výchovy sa odporúča zamerať sa na plnenie stanovených hlavných cieľov mediálnej výchovy a tie si tvorivo prispôbiť.**

#### **Hlavný cieľ MV:**

Naučiť žiakov kriticky analyzovať a reflektovať činnosť médií a zapojiť ich do tvorby mediálnych komunikátov rozličných typov.

#### **Čiastkové ciele:**

Zabezpečiť, aby žiaci získali prehľad o mediálnom priemysle, tímovej práci v médiách, o možnostiach vizuálneho myslenia, projektovania, riadenia, o rôznych mediálnych formách prezentácie a pod.

Rozvíjať u žiakov tvorivé schopnosti prostredníctvom slovného, grafického a audiovizuálneho prejavu.

Prehľbovať kritické myslenie žiakov v percepcii mediálnych obsahov tak, aby žiaci vedeli hodnotiť a selektovať mediálne produkty z hľadiska potrieb svojho veku.

### **III. METODICKÉ ODPORÚČANIA A ALTERNATÍVNE NÁVRHY PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM Z OBSAHU MEDIÁLNEJ VÝCHOVY**

#### **5. ROČNÍK - Tematický okruh v ETV - implementácia vybranej témy MV**

##### **1. Otvorená komunikácia – etika komunikácie v mediálnom prostredí**

- Komunikácia a komunikačný jazyk v médiách.
- Rôzne druhy médií, charakteristika, funkcie.
- Príčiny komunikačných šumov a prekážok pri audiovizuálnom, a elektronickom auditívnom dorozumívaní.
- Komunikácia prostredníctvom médií (telefonický rozhovor, SMS, MMS, e-mail, chat)
- Internet - tvoj dobrý sluha, ale zlý pán (výhody a nebezpečenstvá internetovej komunikácie).

##### **2. Poznanie a pozitívne hodnotenie seba a iných – ja a médiá**

- Hodnotenie vlastnej e-komunikácie (vyjadrujem sa odlišne ak sa rozprávam osobne, telefonujem, posielať e-mail, čítam?).
- Etické zásady mediálnej a e- komunikácie (základné pravidlá netikety).
- Interpretácia veku primeraných obsahov (komixy).

##### **3. Tvorivosť v medziľudských vzťahoch**

- Mediálna tvorba, špecifiká podľa druhu média.
- Sebaprezentácia: čo by mali spolužiaci o mne vedieť (využitie rôznych mediálnych prostriedkov).
- Tvorba prezentácie svojho nápadu prostredníctvom plagátu, inzerátu.

##### **4. Etické aspekty ochrany prírody - mediálne kampane na ochranu prírody**

- Zobrazovanie ekologických havárií v spravodajstve TV, rozhlase, novinách.
- Ako chrániť prírodu v mojom okolí (v meste kde bývam, u príbuzných, ktorí bývajú na vidieku...) - vytvorenie prezentácie a jej zdieľanie medzi priateľmi.
- Diskusia na sociálnej sieti – šírenie overenej informácie (príklad dobrej praxe) o ochrane prírody.

#### **UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM, 5. ROČNÍK**

##### **1. OTVORENÁ KOMUNIKÁCIA**

Komunikácia prostredníctvom rozličných médií, rozdiely v komunikačnom jazyku v rôznom prostredí (telefonický rozhovor, SMS, MMS, e-mail, čítam), pozitíva a negatíva elektronickej komunikácie.



**Všeobecný cieľ:** Žiaci vedia kriticky zhodnotiť pozitíva a negatíva jednotlivých druhov elektronickej komunikácie v porovnaní s priamou sociálnou komunikáciou.

**Kognitívny cieľ:** Poznať a osvojiť si základné výrazové prostriedky rôznych foriem e-komunikácie. Vedieť identifikovať pozitíva a negatíva rôznych druhov e-komunikácie. Vedieť kde sa dá nájsť pomoc pri kybernebezpečnosti.

**Afektívny cieľ:** Pozitívne prijímať a empaticky reagovať na komunikáciu v rôznom elektronickej prostredí.

**Konatívny cieľ:** Realizovať priateľský, empatický spôsob elektronickej komunikácie cez telefón, četa a e-mail.

### **Poznáme základné formy elektronickej komunikácie?**

Učiteľ podľa konkrétnej situácie, vedomostí žiakov, upresní, doplní, príp. vysvetlí nejasné pojmy.

### **Formy elektronickej (e)komunikácie**

**BLOG** sú to publikované názory, myšlienky, skúsenosti, dojmy na internete. Blogy môžu byť verejné i súkromné.

**FÓRUM:** *otvorená diskusia*, miesto, kde môže každý vyjadrovať svoj názor. Internetové fóra niekedy vyžadujú registráciu, pre možnosť pridania príspevku. Fóra sú založené pre určitú záujmovú skupinu, kde si ľudia vymieňajú poznatky, znalosti, skúsenosti, aby si pomohli.

**ČET:** je interaktívny spôsob písomnej komunikácie dvoch alebo viacerých ľudí súčasne v reálnom čase prostredníctvom počítačovej siete. Pomocou nej môžeme zároveň poslať prílohy (textové súbory, obrázky, video súbory,

Čety podľa spôsobu komunikácie môžeme rozdeliť na:

- **Čet cez instant Messenger (Skype, ICQ, atď.),** čiže program na prácu so správami. Ak chcú dvaja alebo viacerí ľudia komunikovať, musia ho mať nainštalovaný vo svojom počítači.

- **Webčtet (4ever.sk, pokec.azet.sk, fun-online.sk atď)**, na ktorý by mal stačiť len internetový prehliadač, prípadne sa vyžaduje nainštalovanie nejakého pluginu, podpora javy a pod. Webčtet zvykne byť rozdelený do rôznych záujmových kategórií, tzv. miestností. Užívateľ si môže dokonca vytvoriť aj svoju vlastnú miestnosť a vstup do nej povoliť všetkým alebo len vybraným ľuďom.

Rozdiel medzi nimi je v bezpečnosti. Prenos správ pomocou webčtetu nie je šifrovaný, informácie by mohli byť ľahko zneužitú.

**Mobilné aplikácie** sú programy pre tzv. inteligentné mobilné telefóny (smartphony). V súčasnosti sú na Slovensku rozšírené 3 hlavné platformy pre inteligentné telefóny - iOS (pre iPhone, iPod a iPad), Android a BlackBerry. Tieto aplikácie si používatelia sťahujú a inštalujú priamo do svojich telefónov, ako samostatný program. Účel mobilných aplikácií môže byť rôznorodý od jednoduchých hier určených na relax a zábavu, cez aplikácie zamerané na interakciu, komunikáciu medzi používateľmi až po nakupovanie cez mobil.

#### **Aplikácie pre hromadnú i súkromnú komunikáciu.**

Oblúbená sociálna sieť Facebook má aj samostatnú oficiálnu aplikáciu Facebook Messenger. Pri používaní Facebook Messenger používateľa nič nerozptyľuje a komunikácia je jednoduchšia oproti iným nástrojom( napr. IM + ) ,

**Instant messaging (IM)** je nástroj/program, ktorý umožňuje komunikáciu v reálnom čase a to cez počítač, alebo mobilné zariadenie. Takýchto programov je viac, napr. Facebook čet (messenger), Skype či Whatsapp. (Zdroj: [http://it-slovník.cz/pojem/instant-messaging/?utm\\_source=cp&utm\\_medium=link&utm\\_campaign=cp](http://it-slovník.cz/pojem/instant-messaging/?utm_source=cp&utm_medium=link&utm_campaign=cp))

**Whatsapp** používateľom ponúka možnosť komunikovať navzájom zdarma. Možno ju považovať za akúsi bezplatnú náhradu SMS a MMS správ. Užívateľom stačí im, ak majú vo svojom smartfóne internet a so svojimi známymi si môžu posilať textové správy, rôzny multimedialny obsah a po novom už aj telefonovať zdarma. Patrí ale medzi najnebezpečnejšie aplikácie. Hneď pri inštalácii si aplikácia žiada prístup ku všetkým ich kontaktom, miestam, kde sa nachádzajú, textovým správam, fotkám, videám, kamere, mikrofónu, iným súborom v telefóne, zapnutým aplikáciám, bezdrôtovému pripojeniu či dokonca totožnosti majiteľa telefónu a mnohým ďalším. (viac na: <https://podnikam.webnoviny.sk/aj-vy-pouzivate-whatsapp-dajte-velky-pozor-co-tuto-aplikaciju-riesite/#sthash.uNWAPAtM.dpuf>)

**Snapchat** (pôvodne **Picaboo**) je aplikácia založená na okamžitom posielaní, ale krátkom „podržaní“ (hneď sa aj maže) fotografií.

**Instagram** - pôvodne voľne dostupná aplikácia najmä pre platformu iOS (Apple) a Android, ktorá svojim používateľom umožňuje zdieľanie fotografií. Dnes je to oblúbená sociálna sieť.

### **AKTIVITA 1: Získaj kamaráta**

#### **Metodické usmernenie:**

Pred samotnou aktivitou realizujeme krátku besedu o tom, či sa správame rovnako, keď komunikujeme tvárou v tvár alebo cez elektronické médiá. Diskusia má smerovať k tomu, že ak neurážame ľudí v priamej komunikácii, tak by sme to nemali robiť ani na internete.

#### **Realizácia:**

Učiteľ má na papieroch pripravenú urážlivú komunikáciu na sieti medzi Sašou a Adamom. Rozdelí žiakov do dvojíc, rozdá im papiere a usmerní žiakov, aby čítali dialóg, vžili sa do

predstavovaných osôb a premýšľali o tom, ako by sa v takejto situácii cítili oni. Potom im premietne video <http://mbn.rmzk.sk/wp-content/uploads/2015/05/nehejtuj.mp4>

**Reflexiu** dosiahne učiteľ kladením otázok:

1. Ako sa cítila Saša, keď ju Adam na fóre urazil?
2. Ako sa cítil Adam, keď zistil, že Saša je dievča, ktorú urážal na internete? Prečo preňho bolo ťažké komentár znovu prečítať?
3. Na konci videa si videl/a slogan „Add Friend, získaj kamaráta”. Čo si pod tým názvom predstavíš?

## **AKTIVITA 2: Internet – tvoj dobrý sluha, ale zlý pán**



### **Metodické usmernenie:**

Túto tému zaradíme do vyučovania čo najčastejšie vo všetkých vyučovacích ročníkoch, pričom postupujeme špirálovitým zvyšovaním náročnosti na stanovené ciele. Žiaci nakoniec získajú zručnosť vyhľadať pomoc a brániť sa rôznym internetovým hrozbám.

Pri tejto téme využívame ukážky, texty, videá publikované na webových stránkach, pričom si vyberáme podľa zásady veku primeranosti a aktuálnej situácie v triede :

[ovce.sk](http://ovce.sk) [kybersikanovanie.sk](http://kybersikanovanie.sk) [www.cyberhelp.eu](http://www.cyberhelp.eu) [www.stopline.sk](http://www.stopline.sk)

Prehľad zdrojov o rizikách a nevýhodách sociálnych sietí môžeme nájsť napr. na:

<http://internetove-socialne-siete.webnode.cz/zdroje/>

### **Cieľom všetkých aktivít je:**

- Aby žiaci rozumeli tomu, čo je kyberšikanovanie a vedeli rozoznávať prejavy kyberšikanovania.
- Aby chápali, že kyberšikanovanie môže poznačiť životy ľudí.
- Naučiť žiakov, ako sa na internete správať zodpovednejšie, aby ochránili seba a neublížili iným.
- Naučiť ich ako sa vyhnúť neželaným situáciám na internete a ako k nim neprispievať.
- Pochopiť, že nevyriešené konflikty sa môžu stať zárodkom kyberšikanovania.
- Aby žiaci vedeli ako postupovať, alebo kam sa obrátiť o pomoc v prípade, ak sa stanú obeťou alebo svedkami kyberšikanovania.



**Pomôcky:** PC (tablet) pripojenie na internet, mobilný telefón.

**Metódy:** riadená diskusia, práca v skupinách, didaktické hry.

### **Realizácia:**

Začíname diskusiou o výhodách a nebezpečenstvách, ktoré súvisia s využívaním rôznych druhov e-komunikácie (telefonický rozhovor, SMS, MMS, e-mail, chat), žiaci hovoria o svojich vlastných skúsenostiach, interpretujú doterajšie svoje poznatky. Potom žiaci pracujú v skupinách tak, že vytvárajú mapu výhod a mapu nevýhod/nebezpečenstiev, následne sa vytvorí spoločná mapa všetkých uvádzaných výhod a nevýhod, pričom učiteľ doplní tie, na ktoré žiaci zabudli.

**Uvádzame a často opakujeme najmä komunikačné kanály, na ktorých môžu nájsť žiaci pomoc pri akomkoľvek type kyberšikany.**

**Zdroj:** <http://www.pomoc.sk/>

### **TELEFÓNNA LINKA**

nonstop bezplatná telefonická  
pomoc na čísle **116 111**

### **ČET**

Online čet s operátorom  
v čase od **14:00 do 23:30**



(Čet zabezpečuje od 14:00 do 16:00 Linka detskej dôvery a od 16:00 do 23:30 Linka detskej istoty)

### **EMAIL**

konzultácie pomocou emailu  
[potrebujem@pomoc.sk](mailto:potrebujem@pomoc.sk)



### **Možné hrové alternatívy:**

a) Žiaci v dvojiciach rolu agresora a šikanovaného (následne sa vymenia) cez rozličné médiá-telefón, čet, sociálnu sieť.. a po skončení vyjadrujú svoje pocity ako sa cítili. Nasleduje spoločná diskusia v triede o tom, ako sa brániť.

b) Skupinka žiakov zahrá divadlo, v ktorého dej vychádza z toho, že väčšia skupina šikanuje 2 -3 kamarátov, pričom v skupine agresorov bude jeden žiak hrať „obrancu“, ktorý so šikanovaním nesúhlasí a v skupinke šikanovaných bude jeden hrať „poučeného“, ktorý sa vie efektívne brániť.

**Záverečná reflexia:** Ako som/sme sa cítili? Čo mám robiť aby som sa ubránil?

**Pri práci so žiakmi, pri prevencii šikany/kyberšikany môžeme postupovať podľa návodu uvedeného na:**

<http://www.prevensiasikanovania.sk/?mod=pedagogovia--teoria-sk--ucenie-o-sikanovani-a-praca-so-ziakmi>

**Nižšie uvádzame základné pravidlá realizácie cvičení, ktoré môžete nájsť na uvedenej stránke:**

**Cieľom** je stanoviť základné pravidlá pre žiakov/čky a povzbudiť deti, aby otvorene o probléme šikanovania hovorili.

**Trvanie:** 40 – 60 minút

**Materiál:** veľký papier a fixky

**V cvičení sa budeme zaoberať:**

stanovením základných pravidiel, ktoré budú užitočné pri celej práci so žiakmi/čkami aby si deti uvedomili, že môžu mať rozličné pocity pri diskutovaní tejto problematiky.

Je dôležité, že otázka pravidiel je diskutovaná prvá, a to kvôli zaisteniu toho, aby sa deti cítili bezpečne a príjemne, keď budú hovoriť o svojich pocitoch.

V závislosti na množstve času, môžete rozdeliť toto cvičenie na dve časti.

### **Základné pravidlá**

Pomocou tohto termínu si vysvetlíme problém šikanovania.

„Niektoré veci, o ktorých budeme rozprávať vás môžu privádzať do rozpakov, alebo môžu byť bolestivé, alebo pre vás smiešne. Chcel/a by som vás poprosiť, aby sme si stanovili základné pravidlá. Keď budeme mať zoznam týchto pravidiel, budeme o nich diskutovať a dohodneme sa na tých, ktoré budeme spoločne dodržiavať. Najprv sa rozdelíme do malých skupín na brainstorming, ale možno by bolo užitočné, ak by som vám dal/a jeden alebo dva príklady, ako by mohli tieto pravidlá vyzeráť.

Asi viete, že budeme rozprávať o probléme šikanovania a vo vašej triede je niekto, kto je buď tyranizátor/ka alebo obeť. Rád/a by som videla také pravidlo, ktoré bude hovoriť o tom, že nebudeme konkrétne menovať ľudí, nebudeme si robiť žarty na cudzí účet a ak sa budeme smiať, nebude to nasmerované priamo na niekoho.

To, o čom som hovoril/a, sa dá preložiť **do dvoch pravidiel.** “

Napíšte na tabuľu:

1. Nezahanbovať ostatných
2. Nerobiť si žarty z niekoho

*Rozhodnite sa ako si rozdelíte žiakov/čky do skupín.*

Teraz vo vlastnej skupinke požiadajte niekoho, aby bol/a váš zapisovateľ/ka. Táto osoba bude písať skupinové nápady na tento veľký papier veľkými písmenami.

Keď skončíte a budete mať napísané vaše nápady na pravidlá, dáme papiere tak, aby každý mohol vidieť, čo každá zo skupín napísala. Budete mať na to asi 5 minút, tak myslite rýchlo a napíšte toľko nápadov, koľko stihnete za ten čas.

Dajte každej skupine papier a fixku.

Môže sa stať, že vaši žiaci/čky budú potrebovať dlhší čas na brainstorming. Keď deti dokončia zoznam pravidiel, dajte ich všetky dokopy ako veľkú skupinu a nech každá skupina prezentuje svoje nápady.

Keď si skupiny povedia o svojich pravidlách, napíšte ich na tabuľu bez komentára. Zvyčajne je lepšie, ak jeden nápad zoberiete z jednej skupiny ďalší z druhej atď. a potom znovu dookola.

**Keď máte zaznamenané všetky pravidlá, dohodnite sa, ktoré sú prijateľné pre všetkých. Príklad - jedna trieda mala nasledujúce pravidlá:**

- nezahanbovať ostatných,
- nezosmiešňovať nikoho,
- dať každému čas na rozprávanie,
- neponižovať,
- čo sa povie na hodine je dôverné,
- podporovať iných,
- nikto nemôže hovoriť dlhšie ako dve minúty,
- nikto sa nebude správať ako hlupák,
- žiadne násilie,
- trieda bude hlasovať o tom, koho pozvať na prednášku,
- učiteľ/ka môže hovoriť s deťmi súkromne, ale nemôže sľúbiť tajnosť tejto informácie, ak si myslí, že dieťaťu hrozí vážne šikanovanie alebo iné podobné problémy (zneužívanie detí). (Toto posledné pravidlo navrhol/la učiteľ/ka, ktorý/á bola ochotná venovať deťom svoj čas. Vy si to musíte rozhodnúť sami.)

Keď sú pravidlá odsúhlasené, vyberte niekoho, kto urobí poster s ich zoznamom, ktorý bude vyvesený v triede.

Mali by ste mať vymyslený a odsúhlasený plán ako postupovať ak niekto poruší pravidlá. Aké následky budú?

### **Pocity**

Druhou úlohou je vysporiadať sa s pocitmi, ktoré sa môžu objaviť pri diskusii o emotívnych témach. Navrhujeme, aby ste požiadali deti, aby sa vrátili naspäť do svojich skupiniek a urobili ďalší zoznam pocitov, ktoré sa môžu objaviť pri rozhovoroch o šikanovaní. Požiadajte ich, aby opäť vytvorili zoznam do 5 minút.

“Opäť sa vrátíme do pôvodných skupiniek na brainstorming o rôznych pocitoch, ktoré sa môžu objaviť pri rozprávaní o určitých veciach. Napr. keď sa budem rozprávať o šikanovaní, niektorí môžu cítiť hnev, iní sa zase strach. Takže existuje mnoho spôsobov, ako reagovať na tieto veci.” Napíšte niektoré z možných pocitov na tabuľu, aby ste im dali ukážku. Potom ich poproste, aby sa vrátili naspäť do skupín a dajte im 5 minút na brainstorming.

Predĺžte čas, ak cvičenie prináša produktívnu diskusiu. Ak skončili, opäť urobte zoznam možných pocitov, zoberte jeden, dve prvé z každej skupiny.

**Zoznam môže vyzerat' aj takto:**

- nahnevaný/á
- zranený/á
- obávajúci/a sa
- šťastný/á
- smutný/á / - znechutený/á
- odpor / - zúrivosť.

Je dôležité urobiť spoločný zoznam, aby žiaci/čky vedeli, že je v poriadku, ak majú takéto pocity a že je to normálne. Usmerní to vašu ďalšiu prácu.

“Sú pocity, ktoré ľudia majú, ak hovoria o niektorých z týchto situácií. Napr. jedna osoba môže byť naštvaná, ak jeho/jej malý brat bol zbitý, iná môže byť šťastná. Je dôležité, keď budeme rozprávať o ďalších veciach, uvedomiť si tieto pocity a rozprávať o nich s niekým. Môžete porozmýšľať o tom, s kým by ste sa chceli o tom porozprávať, ako napr. s dedkom, mamou, otcom, priateľom/kou alebo učiteľom/kou,.....”

Tu sa musíte opäť rozhodnúť, či budete k dispozícii pre žiakov/čky, ak sa budú chcieť s niekým porozprávať. Deti si sami vyberú, s kým sa porozprávajú, ale je dobré vedieť, že učiteľ/ka alebo mladý/á pracovník/čka alebo iný/á dospelý/á im ponúkol možnosť porozprávať sa s ním/ňou ( bez toho, aby ste sľúbili utajenie, ak ide o vážny prípad).

Zoznam pocitov nemusí byť vyvesený. Cieľom je, aby deti hovorili o svojich pocitoch otvorene.

### Zdroje, z ktorých môžete čerpať aj vo vyšších ročníkoch:

Trochu teórie o kyberšikanane na: <http://www.prevenciasikanovania.sk/?mod=odbornici--teoria-sk-sk--sikanovanie-a-kybersikanovanie->

Viac pre učiteľov: <http://www.prevenciasikanovania.sk/?mod=pedagogovia>

Informačné centrum pre mladých: [www.icm.sk](http://www.icm.sk)

**KYBERŠIKANA**  
Nebezpečenstvo v elektronickej podobe

**KYBERŠIKANOVANIE**  
nebezpečenstvo v elektronickej podobe

**ELEKTRONICKÉ ŠIKANOVANIE**  
(cyberbullying)

Na elektronické šikanovanie sú zneužitú nové technológie, predovšetkým internet a mobilný telefón, ktoré poskytujú jedinečné možnosti pre poľudské aktivity. Anonymita, ktorá ponúka internet, uľahčuje túto činnosť a kryje ľudí, ktorých cieľom je útočiť na ostatných užívateľov. Elektronicky násilník (agresor) chce obet zosmeďovať, ponižovať, rozrušiť, zneistiť a vystrašiť.

Pri elektronickom šikanovaní nie je na prvom mieste väčšia fyzická sila agresora a jeho popularita, dôležitou sa stáva schopnosť a spôsobilosť používať počítač, mobil a internet.

Zároveň tohto druhu šikanovania spočíva v tom, že je nepretržite – 365 dní v roku 24 hodín denne a k inkriminujúcim informáciám má prístup veľké množstvo užívateľov internetu a mobilných telefonov.

Nie je už viazané na osobné stretnutie obete a agresora, a tak môže mať oveľa hlbší dosah ako šikanovanie fyzické.

**SĪKANOVANIE**

Nájdeme sa stretnúť s množstvom definícií a opisov šikanovania (anglicky výraz: bullying). Merne sa odlišujú, ale z veľkej časti hovoria o tom istom:

- šikanovanie je zámerne, opakované zneužívanie sily alebo postavenia na trápenie, zámerne prenasledovanie, robenie príkroha,
- šikanovanie pokrýva veľkú škálu vedomých, pretrvávajúcich a nevedomých činov medzi jednotlivcami a skupinami, ktoré sú charakterizované fyzickým, psychologickým, sexuálnym násilím a iným útlakom,
- šikanovanie je dané rozdielnou mocou medzi osobou, ktorá šikanuje a osobou, ktorá je šikanovaná. Ten, kto stabilne šikanuje, si svoju „väčšiu“ moc uvedomuje, a preto to aj využíva.

Šikanovanie je rozšírené najmä medzi mladými ľuďmi. V poslednej dobe sa na toto problematiku začali zameriavať odborníci z celej Európy, pretože čím viac vedomosti a skúsenosti z tejto oblasti bude k dispozícii, tým skôr sa bude dať šikanovaniu predísť.

Tieto činnosti prepadajú väčšinou mladí ľudia, ktorí sa tým, že provokujú ostatných a spôsobujú im útlak, snažia dosiahnuť úsmiech. Šikanujúci (agresor) sa takto snaží zakryť svoju neistotu a strach a získat sebavedomie.

**KDE SA ŠIKANOVANIE ODHŔRVA?**

Vo väčšine prípadov sa šikanovanie berie ako záležitosť. Môže sa odohrávať v školskom prostredí.

Môžeme sa s ním však stretnúť aj na miestach ako napr. nočné kluby, nádrstrieckie kluby, inšpekcia športovníka, pracovníka, cez mobilné telefóny a internet, čerovú miestnosť či email.

**PŘÍKLADY**

- vytvorenie web stránky, ktorá má ponižovať, vystrašiť a zneistiť,
- šírenie obrázkov, upravených fotiek alebo fotiek z príležitostných situácií, ktoré ponúkajú a urážajú,
- zasielanie vystrašujúcich, obscénnych, nenávisťných malov, okamžitých správ, sms,
- obťažovanie, vyhrožovanie alebo zasielanie obscénnych obrázkov prostredníctvom mobilného telefonu,
- vyhrožovanie, zadržovanie alebo obťažovanie v internetových čerových miestnostiach,
- uverejnenie ponížujúcich, urážajúcich videí na internete,
- šírenie nepresných alebo škaredých informácií prostredníctvom mailu, mobilného telefonu a internetu,
- zneužitie identity užívateľa internetu,
- zneistenie dôverných online rozhovorov a získanie informácií na ponižovanie a urážanie.

KYBERŠIKANA - nebezpečenstvo v elektronickej podobe. Prievidza: Informačné centrum mladých ( [www.icm.sk](http://www.icm.sk) ), dostupné na: <http://icm.sk/index.php/stranka/infomaterialy/>



## ŠIKANOVANIE NA ŠKOLÁCH

Metodický materiál pre učiteľov ZŠ

Šikanovanie je prejavom sociálnej patológie, kde hlavným znakom je cieľ niekoho ublížiť. Od jednoduchej agresie sa líši snahou ublížiť druhému a navyše ešte zakať ľubovoľnú odmenu vo svoj prospech.

Akokoľvek **dávate** šikanovaniu by mala obsahovať základné znaky, ako sú:

- Janey úmysel ublížiť druhému, či sú fyzicky alebo psychicky.
- Napri: bitie, strkanie, kadežto pečať a veď, schovávanie a ničenie vecí, ale aj posmievanie, nadšovanie a vylúčenie zo spoločnosti ostatných.
- Útočníkom môže byť jedno dieťa alebo skupina detí (asymetrická agresia).
- Incidenty sa opakujú.
- Jednorazová akcia sa väčšinou za šikanovanie nepovažuje.
- Napomer sú medzi útočníkom a obeťou.

**Prečo sa treba šikanovaniu zaoberať?**

- Deti majú svoje práva
- Šikanovanie môže existovať v každej sociálnej skupine
- Následky šikanovania sú vážne (nepozornosť na vyučovaní, psychosomatické ochorenia, zlékvalito, depresie, úzkostné stavy, pokus o samovraždu)
- Následky môžu byť dlhodobé
- Šikanovanie je prvé postihnuté
- Nevšimavosť nepoškodí útočníkom
- Prevenencia sa skutočne vypláca

**Príznaky prejavu šikanovania**

- dieťa je otvorene prehladané, odmietané a izolované
- posmežné poznámky na adresu dieťaťa, ponižujúca prezyvka, nadávky, ponížovanie, surové žarty na jeho účet (rozhodujúci kritériom je, do akej miery je dieťa konkrétne prezyvkou, žartom a pod. zraniteľné)
- kritika dieťaťa, výčitky na jeho adresu podávané nepríateľským, nenávislivým, pohrdavým tónom
- príkazy od iných detí poslušným panovačným tónom a skutočnosť, že sa im dieťa podriaďuje
- naháňanie, strkanie, rany, kopanie – i keď nie sú zvlášť silné, je neapadne, že obet ich neodpláca
- bitky, v ktorých jeden z útočníkov je zreteľne slabší a snaží sa uniknúť (menešie deti niekedy s plačom)

**Napomáhať šikanovaniu**

- dieťa je cez prestávky často osamotené, nemá kamarátov, ostatní o neho nevidia záujem
- cez prestávky sa zdieľa v blízkosti ubližov
- pitčhádza nestojí na sľúbení, vždy chodí vďaka ako posledný alebo zostáva sám v triede, má nadmernú ospravedlivenú, prípadne i neospravedlivenú absenciu
- pri skupinových sporoch býva často volené do skupiny medzi poslednými
- ak má prehovoriť pred triedou je nemožné udržiavať podoč sústredenie, jedláštno, slzenie až depresívne, je plačlivé
- zhoršuje sa, niekedy nahle, jeho školský prospech, na vyučovaní je nesústreďený
- jeho veci sú pokradené, znečistené, prípadne rozbité
- má znečistený, pokradený odby odovzdaný materiál, škrabancos, rôzne rany a pod., ktoré nedokáže uspokojivo vysvetliť

**Jednotlivé priame, či nepriame známky nevyhovujú, že ide o šikanovanie. Dôležitú úlohu zohráva kontext situácie, opakovanie a početnosť prejavov.**

**Ako pomáhať šikanovaným deťom?**

V rámci tradičnej pedagogickej odhodnotnosti strategii pomoci šikanovaným deťom zahŕňa nasledovné kroky:

- rozhovor s informátormi a obetami o vonkajších prejavoch šikanovania
- vylúčenie vhodných svedkov, o ktorých je predpoklad, že budú pravdivo opísať situáciu šikanovania
- individuálne, prípadne konfrontačné rozhovory so svedkami (nemajú ísť o konfrontáciu obeť a agresora)
- zaisenie ochrany obeťami (napr. bezpečný údchod domov zo školy)
- rozhovor s agresorom, prípadne konfrontácia medzi agresorom (nastupuje až v tom prípade, ak poznáme vonkajší obraz šikanovania a máme zhradené dôkazy)
- pedagóg nesmie u obeť šikanovania vyvíjať presvedčenie, že má na agresora v jednotlivých zaslúžiť
- rozhovor s rodičmi obeť a agresora (nie spoločne)
- vo všetkých prípadoch fyzického ubližovania, upovedňaní polície, detského pedagóga
- kontaktovať pedagogicko-psychologickú poradňu alebo centrum výchovnej a psychologické prevencie

**Čo s deťmi, ktoré šikanujú?**

ak sa snažíme pochopiť, prečo deti šikanujú, musíme rozlišovať medzi deťmi, ktoré chcu niečo potrápiť iba krátkodobu, aby si ventilovali svoju okamžitú nespokojnosť, nepohodu, rozrušenie a medzi deťmi, ktoré chronicky šikanujú ostatných a ich správanie je narúšané po všetkých stránkach. K šikanovaniu sa môže uchýliť i dieťa, ktoré si už muselo vytipovať nejakú zraniteľnosť od iných, alebo sa môže pokúšať o odplatu.

**V prípadoch ojedinelého šikanovania a miernych foriem šikanovania**

- ☑ pokúste sa zachovať pokoj
- ☑ zistíte či šikanujúce dieťa nebolo v minulosti samo terčom šikanovania
- ☑ snažte sa vytvoriť atmosféru dôvery a zistiť fakty o tom, čo sa príhodilo
- ☑ ak sa vám podarí objaviť príčinu, vysvetlite dieťaťu, že chápete dôvody, ktoré ho k šikanovaniu viedli, ale na druhej strane zdôraznite, že konkrétne správanie nie je v žiadnom prípade prípustné
- ☑ vedzte dieťa k tomu, aby sa pokradenému ospravedlil a pokúšalo sa spôsobe škody nahradiť dobrými skutkami
- ☑ ubezpečte ho, že ho nepovažujete za zlomyseľného, ale naopak za dobré dieťa, nečestno chvalivo za slušné správanie
- ☑ šikanovanie v žiadnom prípade nepredšne mlčaním, ale je dôležité, aby sme problém v týchto prípadoch veľmi nezveličovali, niekedy, ak situácia nie je vážna, čas ju môže sám vyriešiť

**V prípadoch dlhodobého trvajúceho šikanovania**

- ☑ vyjadrite zreteľne nespokojnosť alebo hnev (napr. slovami „sklamal si ma“, „neviedl sa na teba“) a nasledujúcu zmenu správania voči danému žiakovi
- ☑ zdieľajte žiaka v škole po vyučovaní
- ☑ vyžadujeme náhradu za pokradený alebo zničený predmet
- ☑ oznámime problém rodičom, trénerovi, príp. iným, na ktorých dieťaťu záleží
- ☑ oficiálna sťažnosť riaditeľovi školy
- ☑ oznámime šikanovanie na rodičovskom združení a na zhradení žiakov viacerých tried
- ☑ vykúšime z výletu, príp. inej akcie, na ktorú sa dieťa toľ
- ☑ zabezpečíme pobyt dieťaťa cez prestávky v blízkosti pedagóga
- ☑ pokarhanie, prípadne zhoršenie známky zo správania
- ☑ priloženie na nu školu
- ☑ vo veľkej väčšine z opakovaných prípadoch šikanovania oznámim na polícii, pobádat o ochrannú výchovu, príp. požadovať o umiestnenie agresora v diagnostickom ústave

**Ako predchádzať šikanovaniu na školách**

Každá škola si musí vyvinúť a uviesť do každodenného života školy súbor pevných a reálne uplatniteľných opatrení a pravidiel, z ktorých je jasné, že šikanovanie sa nebude v žiadnom prípade tolerovať.

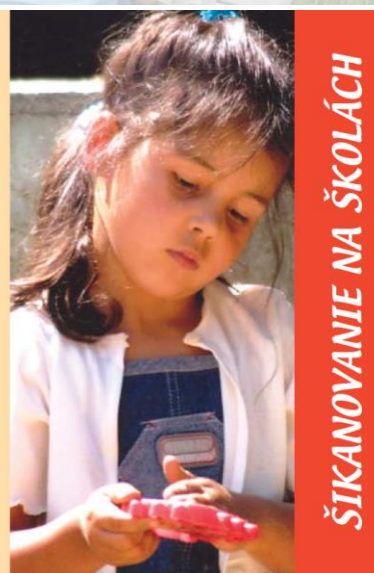
**Pedagógovia majú viesť deti tak, že nikto by nemal:**

- ☑ schvaľovať a odmeňovať agresívne správanie svojich spolužiakov
- ☑ odsudzovať menej sympatické deti a naopak prejavovať nekritickú obľubu niekoľkým sympatickým populárnym spolužiakom
- ☑ nemal nikdy prichádzať na nespravidlivý hnev a konanie, nečestné a povýšené správanie, ponížovanie druhých a využívanie slabosti druhých vo svoj prospech
- ☑ nechať sa vyplývať alebo presvedčiť tým, ktorý šikanuje, aby mlčal
- ☑ pripájať sa z počtu strachu k tomu, kto šikanuje alebo k jeho partii
- ☑ posmeňovať sa slabším spolužiakom, niekedy, kto sa akokoľvek líi od ostatných, kto má iné názory a záujmy
- ☑ zostať falošný k prejavom násilného správania
- ☑ nečestne sa priradať a mlčať, ak sa stane svedkom šikanovania

**Strategia prevencie šikanovania**

- ☑ Zameranie pozornosti na nových a nastupujúcich žiakov
- ☑ Skvalitnenie predstávok
- ☑ Zvyšovanie sebavedomia detí
- ☑ Zahŕňate problematiky šikanovania do učebných osnov
- ☑ Aplikácia intervenčného programu za pomoci pracovníkov PPP alebo CVPP
- ☑ Vypracovanie celoškolovej komplexnej stratégie

Vydalo Ministerstvo školstva SR, 2004



Prevenencia šikanovania, leták pre školy dostupný na:

<http://www.prevenciasikanovania.sk/?mod=pedagogovia--teoria-sk--letak-pre-skoly> napr. vybrať odtiaľ niektoré aktivity.

### AKTIVITA 3: Zneužívanie osobných údajov na internete.

Navštívte oficiálnu, stránku s overenými informáciami:

<http://www.zodpovedne.sk/index.php/sk/ohrozenia/zneuzitie-osobnych-udajov>

**Poznámka:** Učiteľ sa môže inšpirovať aj článkom: <http://www.pluska.sk/plus-7-dni/veda/nebezpecny-facebook-poznate-vsetky-jeho-rizika.html> (3.12.2016) ..... o nebezpečenstvách číhajúcich na facebooku.

### A/ Žiakom poskytneme primerane veku tieto základné informácie:

Hlavné riziko poskytnutia akýchkoľvek osobných údajov prostredníctvom internetu spočíva v tom, že sa priamo či nepriamo dostanú k niekomu, kto ich môže využiť, či zneužiť. Ak takéto údaje uverejníte, dávate ich voľne k dispozícii a strácate nad nimi kontrolu. Riziká, s ktorými sa môžete stretnúť, sa pohybujú na škále od miernych – napr. zasielanie nevyžiadanych

reklamných emailov po poskytnutí vašej emailovej adresy, až po vážne ohrozenia, ako sú krádeže, vydieranie a šikanovanie.

### **Akým spôsobom sa dostávajú tieto údaje k „nechceným“ adresátom**

- prostredníctvom emailov, SMS správ, zverejnením na četoch a internetových fórach, zadaním na webových stránkach,
- zverejnením v profiloch, na sociálnych sieťach, na stránkach na zverejňovanie fotografií a videí. Vaše údaje sa k nepovolaným ľuďom môžu dostať aj sprostredkované, napr. vašu fotografiu uverejní váš kamarát, vašimi majetkovými pomermi sa pochváli cez internet vaše dieťa.

### **Ako sa ochrániť pred zneužitím informácií?**

Do akejkoľvek služby na internete si zvolte zložité heslo. Ideálne heslo by malo mať minimálne 7 znakov a malo by byť tvorené kombináciou písmen, číslíc a znakov, malých aj veľkých písmen. Nepoužívajte bežné kombinácie, ako krstné mená, bežné číselné kombinácie, dátum narodenia, názvy miest, štátov, riek, nadávky, internetovo známe slová. Ak máte pocit, že sa niekto dostal k vášmu heslu, radšej si ho zmeňte. Odborníci tiež odporúčajú preventívne si meniť heslo pravidelne. Ak sa dá, heslo si nezapisujte a nepoužívajte jedno heslo na všetky stránky a služby na internete. Svoje heslá nikdy neprezrádzajte nikomu inému. Ani kamarátom, ani niekomu, kto vystupuje z pozície úradnej authority.

V prípade zabudnutého hesla sa často používa bezpečnostná alebo kontrolná otázka. V ére Facebooku a sociálneho inžinierstva je ale dosť naivné sa domnievať, že nikto nevypátra odpovede na otázky typu: „V ktorom meste sa narodila vaša matka?“, „Na akej ulici ste bývali, keď ste mali osem rokov?“ Preto odporúčame dávať na tieto otázky vymyslené odpovede.

### **B/ Realizujeme diskusiu na základe videoukážky**

<https://www.youtube.com/watch?v=q6uq1xBoWi4> – pre starších žiakov

<https://www.youtube.com/watch?v=BL9YfAPAzo4> - pre mladších žiakov

**Reflexia:** Vyjadrenia žiakov o tom ako sa budú správať, aby ich komunikácia na internete bola bezpečná.

## **2. IDENTIFIKÁCIA A VYJADROVANIE CITOV**

Rozdielne formy a grafické prostriedky na vyjadrovanie pocitov v e-komunikácii, poznanie a používanie emotikonov (smajlíkov) a akronymov, základy netikety.

**Kognitívny cieľ:** Poznať a osvojiť si základné pravidlá netikety v e-komunikácii, najmä pri používaní emotikonov, symbolov, akronymov.

**Afektívny cieľ:** Pozitívne prijímať a empaticky reagovať na grafické prostriedky e-komunikácie (emotikony, obrázky, fotografie).

**Konatívny cieľ:** Vhodne používať emotikony, emoji, príp. obrázky a fotografie na vyjadrenie svojich pocitov v komunikácii cez telefón, četa a e-mail.

### **AKTIVITA 1: Poznáš emotikony /smajlíky?**

**Realizácia:**

1. Na tabuľu pripevníme hárkky s vybranými smajlíkmi a vyzveme žiakov aby zahrli výrazom tváre emóciu, na ktorú smajlík odkazuje. Trieda hodnotí, či bol smajlík pochopený a zahrný správne, potom smajlík (na základe spoločnej dohody) pomenujeme/označíme.

*Alternatíva:* vyberieme 3 až 5 žiakov, s ktorými sa dohodneme, akého smajlíka/ pocit budú predstavovať. Žiaci v triede hádajú, učiteľ na základe ich rozhodnutia vyvesí na tabuľu obrázky príslušných smajlíkov a označí ich.

*Poznámka:* Najskôr vyberáme smajlíkov zo základných pocitov, neskôr náročnejšie ba aj emoji (predtým vysvetlíme pojem „emoji“ a diskutujeme o tom, kedy, ako a prečo sa začali používať)

Smajlíky vyberáme napr. webu: <http://www.smajliky.com/>

<http://facebook-emoticons.sk.downloadastro.com/tools/>

alebo: <http://objevit.cz/jaky-vyznam-maji-jednotlivy-smajlici-t162968> , ale doplníme slovenské pomenovanie



Úsmev



Neutrálny



Zamračený



Mrknutie



Smiech

2. Žiakom premietneme názorné video: Smajlíci a výraz tváre, dostupné na:

[http://www.mojevideo.sk/video/213ed/smajliky\\_emoji\\_emotikony.html](http://www.mojevideo.sk/video/213ed/smajliky_emoji_emotikony.html)

Diskutujeme, o reálnosti zobrazených emócií v súlade so smajlíkmi.

**Diskutujeme** o tom, či používame emotikony správne: učiteľ sa môže inšpirovať článkami napr. [http://www.tvnoviny.sk/zaujímavosti/1825904\\_emotikony-ktore-zrejme-pouzivame-zle-tu-je-ich-spravny-vyznam](http://www.tvnoviny.sk/zaujímavosti/1825904_emotikony-ktore-zrejme-pouzivame-zle-tu-je-ich-spravny-vyznam)

<http://www.cas.sk/clanok/408314/velka-zmena-na-facebooku-smajliky-uz-nebudete-pouzivat-tak-ako-ste-boli-doteraz-zvyknuti/>

**Vysvetlíme pojem „emoji“** - obrázkové znaky alebo piktogramy

Vydavateľstvo Oxford University Press od roku 2004 vyhlasuje slovo roka, ktoré v danom období najviac rezonovalo medzi ľuďmi. V r. 2015 ho získalo emoji: „tvár so slzami šťastia“ pozri na : <http://emojipedia.org/face-with-tears-of-joy/>

Všetko o emoji na: <http://emojipedia.org/faq/>

Príklad použitia emoji v reklame: Slovenský operátor Telekom prostredníctvom agentúry MUW Saatchi&Saatchi vytvoril piktogramy/emoji [pre Petra Sagana](#)



Pre starších žiakov:

Ako pridať symboly emoji na klávesnici v telefóne <https://support.apple.com/sk-sk/HT202332>

## **AKTIVITA 2: Základy netikety pri čítaní**

**Úvodná diskusia** o tom, či a ako často žiaci čítajú, či využívajú Instant messaging (IM) pre uzavreté komunity. Či preferujú e-komunikáciu v uzavretej komunite, alebo širšej, verejnej, či používajú aj nejaké špeciálne aplikácie na e-komunikáciu?

Aké majú žiaci zvyky pri čítaní, či poznajú základné pravidlá slušnosti v takejto komunikácii.

Môžeme im ukázať aj štatistiku: „**Podliehaš chatovaniu?**“ Dostupné na:

<http://spravnyden.sk/podliehas-chatovaniu/>



## Ako často četujete?

	Slovensko		Európa		Svet	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Denne	54 %	41 %	35 %	44 %	43 %	55 %
Raz za týždeň	22 %	23 %	22 %	20 %	22 %	21 %
Menej často	14 %	19 %	20 %	18 %	16 %	11 %
Nevyužívam	10 %	17 %	23 %	18 %	19 %	13 %

### Oboznámenie žiakov so základnými pravidlami netikety pri četovaní:

- **Zaklopte, kým vstúpite**  
Uistite sa, či osoba na druhej strane chce viesť konverzáciu. Začnite napr. „Ahoj, máš chvíľku?“ „Môžem vyrušiť?“ Ak osoba na druhej strane uvedie, že je zaneprázdnená, rešpektujte jej rozhodnutie a pokúste sa nadviazať konverzáciu inokedy. Pokiaľ nemáte na rozhovor čas vy, jasne to vyjadrite, komunikujúci partner by to mal rešpektovať.
- **Buďte stručný**  
Vyjadrujte sa stručne a zrozumiteľne. Nepíšte siahodlhé eseje, ak sa dá myšlienka zhrnúť do pár slov.
- **Čítajte, čo píšete**  
Nepíšte cez IM nič, čo by ste nenapísali do e-mailu alebo písaného listu. Platí pravidlo: nepíšte nič, čo by ste nechceli vidieť na billboardoch s vaším podpisom.
- **Používajte krátke správy iba príležitostne**  
Nemali by byť náhradou konverzácie naživo. Nepoužívame ich ako nástroj konfrontácie, ani prostriedok na kritiku kolegu alebo pokarhanie zamestnanca.
- **Opatrne so žargónom**  
Nepreháňajte to s akronymami. Používajte skratky funkčne, nie ako ozdobu.
- **Vyjadrite sami seba**  
Pokiaľ je to vhodné, v osobnej komunikácii použite emotikony. Pri správnom použití podčiarknu váš komunikačný zámer.
- **Píšte tak, aby vám ľudia rozumeli.**  
Písanie ako vám „ústa narástli“ vás ako pisateľa nectí. Na gramatike a jazykových pravidlách záleží. (príklad: „HEEEEEELP!!“ „jj, ta neska nvm čo fčul“)

- **Nerobte viac vecí naraz**  
konverzácia a telefonovanie naraz môžu znížiť vaše komunikačné zručnosti a môžete sa dopustiť chyby. Robte radšej iba jednu vec a kvalitne, než viacero vecí naraz a chybne.
- **Využívajte upozornenia, keď nie ste pri počítači**  
Pokiaľ ste mimo dosahu, využite prednastavené upozornenia na svoju neprítomnosť. Predvolená správa oznamuje vašu neprítomnosť stručne a bez vysvetlenia. Svoju neprítomnosť môžete vysvetliť aj kreatívnejšie - s udaním dôvodu. Napr. : “Momentálne som na obede. Som späť o hodinu. Ak je niečo s úrne, volajte.”
- **Nehrajte sa na schovávačku**  
Nepoužívajte četovanie na špehovanie vašich priateľov pod inou prezývkou. Ak chcete byť online, ale nemáte chuť na rozhovor, môžete vždy využiť status „nerušiť“ („pracujem“ „iba s úrne“ atď...) a dať najavo, že ste zaneprázdnený. A ak niekto zneužíva takúto komunikáciu, vždy je spôsob ako ho zastaviť – jednoducho stlačte tlačidlo „Ingore“, zatvorte dvere zvnútra a párty sa skončila. Nezdvorilé je tiež nechať partnera v konverzácii bez odpovede čakať pri počítači a považovať tým konverzáciu za ukončenú.
- **Ponechajte čas na odpoveď**  
Ponechajte partnerovi v konverzácii dostatok času na odpoveď. Dlhý monológ prestane partnera zaujímať.

**Reflexia:** Žiaci sa vyjadrujú o svojich skúsenostiach s korektnou a nekorektnou komunikáciou prostredníctvom rýchlych správ. Ako sa cítili v jednom aj druhom prípade. – Aj tu platí, „nerob iným to, čo nechceš aby robili iní tebe“ .

### 3. ETICKÉ ASPEKTY OCHRANY PRÍRODY - MEDIÁLNE KAMPANE NA OCHRANU PRÍRODY

Zobrazovanie ekologických havárií v spravodajstve TV, rozhlase, novinách

**Kognitívny cieľ:** Poznať základné pravidlo žurnalistiky: prinášať pravdivé, overené informácie „o veciach verejných“ v záujme demokracie a ochrany spoločnosti (médiá strážne psy demokracie), vedieť vysvetliť pojem „investigatívna žurnalistika“.

**Afektívny cieľ:** Empaticky vnímať ekologické ohrozenia, havárie, spôsobené nezodpovedným konaním. Predstaviť si dôsledky ekologických katastrof.

**Konatívny cieľ:** Rozlišovať medzi zveličenou a pravdivou správou.

**Motivácia k téme:**

Napr. diskusiou o obrázkoch:





### **AKTIVITA 1: Príklad ekologickej havárie**

**1. Príklad** o nebezpečnej udalosti, článok: Hrozila ekologická havária: Zloději vyčíňali v prečerpávacej stanici. Dostupné na: <http://www.topky.sk/cl/100370/1372462/hrozila-ekologicka-havaria--zlodeji-vycinali-v-precerpavacej-stanici> :

Na Športovej ulici v Michalovciach páchatelia ukradli káble z čerpadiel v kanalizačnej prečerpávacej stanici. Tieto čerpadlá prečerpávali odpadovú vodu. Ich znefunkčnením sa mohla preliatť odpadová voda do Laborca, čím by vznikla ekologická katastrofa.

**Cieľ:** Upozorniť deti na poškodzovanie cudzieho majetku. Svojím konaním môžu spôsobiť ekologickú haváriu.

**2. Príklad** ekologickej katastrofy, článok: Najväčšia ekologická katastrofa od Černobyľu: Odrovnala strednú a východnú Európu! Dostupné na: <http://www.topky.sk/cl/13/1453223/Najvacsia-ekologicka-katastrofa-od-Cernobylyu--Odrovnala-strednu-a-vychodnu-Europu-> :

Kyanid ktorý pred 15 rokmi, 30. januára 2000, unikol zo zlatej bane Aurul v severorumunskom Baia Mare, spôsobil jednu z najväčších ekologických katastrof v strednej a východnej Európe. Kontaminovaná bola odpadová voda, následkom čoho boli znečistené rieky Someš, Tisa i časť Dunaja. Táto látka zničila väčšinu flóry a fauny. Kvôli tejto udalosti údajne definitívne vyhynuli niektoré vzácne druhy rýb.

**Cieľ:** Upozorniť na hlavnú úlohu médií: Prinášať včas overené informácie (médiá ako strážne psy demokracie), špeciálne o ekologických nebezpečenstvách.

**Úloha:** vyhľadať viaceré faktografické články o ekologickej havárii v Baia Mare, 2000.

**Poznámka:** V Rumunské médiá informovali o havárii s oneskorením: Havária sa stala v r. 2000, článok bol publikovaný v r. 2015, napriek tomu sa tam vyskytuje slovíčko „údajne“ – čo naznačuje, že ide o neoverenú informáciu.



Príklad žiackej reflexie ochrany životného prostredia v spojení s mediálnymi zručnosťami - ako žiak vytvoril webovú stránku o životnom prostredí : <http://zivotstudenta.webnode.sk/onas/>, .....na nej je aj „ **10 tipov ako ochraňovať životné prostredie**“, dostupné na: <http://zivotstudenta.webnode.sk/news/a10-tipov-na-ochranu-zivotneho-prostredia/> (3. 12. 2016)

#### **AKTIVITA 2 : Učíme deti správne separovať odpad**

Základná webová stránka pre deti/školy: <http://www.triedime.sk>

O aplikácii na triedenie odpadu:

<http://www.odpady-portal.sk/Dokument/102883/nova-aplikacia-pomaha-slovakom-triedit-odpad.aspx>





OLO - Komunálny odpad: <https://www.youtube.com/watch?v=bDC5e63ruz4>

OLO – Plasty: <https://www.youtube.com/watch?v=wZiGEQUueqY>

OLO – sklo <https://www.youtube.com/watch?v=gHOU9FawR4A>

Ako separovať odpad do vriec : <https://www.youtube.com/watch?v=6S9Fkcpq9Tk>

Separácia Odpadu: <https://www.youtube.com/watch?v=wCPjiObgEoU>

Separácia odpadu šetrí životné prostredie :

<https://www.youtube.com/watch?v=VRiFfMoyA1M>

Separovaný odpad youtube 1 cast : <https://www.youtube.com/watch?v=sHo6JFIXcnk>

Aplikácia na triedenie elektrického odpadu, časť 1:

<https://www.youtube.com/watch?v=rVS02Xaw53A>

Aplikácia na triedenie elektrického odpadu, časť 2:

<https://www.youtube.com/watch?v=BR46nqVZDFw>

## PROJEKT VYUČOVACEJ JEDNOTKY, 5. ROČNÍK

<b>Ročník:</b> piaty		<b>Trieda:</b>		<b>Predmet:</b> Etická výchova	<b>Vyučujúci:</b>
<b>Tematický celok:</b> Závislosti <b>Učivo:</b> Internet a závislosť <b>Cieľ:</b> Žiak vie charakterizovať pojem závislosť, vie vymenovať druhy závislostí, pozná ich možné osobné a spoločenské dôsledky <b>Učebné pomôcky:</b> písacie pomôcky, papier, kartičky					
Čas	Pomenovanie pedagogickej situácie	Učebné požiadavky	Súbor učebných úloh	Priebeh pedagogickej situácie (činnosť učiteľa, učebné činnosti žiakov, metódy a formy práce, diagnostická, reflexívna a hodnotiacia činnosť)	
5'	Organizačné pokyny	Zápis do triednej knihy a zistenie dochádzky.		Vyučujúca vyzve žiakov aby povedali kto dnes chýba a urobí zápis do triednej knihy.	
10'	Kto je závislý človek	Žiak si vytvorí predstavu o závislom človeku	Vyučujúci žiakom na hodinu prinesie nastrihané a zložené papieriky, na ktoré si žiaci napíšu svoju predstavu závislého človeka	Brainstorming , diskusia o tom, kto je závislý, kedy hovoríme o závislosti a v akých činnostiach sa závislosti môžu prejaviť. Uvedieme niekoľko známych osobností, ktoré zomreli na jednotlivé druhy závislostí. Konkrétnym príkladom bude Kurt Cobain, Amy Winehouse, Heath Ledger, Ernests Hemingway	
15'	Internet ako zdroj	Žiak vie vymenovať	Žiaci pomocou PC vyhľadajú na internete	Učiteľ rozdelí jednotlivé oblasti,	

	informácie a zábavy	pozitíva i negatíva používania internetu Žiak vie vymenovať základné oblasti zábavy ponúkané na internete-hry, filmy, facebook a i.	stránky venované napr. športu, politike, kultúre, literatúre a pod. Žiaci vyhľadajú pozitívne a negatívne príklady komunikácie na facebooku	ktoré budú žiaci vyhľadávať na internete. Potom metódou riadeného rozhovoru. Žiaci vysvetliť vlastnými slovami čo sa dozvedeli o danej oblasti, ako nám internet pomáha získavať nové informácie
10'	Internet – tvoj dobrý sluha, ale zlý pán (Aktivita 2)	Žiak porozumie pojmu kyberšikanovanie a dokáže rozoznávať prejavy kyberšikanovania. Žiak chápe, že kyberšikanovanie môže poznačiť životy ľudí.	Žiaci pracujú v skupinách a vytvárajú kognitívnu mapu výhod a nevýhod/nebezpečenstiev internetovej komunikácie, následne vytvoria spoločnú mapu všetkých uvádzaných výhod a nevýhod	Diskusia na tému: Výhody a nebezpečenstvá, ktoré súvisia s využívaním rôznych druhov e-komunikácie. (etické správanie na facebooku, nebezpečie diskusie s neznámymi ľuďmi)
5'	Ako sa nestáť závislým od internetu	Žiak vie kriticky vyhodnotiť závažnosť závislosti a ich možné osobné dôsledky i následky na spoločnosť	Žiaci si počas týždňa urobia časový harmonogram na aký účel využívali internetové služby a koľko času strávili pripojením na internet	Učiteľ vyhodnotí činnosť žiakov počas hodiny

Zdroj: vlastné spracovanie, Čižmarová



## 6. ROČNÍK TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANEJ TÉMY MV

### 1. Identifikácia a vyjadrovanie citov

- Rozdielne formy a grafické prostriedky na vyjadrovanie pocitov v e-komunikácii, poznanie a používanie emotikonov a akronymov.
- Výrazové prostriedky v časopisoch, komixoch, význam titulkov, podnadpisov, obrázkov, fotografií v mládežníckych časopisoch.

### 2. Pozitívne vzory v každodennom živote

- Zobrazovanie hrdinov v médiách.
- Detskí hrdinovia, detský čin roka – mediálna prezentácia.
- Môj mediálny vzor - mediálne vzory v športe, hudbe, filme...

### 3. Prosociálne správanie

- Možnosti pomoci „iným“ v krízových situáciách prostredníctvom médií.
- Rozhlasové a televízne programy, ktorých cieľom je charita.
- Sociálna reklama.

### 4. Tvorivosť v medziľudských vzťahoch

- Tvorba inzerátu, plagátu, videa s výzvou na podporu znevýhodnených ľudí, kamaráta, spolužiaka, známeho....

## UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM, 6. ROČNÍK

### 1. IDENTIFIKÁCIA A VYJADROVANIE CITOV

Výrazové prostriedky v časopisoch, komixoch, význam titulkov, podnadpisov, obrázkov, fotografií v mládežníckych časopisoch.

**Kognitívny cieľ:** Poznať význam titulkov, podnadpisov, obrázkov, fotografií v mládežníckych časopisoch. Vedieť vysvetliť pojem „komix“, históriu vzniku, cieľ, najčastejšie používané prostriedky.

**Afektívny cieľ:** Citlivo vnímať negatívne a pozitívne posolstvá zobrazované v komixoch.

**Konatívny cieľ:** Vytvoriť jednoduchý komixový útvar (obrázok, plagát, krátky seriál) s použitím adekvátnych výrazových prostriedkov.

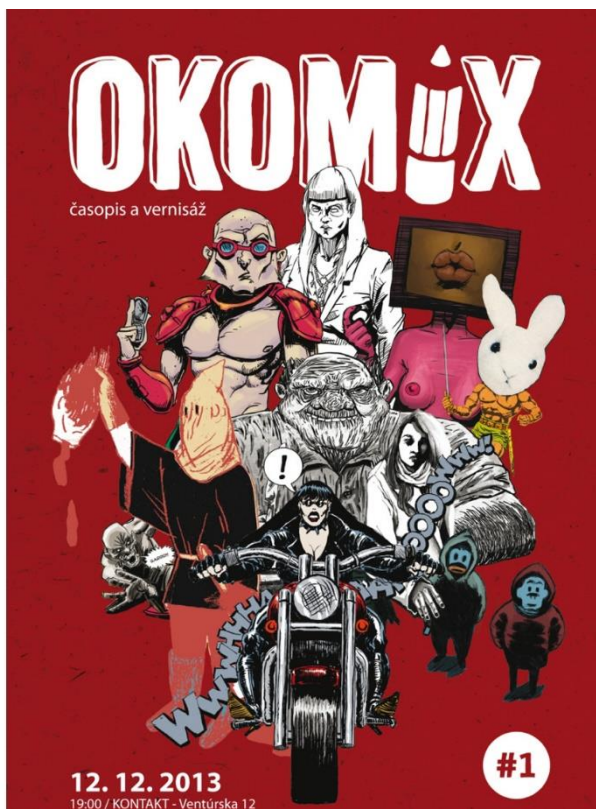
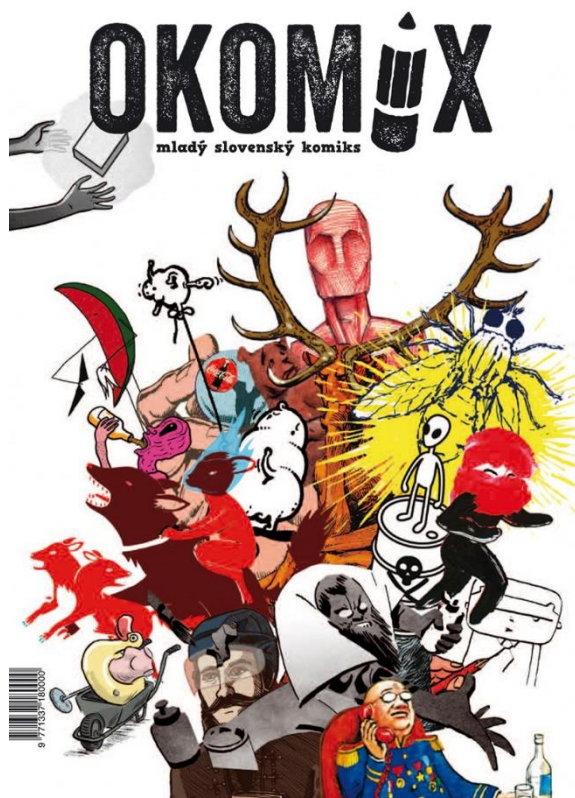
#### AKTIVITA 1: Máte radi komixy?

**Motivačná diskusia:** Aké komixy poznáte? V akej forme (tlačenej, elektronickej) si ich prezeráte? Aký je podľa vás cieľ tvorby komixov pre rôzne cieľové skupiny (deti, mládež, dospelí...) Viete o tom, že každoročne sa 3.októbra slávi ako 24-hodinový deň komixov?

**Odporúčame** článok, v ktorom je uvedená aj história komixu, spôsob ich percepcie:

<http://kultura.pravda.sk/galeria/clanok/279781-slovensky-komiks-nadsenci-na-malom-trhu/>

Pre starších žiakov: Poznate nejaké slovenské komixy (Okomix)?



<http://www.petervazan.sk/projects/okomix/>

**Poznámka:** Učiteľ sa oboznámi s tvorbou a zámerom Okomixu, pripraví si/prinesie tlačенú ukážku časopisu, knihy.

Úryvok z recenzie, dostupnej na:

[http://premedia.sk/sk/literatura/okomix\\_mlady\\_slovensky\\_komiks](http://premedia.sk/sk/literatura/okomix_mlady_slovensky_komiks) :

KOMIXY „...Niekedy zobrazujú to, čo nechcú ukázať iné žánre. Inokedy na zobrazenie toho podstatného nemajú iné žánre výrazové prostriedky. Niekedy sú bravúrne nakreslené, inokedy skratkovité a abstraktné. Špecifická stavba komiksu mu predurčuje byť autentickým médiom, ktoré je ťažko preložiteľné do iného formátu. Bez komiksu nie je úplné poznanie spojenia človeka a mesta, metropolisu. Novodobý komiks vznikol v meste a pre mesto, jeho hrdinovia mesto milujú aj neznášajú, bránia ho a snažia sa z neho uniknúť. Kto má pred očami obrazy, ktoré vytvára veľké mesto a neustála prítomnosť ľudí, môže lepšie pochopiť komiks a jeho rôznorodé témy. Autori komiksov nie vždy rozprávajú hrdinské príbehy, hovoria aj o všednom dni, o vzťahoch medzi ľuďmi, a hoci hrdinami môžu byť akékoľvek nehumanoidné postavy, zámer je vždy podobný – ide o človeka, ktorý hľadá svoje hranice a o jeho fantáziu....“

## AKTIVITA 2: Komixové výrazové prostriedky, nástroj na upútanie pozornosti

Upútanie pozornosti na ekologickú katastrofu: <http://udrzatelne.sk/ropna-skvrna-BP>



<http://udrzatelne.sk/ropna-skvrna-BP>

**Reflexia:** Kedy venujete väčšiu pozornosť nejakej spoločenskej téme – ak si prečítate článok, alebo pozriete komixovo stvárnený obrázok, príp. celý komix? Prečo?

## AKTIVITA 3: Tvorivé činnosti

**Práca v skupinách:** tvorba obrázku, plagátu, krátkeho komixu, možnosť využiť aj niektoré programy na tvorbu komixov: <https://www.pixton.com/sk/schools/overview> - úvodné video o tvorbe komixov, <http://comicscreator.cz/>, <https://www.pixton.com/> pre starších žiakov komixy: <http://noproblemos.sk/category/komiksy/>

### Iné zdroje:

Komixy z webu [www.ovce.sk](http://www.ovce.sk): napr. <http://sk.sheeplive.eu/na-stiahnutie/komiksy?page=3>

Tvorba komixov pre mladšie deti: <http://www.rexo.cz/komiksy/>

<http://memebox.sk/picture-393-stare-dobre-detske-casy.html>

## 2. POZITÍVNE VZORY V KAŽDODENNOM ŽIVOTE

**Všeobecný cieľ:** Žiak dokáže porovnať vlastnosti svojich osobných vzorov z bežného života, s vlastnosťami uznávaných osobností v spoločnosti a mediálnych „pseudo-osobností“.

**Kognitívny cieľ:** Žiak vie vysvetliť pojmy vzor, model, idol, ideál, vie rozlíšiť pozitívne a negatívne vzory. Vie hodnotiť mediálnych hrdinov podľa zaužívaných spoločenských kritérií a ideálov svojej vekovej kategórie.

**Afektívny cieľ:** Žiak dokáže zaujať kritický postoj k svojim pozitívnym aj negatívnym vlastnostiam a vcítiť sa do konania svojho hrdinu, prejavuje schopnosť mravného úsudku pri posudzovaní pozitívnych a negatívnych literárnych i historických vzorov z médií.

**Konatívny cieľ:** Žiak dokáže otvorene vyjadriť svoj názor na mediálne hviezdy a „negatívnych hrdinov – svojich rovesníkov“.

**Odporúčanie pre učiteľ'ov:** pozrieť si výsledky výskumu zameraného na analýzu štruktúry a procesov, ktoré vplývajú na formovanie osobných vzorov a modelov v živote mládeže.

Dostupné na: <https://www.iuventa.sk/sk/Vyskum-mladeze/Vyskumy-katalog-dat/2013/Vplyvy-medialnej-komunikacie-na-nove-vzory-mladeze.alej>

### **AKTIVITA 1: Detský čin roka**

**Motivácia:** premietnutie videa: Elizabeta, napísala text o svojom spolužiakovi s telesným znevýhodnením. Vďaka tomuto textu vyhrala detský čin roka 2016.



dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=oSplYNdOmCo>

**Diskusia** na tému: Poznáte každoročne vyhlasovanú anketu Detský čin roka? Poznáte niekoho, kto bol do tejto ankety nominovaný?

**Ďalšie, konkrétne príklady** pomoci, ktorú poskytli deti ľuďom, zvieratám, napr. :  
Spolužiaci pomáhajú v triede postihnutému Kubkovi:

[https://www.youtube.com/watch?v=YQYTwzL\\_NYE](https://www.youtube.com/watch?v=YQYTwzL_NYE)

Pomoc vtáčikovi – vrabcovi Helena : <https://www.youtube.com/watch?v=Jh82q-4eVss>



Dominika vyrába darčeky a podporuje detskú onkológiu:



<https://www.youtube.com/watch?v=czJMK7pR234>

**Reflexia:** Zamyslieť sa nad vlastnosťami detí, ktoré pomáhali iným. Môžeme tieto deti považovať za hrdinov? Prečo?

Uznávate nejakého svojho spolužiaka/kamaráta ako svoj vzor? Prečo?

Aký vplyv majú médiá na vytváranie vašich vzorov?

## **AKTIVITA 2: Hviezdy sú na dosah (hrdinovia z televíznych obrazoviek)**

**Motivácia:** Diskusia o mládežníckych vzoroch a hrdinoch z filmov a televíznych programov – typy hrdinov. Vlastnosti spoločensky uznávaných a mediálnych hrdinov.

### **Otázky:**

Ktoré televízne osobnosti sú pre vás vzorom? Prečo?

Máte obľúbeného herca, zabávača, moderátora, speváka? Čím vás zaujali? Čo je pre vás dôležitejšie: fyzický zjav alebo charakter, kompetencie? Podľa čoho si vyberáte svoje vzory?

**Skupinová práca:** Zostavenie rebríčka „želateľných vlastností“ mediálnych vzorov z programov a filmov pre deti a mládež: filmový hrdina, spevák, moderátor. (Na konci sa spíšu spoločné vlastnosti, na ktorých sa zhodnú všetky skupiny).

### **Reflexia:**

Z predchádzajúcej diskusie a činnosti by mal vyplynúť záver, že niektorí mediálni hrdinovia žiakov zaujali iba preto, že sa o nich často, hovorí a sú v popredí záujmu médií, aj keď nemajú mimoriadne osobnostné či odborné kvality (stereotypné zneužívanie pojmu „hviezda“, „celebrita“). Žiakov inšpirujeme k zamysleniu sa, či takto nepodliehajú istej „mediálnej manipulácii“ a preberaniu mediálnych vzorov bez vlastnej kritickej reflexie.

**Poznámka:** Ak má učiteľ dostatok času, môže mať pripravené úryvky z filmov a televíznych programov na prezentáciu filmových hrdinov a anti-hrdinov, akčných hrdinov, hrdinov z gréckych bájí, filmov o Simpsonovcoch a pod.

**Úloha:** Pokúste sa vypracovať osobnostnú charakteristiku hlavných postáv (Bart, Hommer, Margie, Lisa)

**Symponovci** – animovaný seriál, ktorý odráža myslenie spoločnosti, satirou zobrazuje spoločenské problémy (dobré ho môže pochopiť až dospelávajúca mládež). Pozri na: <http://simpsonovci.com/>

**Úloha pre dievčatá:** analyzovať vlastnosti hrdiniek, napr. zo seriálu W.I.T.C.H, princezien z Disneyho filmov

<http://www.jenzeny.cz/art-kultura/film/walt-disney-uvadi-10-nejvic-sexy-princezen-1721.html>

### **Neskrotná- Brave, 2012**

Už od starých čias sa po mnoho generácií šíria príbehy o epických bitkách a legendách v drsnej a tajomnej škótskej vysočine. Škótska princezná, dcéra kráľa Fergusa a kráľovnej Elinor, Merida však nie je typická princezná. Je skúsená lukostrelkyňa a veľmi impulzívna. Je odhodlaná ísť si v živote vlastnou cestou a vzoprie sa starému zvyku vydať sa za jedného zo synov mocných vodcov- silného lorda MacGuffina, mrzutého Macintoshu a podliackeho Dingwalla. Meridine činy v kráľovstve nechceme rozpútajú chaos a besnenie. Keď sa obráti o pomoc k starej čarodějnici, dostane prekliate prianie. Merida, ktorá nasleduje nebezpečné sily, objaví význam skutočnej odvahy, aby zlomila túto kliatbu skôr, ako bude neskoro.





Na vlásku- Tangled, 2010 Rapunzel (Disney)



Ľadové kráľovstvo- Frozen, 2013

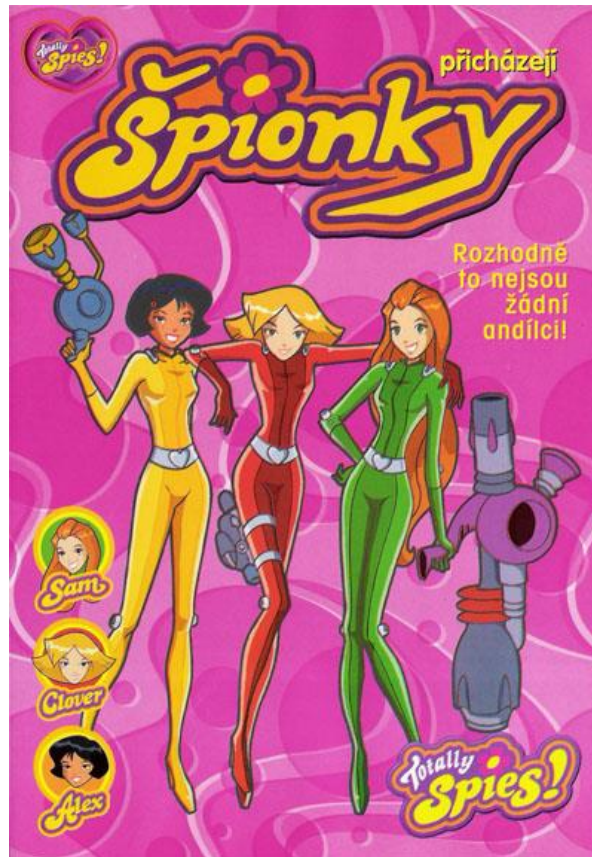
Dojímavý rodinný muzikál/komédia. Netradičné spracovanie Zlatovlásky, ktoré očarí originálnym humorom a krásnymi piesňami. A najmä dokonalým dabingom v podaní Zacharyho Leviho ("Hey Blondie") a tiež Mandy Moore. Rapunzel jezatvorené vo veži, ale celý život túži po dobrodružstve. Jej "matka" Gothel, ju nechce z veže pustiť, lebo z jej zázračných zlatých vlasov čerpá mladosť. Gothel je spokojná, až kým jedného dňa k veži neprivedie náhoda zlodeja Eugena (krycie meno Flynn Rider), ktorý Rapunzel vezme so sebou, aby jej splnil sen - vidieť lampióny, ktoré každoročne kráľ vypúšťa na počesť stratenej princeznej.

**Ľadové kráľovstvo- Frozen, 2013:** Frozen, ktorá je inšpirovaná známou rozprávkou o Ľadovej kráľovnej od Hansa Christiana Andersena. Hrdinkami sú dve princezné Elsa a Anna, ktoré žijú bezstarostne svoje detské životy.

### Seriál Špiónky (Totally Spies)

Špiónky sú mladé a krásne. Puberiačky Sam, Alex a Clever žijú celkom obyčajný život. Chodia do školy, rady nakupujú a zabávajú sa. Avšak všetko sa zmení, keď si ich jedného dňa privolá do tajnej miestnosti neznámy muž a vycvičí z nich špičkové špiónky so špičkovým vybavením. Odteraz je ich hlavnou úlohou chrániť ľudstvo pred zločincami a bojovať proti zlu v tých najťažších situáciách. Ako sa vysporiadajú s touto ťarchou?





**Úloha:** Poznáte tento seriál? Pozrite si nejakú čas seriálu Špiónky a pokúste sa ich charakterizovať. V čom vám môžu byť vzorom? Ktoré ich vlastnosti sú podľa vás negatívne?

**Úloha:** Poznáte seriál W.I.T.C.H – Čarodějnice? Charakterizujte jeho hlavné postavy/hrdinky



<https://www.youtube.com/watch?v=biybQY6PuYE>



**Úloha pre chlapcov:** Charakterizujte hrdinov z filmov Batman, Spiderman



### **AKTIVITA 3: Môj mediálny vzor - mediálne vzory v športe**

Vedíme diskusiu o žiackych športových vzoroch, môžeme premietnuť nejaké videá o známych športovcoch, napr. o najlepšom futbalistovi sveta Cristianovi Ronaldovi, ktorý sa venuje charite: <http://www.hetrik.sk/respekt-cristiano-ronaldo-sa-najviac-venuje-charitativnej-cinnosti-zo-vsetkych-sportovcov-sveta/1-1659>



[https://www.youtube.com/results?search\\_query=cristiano+ronaldo](https://www.youtube.com/results?search_query=cristiano+ronaldo)

## 1. PROCOSIÁLNE SPRÁVANIE - reklama a sociálna reklama

**Všeobecný cieľ:** Žiaci poznajú význam reklamy pre ekonomiku a biznis, rozlišujú jej jednotlivé druhy a typy a kriticky hodnotia pozitíva i negatíva reklamy.

**Kognitívny cieľ:** Poznať základné výrazové prostriedky rôznych foriem reklamy, vedieť, že reklama je regulovaná zákonom o reklame a etickým kódexom reklamy. Poznať význam pojmu sociálna reklama.

**Afektívny cieľ:** Pozitívne prijímať a empaticky reagovať sociálnu reklamu.

**Konatívny cieľ:** Vytvoriť jednoduchú textovú, vizuálnu alebo auditívnu sociálnu reklamu.

## AKTIVITA 1: Porovnanie reklám, porovnávacia reklama



<https://www.youtube.com/watch?v=HY32rZJckFQ>

Príklad z videa - najznámejším príkladom neetickej porovnávacej reklamy je reklamný duel Coca-Cola a Pepsi.

Záber na slnkom prežiarený roh ulice, obrovský automat na chladené nápoje. Prichádza malý chlapec s drobnými vo vrecku. Chce si kúpiť jednu dobre vychladenú Pepsi. Ale keďže je príliš malý, nedarí sa mu stlačiť odpovedajúce tlačidlo. Neostáva mu nič iné ako kúpiť si Coca-Colu, kupuje si dve plechovky. Potom tieto dve plechovky položí pred automat, postaví sa na ne a konečne si kúpi svoju vysnívanú Pepsi. Odchádza s blaženým výrazom na tvári a plechovky od Coca-Coly ostávajú pohodené na zemi vedľa automatu. Vidíme, že aj „zlá“ značka môže byť „na niečo dobrá“. Za symbolické sa dá považovať aj umiestnenie tlačidiel na nápojovom automate. Pepsi ako predstaviteľ „dobrej“ značky má postavenie hore, úplne na vrchu. Pretože, čo je prvé, má za sebou dobrú reklamnú kampaň je určite úžasné a skvelé a dá sa o tom hovoriť len v superlatívoch. Na druhej strane Coca-Cola je postavená na najnižšie stupienky potravinového reťazca. Je dobrá iba na to, aby sa na jej plechovky niekto postavil, zneužil ju na svoje ciele a potom ju nepovšimnutú nechal pohodenú váľať sa v prachu ulice.

**Diskusia:** Porovnávacia reklama nesmie znevažovať konkurenciu.

## AKTIVITA 2: Účinnosť reklamy

**Diskusia:** Kedy je reklama účinná, aké by mala mať vlastnosti?

Porovnajte reklamy na coca colu a kofolu (staré a nové)

Napr.: <http://www.coca-cola.sk/sk/video/>,



<https://www.youtube.com/watch?v=jhFGr4v-P7Q>

Alebo pozrite priamo na internete: [https://www.youtube.com/watch?v=iN\\_fweeeejw](https://www.youtube.com/watch?v=iN_fweeeejw)

### **AKTIVITA 3: Význam sociálnej reklamy.**

**Sociálna reklama** sa využíva na propagáciu spoločenských, humanitne a sociálne zameraných problémov, venujú sa jej najmä neziskové organizácie, ale aj komerčné v rámci svojej charitatívnej činnosti, ale **v reklame nesmie byť žiadna propagácia ich značky, či produktu.**



Homofóbia: <http://osocio.org/message/playing-with-prejudices-about-muslims/>

Deti bez matky/ rodičov : <http://interez.sk/socialna-reklama-poukazuje-na-jeden-velky-a-rozsiahly-problem-deti/>

**Diskusia:** Aký máte názor na sociálnu reklamu?



Môžeme premietnuť aj reklamu o postihnutých deťoch:



<https://www.youtube.com/watch?v=VunQ-YDKvsY> – reklama získala v r. 2003 význačné medzinárodné ocenenia v kategórii sociálna reklama. (Konto bariery- chráni práva dieťaťa a má nadáciu na podporu zdravotne postihnutých detí.)

Alebo sociálnu reklamu o znečisťovaní životného prostredia automobilovými splodinami:

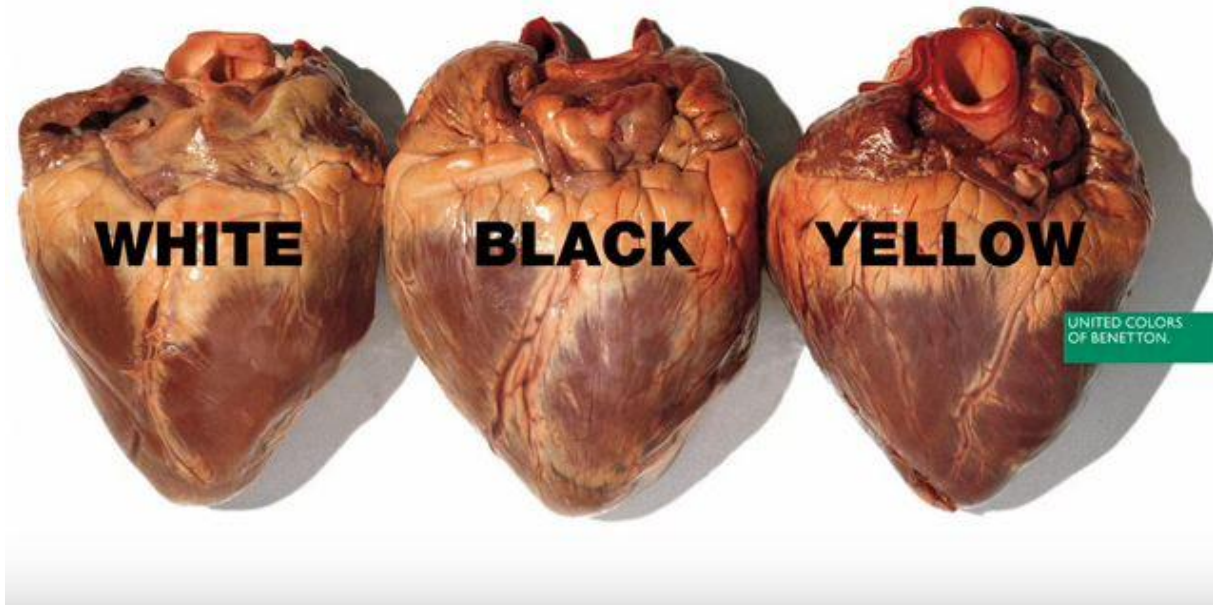


[https://www.youtube.com/watch?v=eZ\\_vvDtv8IA](https://www.youtube.com/watch?v=eZ_vvDtv8IA)

#### **AKTIVITA 4: Olivier Toscani a firma Benneton**

Taliansky fotograf O. Benneton, tvorca kontroverzných reklám so spoločensko-sociálnymi motívmi, pracujúci pre najznámejšie svetové značky a magazíny.

Žiakom ukážeme niektoré jeho reklamné produkty, napr.:



**Diskutujeme** o zobrazovanej téme „rovnosť“ a o tom, že aj keď firmy propagujú svoju značku a produkty, môžu to robiť aj na báze „zobrazovania spoločenských tém“

#### **AKTIVITA 5: Tvorba reklamy proti kyberšikanovaniu**

**Zdroj aktivity:** <http://kybersikanovanie.sk/index.php/aktivity/21-reklamna-kampan>

**Pomôcky:** staré časopisy, nožnice, lepidlo, fixky, rôznofarebné papiere, flipchartový papier, farbičky

V tejto aktivite sa žiaci stanú pracovníkmi reklamnej agentúry, ktorá dostala veľkú zákazku na vytvorenie účinnej reklamnej kampane proti (kyber)šikanovaniu.

Aké rôzne formy reklamy poznajú? Spoločne si pospomínajte na rôzne známe reklamy, ktoré žiakov najviac oslovili alebo si ich zapamätali, ktoré billboardy sa im páčia a ktoré naopak nie. Ktorá reklama bola podľa nich účinná (presvedčila ich, aby podľa nej konali) a ktorá nie a prečo?

Nechajte žiakov, aby sa rozdelili do menších skupín a určite im čas, ktorý majú na tvorbu reklamnej kampane.

Povedzte im, že súčasťou prípravy reklamnej kampane je aj úvodná skupinová diskusia o tom, kto je ich cieľová skupina, ako si myslia, že ju najlepšie oslovia, ako formulovať reklamné posolstvo tak, aby si ho ľudia zapamätali.

Nechajte na žiakoch, aby sa sami rozhodli pre najúčinnjší spôsob reklamy – bude to billboard, reklamný spot, reklamný inzerát v časopise, zvučka v rozhlase alebo niečo iné? Alebo si niektoré skupiny rozdelia úlohy a vytvoria reklamnú kampaň zloženú z viacerých prvkov?

Po uplynutí času nechajte jednotlivé reklamné agentúry predstaviť svoju kampaň. Ohodnotte pozitíva každej z nich a porozmýšľajte, či ich viete aj nejako dostať k „cieľovej skupine“ (napr. zavesiť plagáty v škole, natočiť reklamný spot ako video a zavesiť na Facebook, zverejniť reklamný inzerát v školskom časopise alebo na webstránke školy).

## ŠTRUKTÚRA PROJEKTU VYUČOVACEJ JEDNOTKY, 6. ROČNÍK

<b>Ročník: šiesty</b>		<b>Trieda:</b>		<b>Predmet: Etická výchova</b>	<b>Vyučujúci:</b>
<p><b>Tematický celok:</b> Vzory  <b>Učivo:</b> Pozitívne vzory v každodennom živote  <b>Cieľ:</b> Žiak vie samostatne v argumentoch obhájiť výber svojho pozitívneho vzoru. Vplyv prezentácie vzorov v médiách na výber osobných vzorov  <b>Učebné pomôcky:</b> ukážky filmov, videozáznamy z archívu napr. TV , obrázky známych osobností, pero, papier</p>					
Čas	Pomenovanie pedagogickej situácie	Učebné požiadavky	Súbor učebných úloh	Priebeh pedagogickej situácie (činnosť učiteľa, učebné činnosti žiakov, metódy a formy práce, diagnostická, reflexívna a hodnotiaci činnosť)	
8'	Opíš známu osobnosť	Žiak vie na základe indícií určiť meno osobnosti	Vybraný žiak má za úlohu opísať človeka, ktorého meno je na kartičke spolužiakom a oni ho majú uhádnuť.	Učiteľ/ka vyvolá dobrovoľníka, ktorý ide pred tabuľu. Dostane kartičku s menom slávnej osobnosti. Ostatným spolužiakom sa snaží osobu na papieriku opísať bez toho, aby prezradil meno. Spolužiak, ktorý uhádne, ide následne pred tabuľu a pokračuje. Známe osobnosti: Dominika Cibulková, Andrej Kiska, Madonna, primátor mesta, Arnold Schwarzeneger, Rytmus, Dara Rolins, Peter Sagan....alebo filmových hrdinov/ky- Frozen, Špiónky... Po aktivite žiaci zhodnotia, čo mali osobnosti spoločné ( v čom sú známe, čo v živote resp. vo filme dokázali, prečo sú slávni, aké majú vlastnosti a pod.).	
6'	Kto je pre nás vzorom	Žiak vie vysvetliť potrebu vzoru v živote každého z nás. Dokáže argumentovať, na základe čoho si ich vyberáme.	Úlohou žiakov je povedať, prečo sú vzory v živote každého z nás dôležité, prečo si ich vyberáme.	Metóda riadeného rozhovoru: Učiteľ/ka sa spýta sa žiakov, koho možno považovať za svoj vzor a z akých rôznych oblastí života môžu pochádzať naše vzory. Keď niekto odpovie, učiteľ/ka ho vyzve, aby to prišiel zapísať na tabuľu. V prípade, že by s tým mali problém, bude ich navádzať otázkami. V ďalšej úlohe sa učiteľ/ka bude žiakov pýtať, prečo sú podľa nich vzory dôležité a prečo vlastne niekoho považujeme za svoj vzor. Návrhy budú chodiť opäť zapisovať na tabuľu.	
7'	Osobnosti spoločného života	Žiak vie uviesť príklad jedného vzoru osobnosti z celospoločnosti	Úlohou žiakov je vybrať a charakterizovať danú osobnosť.	Premietneme ukážku napr. z relácie Smotánka, resp. Reflex. Žiaci sa rozdelia do skupín. V rámci skupiny sa dohodnú na jednom vzore, ktorý by podľa nich uznávala celá spoločnosť. Upozorníme žiakov na to, aby zvolili osobnosť, ktorú by mohli všetci ľudia v spoločnosti, v ktorej žijete považovať za	



		čenského hľadiska.		svoj vzor, príklad človeka, ktorý niečo urobil pre spoločnosť (naše mesto, krajinu)
8'	Aktivita 2: <b>Hviezdy sú na dosah (hrdinovia z televíznych obrazoviek)</b>	Žiak vie poukázať na správanie a skutky svojich televíznych vzorov.	Žiak má uviesť dôvod prečo je pre neho daná osoba vzorom.	Žiaci opíšu svojho filmového hrdinu. Keď dopíšu, učiteľ/ka ich bude vyzývať k tomu, aby každý prezentoval to, čo napísal a bude im klásť otázky typu: „Prečo si si vybral/a tento vzor? Čo sa Ti na ňom páči/nepáči? V čom by si sa chcel/a svojmu vzoru podobáť?“ Aké dobré skutky urobil/a, ako sa správa. Na druhú stranu napíšte jeden negatívny vzor prezentovaný v danom filme.
6'	Pozitívne vlastnosti osobnosti	Žiak vie vymenovať 5 vlastností, ktoré by vzor mal mať.	Žiaci napíšu na papier, aké vlastnosti by mal mať vzor.	Slovná metóda – metóda riadeného rozhovoru, metóda písomnej práce. Vzor by mal mať tieto vlastnosti: (priateľský, dobrosrdečný, cieľavedomý, múdry, vtipný, inteligentný, zodpovedný, úprimný, empatický, pracovitý, vzdelaný, nápomocný.....) Žiaci prečítajú vlastnosti, ktoré si napísali. Na záver zhrnieme vlastnosti, ktoré by mal mať niekto, koho považujeme za vzor.
10'	Náš celospoločenský vzor-celebrity a hviezdy	Žiak vie zhrnúť najdôležitejšie vlastnosti vybraného mediálneho vzoru a vytvoriť obhajobu, prečo ich vzor by mal byť „najuznávanejším, vie si uvedomiť vlastný kritický prístup pri preberaní vzoru z médií	Žiaci v rámci skupiny spracujú najdôležitejšie vlastnosti mediálneho vzoru, ktorého si vybrali. Každá skupina následne svoj vzor prezentuje a bude ostatné skupiny argumentami presviedčať o tom, že nimi vybraný vzor je ten „najuznávanejší“.	Žiaci sa rozdelia do skupín ( 4/5 skupín po 5/6 žiakov). V rámci skupiny sa dohodnú na jednom vzore, ktorý by mala podľa ich názoru uznávať celá spoločnosť, v ktorej žijú. Môže byť živá alebo aj nežijúca osoba. Dôležité je, aby vychádzali z toho, že daná osobnosť urobila niečo pre spoločnosť, svet. Ak žiaci nebudú vedieť, učiteľ/ka pripraví príklady osobností z rôznych sfér života (slovenských, zahraničných) napr. P. Demitra, Marika Gombitová, A. Einstein, Mária Terézia, Matka Tereza, princezná Diana, A. Sládkovič, Bill Gates, Stephen Hawking, Madonna, a pod. Zamyslíme sa nad stereotypným zneužívaním pojmu „hviezda“, „celebrita“. Žiakov inšpirujeme k zamysleniu sa, či takto nepodliehajú istej „mediálnej manipulácii“ a preberaniu mediálnych vzorov bez vlastnej kritickej reflexie.

Spracovala K. Čižmarová

## 7. ROČNÍK TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANÝCH TÉM MV

### 1. Byť sám sebou

- Vedieť obhájiť svoje práva a názory vo virtuálnom-komunikačnom prostredí.
- Dodržiavanie pravidiel netikety.
- Ako byť sám sebou na sociálnej sieti – výhody a nebezpečenstvá.
- Obrana voči hejterom.

### 2. Kognitívna a emocionálna empatia

- Čo prežíva osoba, ktorá bola v médiách nepravdivo, negatívne vykreslená? Aké sú možnosti ochrany súkromia?
- Mediálne správy o znevýhodnených sociálnych skupinách ( Rómovia, migranti... ) .
- Asertivita - ako dosiahnuť svoj cieľ prostredníctvom asertívnej e-mailovej komunikácie.
- Ako prejaviť empatiu na sociálnej sieti.

### 3. Etické aspekty vzťahov vo vlastnej rodine a tvorivosť

- tvorba reportáže o „rodinnom príslušníkovi“,
- tvorba mediálneho produktu s výzvou na pomoc človeku/ľuďom v núdzi.

## UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM. 7. ROČNÍK

### 1. BYŤ SÁM SEBOU: Nehejtujem, viem sa brániť v kyberpriestore

**Všeobecný cieľ:** Vedieť obhájiť svoje práva a názory vo virtuálnom-komunikačnom prostredí, vedieť sa chrániť a brániť voči hejterom, flamingu, trollingu.

**Kognitívny cieľ:** Poznať a osvojiť si základné pojmy týkajúce sa prejavov netolerancie na internete, poznať prostriedky obrany a pomoci v kyberpriestore.

**Afektívny cieľ:** Odsúdiť všetky prejavy netolerancie, byť sám sebou, nebáť sa vyjadriť svoj názor.

**Konatívny cieľ:** Realizovať taký spôsob komunikácie v e-priestore, ktorá vylučuje všetky formy netolerancie.

**Obsah:** manipulácia a tlak skupiny, príklady presadenia sa v rôznych situáciách, tolerancia a rešpekt, odmietnutie nevhodného návrhu, zodpovedná sloboda jedinca, nepodľahnúť citovému vydieraniu, (riešenie konkrétnych manipulatívnych situácií asertívnym spôsobom, vedieť povedať nie!)

#### **Metodické usmernenie:**

- *Postupne treba žiakom vysvetliť základné pojmy:*

**Hejter** – nenávisník

**Hejtovať** – na internete šíriť nenávistné prejavy voči skupinám odlišujúcich sa na základe rasy, národnosti, sexuálnej orientácie ...

**Hate speech ( cyberhatte)** – nenávistný, hanlivý prejav, diskriminujúca agresia voči „odlišným ľuďom“...

**Flaming** - „chrlenie plameňa“, zverejňovanie urážlivých správ.

**Trolling** – zverejňovanie provokatívnych, urážlivých komentárov, ktoré nesúvisia s témou, ale majú za cieľ upútať pozornosť.

**Pozrieť napr. :** <http://preventista.sk/info/nekrmte-trollov/>

- Základným informačnými zdrojmi pri všetkých témach antidiskriminačnej a tolerantnej komunikácie na internete sú:

[www.zodpovedne.sk](http://www.zodpovedne.sk) <http://kybersikanovanie.sk/>

- Odporúčame stiahnuť si základnú literatúru **Deti v sieti**, dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/index.php/en/component/jdownloads/finish/1-knihy-a-prirucky/9-kniha-deti-v-sieti-2013-14>

- *Výborné aktivity na rozličné témy k tejto problematike získate na:* <http://kybersikanovanie.sk/index.php/aktivity>

- *Pozrite si úvodné video a vyberte si konkrétnu tému:*



<http://www.zodpovedne.sk/index.php/en/nehejtuj-sk>

Príklad hejtovania voči spevákovi Mirovi Jarošovi a jeho obrana, článok **Miro Jaroš ako detský spevák nie je každému po chuti: Pre hejterov má však jasný odkaz!** Dostupný na: <https://www.cas.sk/clanok/434605/miro-jaros-ako-detsky-spevak-nie-je-kazdemu-po-chuti-pre-hejterov-ma-vsak-jasny-odkaz/>

### **AKTIVITA 1: Ako zostať sám sebou na sociálnej sieti**

**Realizácia:** Žiaci vyhľadajú na sociálnej sieti také skupiny, v ktorých prevažujú negatívne správy o jej členoch a diskutujú, ako by sa oni zachovali pri komunikácii v takejto skupine.

TIPY PRE DETI A TÍNEDŽEROV, krátené podľa Deti v sieti, s. 67, dostupné na: <http://www.zodpovedne.sk/index.php/en/component/jdownloads/finish/1-knihy-a-prirucky/9-kniha-deti-v-sieti-2013-14>

- Ak sa ti na internete niečo nepáči alebo ťa vystraší, ihneď zo stránky odíď. Môžeš si vybrať, na čo sa budeš pozerat'.
- Vždy môžeš povedať nie. Môžeš sa rozhodnúť, čo chceš robiť ty podľa seba a nie podľa toho, čo povedia alebo robia ostatní. Skutoční kamaráti to pochopia a nebudú ťa nútiť do niečoho, čo nechceš.
- Žiadny problém nevyriešiš ubližovaním ostatným alebo sebe. Na internete môžeš nájsť múdre veci a užitočné rady, ale aj také, ktoré ti viac uškodia než pomôžu.
- Never všetkému, čo si niekde prečítaš.
- V ťažkých chvíľach sa obráť na niekoho dospelého, dobrého kamaráta alebo na bezplatnú linku Pomoc.sk (116 111). Vo svojom živote zažiješ aj pochybnosti, sklamanie a trápenie. V prvej chvíli sa ti tvoj problém môže zdať neprekonateľný, ale v skutočnosti sa vždy dá nájsť nejaké riešenie.
- Aj ty môžeš pomôcť svojmu kamarátovi alebo niekomu na internete, ak to práve potrebuje.

**Reflexia:** Odsúdenie nevhodného, manipulatívneho správania sa účastníkov trolingu. Vypracovanie triedno-skupinových zásad pozitívnej komunikácie na sieti.

## **2. KOGNITÍVNA A EMOCIONÁLNA EMPATIA**

### **Empatia a ochrana osobnosti v mediálnom priestore**

Dôsledky neoverených, nepravdivých mediálnych správ. Vcítienie sa do postavenia človeka, ktorý bol nepravdivo negatívne zobrazený v médiách, možnosti ochrany súkromia osobnosti.

**Kognitívny cieľ:** Poznať základné práva ochrany osobnosti.

**Afektívny cieľ:** Prejaviť empatiu ľuďom, ktorí boli poškodení nepravdivými informáciami.

**Konatívny cieľ:** Poskytnúť pomoc a podporu spolužiakovi, o ktorom sa šíria na sieti nepravdivé, negatívne informácie.

### **AKTIVITA 1: Pani Kajšmentke**

Ukážka o medializácii chyby ženy, pani Beáty Štipalovej - ako sa cítila pri tomto negatívnom zobrazení? V článku je svedčenie o tom ako prežíva dôsledok nesprávnej odpovede v jolkárskej súťaži Páli Vám to ?.

<http://www.cas.sk/clanok/352667/najbolestivejsia-spoved-pani-beaty-vysmech-za-kajšmentke-riesim-s-pravnikom/> (3.12.2016)

**Reportáž dostupná na:** [https://www.youtube.com/watch?v=Duzs7PQWg\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=Duzs7PQWg_8) (3.12.2016)

**Úloha:** Nájdite ďalšie mediálne správy o tejto udalosti.

**Reflexia:** Diskutujte aj to tom ako by ste sa cítili deti v podobnej situácii. Či by im osobne takáto medializácia nevadila, či by to „napravili peniaze“ (pani na tom v konečnom dôsledku zarobila).



### **AKTIVITA 2A: Stereotypné správy o znevýhodnených sociálnych skupinách, Rómoch...**

#### **Úvod do problematiky:**

Médiá sa niekedy podieľajú aj na posilňovaní negatívnych stereotypov, na vzniku a intenzite etnicky motivovaných konfliktov, ba aj na šírení etnickej i národnostnej neznášanlivosti. Na základe etnických stereotypov prezentovaných v médiách si majorita často vytvára na etnické menšiny negatívny názor. Najmä komerčné a bulvárne médiá vnímajú tému **diskriminácie ako atraktívnu**, ktorá stojí za povšimnutie a použitie „len“ pokiaľ sú s ňou spojené aj nejaké ďalšie vzrušujúce skutočnosti, ktoré „by pritiahli pozornosť publika“.

#### **Učiteľom odporúčame sa inšpirovať napr. z:**

Občan a demokracia: Ako slovenské médiá tlmočili verejnosti informácie o (anti)diskriminácii.

Dostupné na: [odz.sk/wp-content/uploads/ODZ\\_Analyza\\_medii\\_diskriminacia.doc](http://odz.sk/wp-content/uploads/ODZ_Analyza_medii_diskriminacia.doc)

Diskutovať so žiakmi článkoch (aj o miere pravdivosti napísaného):

<http://romovia.sme.sk/c/20067564/obraz-romskej-mensiny-v-slovenskych-mediach.html>,

<http://spravy.pravda.sk/svet/clanok/242471-die-weltwoche-pise-o-romoch-z-vychodnej-europy-ako-o-lumpoch/>

[http://www.noveslovo.sk/c/Manusa\\_sam\\_savore\\_Vsetci\\_sme\\_ludia](http://www.noveslovo.sk/c/Manusa_sam_savore_Vsetci_sme_ludia)

**Úloha, odporúčanie:** Vždy vyhľadať a porovnať viaceré články k danej téme. Kriticky reflektovať pravdivosť/nepravdivosť mediálnych správ.

### **AKTIVITA 2B: Stereotypné správy o migrantoch**

**Žiakov upozorníme,** že teraz zase podliehame negatívnym stereotypom o migrantoch.

a) Premietneme po častiach sociálnu reklamu Homofóbia

Diskusia k prvej časti : Čo si myslíte, o čom bude ďalej obsah? ( niektoré odpovede asi budú aj: - o muslimskom teroristovi).

Premietneme video do konca a diskutujeme o našich predsudkoch

Homofóbia: <http://osocio.org/message/playing-with-prejudices-about-muslims/>

**Reflexia:** Nesúdiť iných podľa vonkajších znakov ani na základe stereotypov a našich predsudkov.

b) Premietneme video o chlapcovi, synovi migranta „Najnebezpečnejší migrant“



dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=E8jxb9FIwoQ>





Faisal utiekol z Afganistanu a chcel sa dostať do Nemecka, no nakoniec začal nový život Bratislave.

Článok dostupný na: <https://dennikn.sk/622909/na-slovensku-ma-najprv-povazovali-za-cigana/?ref=top-cl>

**Iné zdroje, pozitívne reakcie:**

Topky, 21.04.2016 16:00 :

<http://www.topky.sk/cl/11/1542277/Ceskom-otriasa-skandal-na-skole--VIDEO-Boj-za-muslimsku-spoluziacku--ziaci-nalozili-dospelym>

TEPLICE – Českí gymnazisti ukázali, ako veľmi im záleží na spolužiačke, ktorú majú radi. Eman Ghalebová sa stretla s viacerými útokmi kvôli svojej údajnej propagácii islamu a niektorí dokonca požadovali jej vylúčenie zo školy.

**Reflexia:** Ako by ste sa zachovali vy? Aký názor máte na dodržiavanie istých kultúrnych znakov/zvykov aj v prostredí, kde to nie je žiadúce? Stretli ste sa už s tým, že vás ľudia/spolužiaci odsudzovali za to, že ste boli inak oblečení? Ako ste sa cítili?

### **3. ETICKÉ ASPEKTY VZŤAHOV VO VLASTNEJ RODINE A TVORIVOSŤ** **Rodinný príslušník môj vzor, reportáž**

**Všeobecný cieľ:** Žiak dokáže prejavovať empatiu a tvorivosť v prosociálnom správaní, v kruhu rodiny, je schopný reflektovať pozitívne vlastnosti svojich rodinných vzorov, snaží sa tieto vlastnosti tiež budovať aj u seba.

**Kognitívny cieľ:** Vedieť porovnať a rozlišovať odlišiť prosociálne vlastnosti od antisociálnych.

**Afektívny cieľ:** Podriadiť sa príkazu vlastného svedomia: „Pozitívne názory a postoje preberám a osvojujem si ich, negatívne odsudzujem.“

**Konatívny cieľ:** Rozvíjať vlastnú kritickú reflexia pozitívnych a negatívnych vlastností členov rodiny, konať zodpovedne, v zmysle práv, ale aj povinností. Nadobudnúť praktické zručnosti potrebné pri tvorbe reportáže.

#### **AKTIVITA 1A: Som reportér**

**Cieľ:** vytvoriť návrh vlastného mediálneho produktu (rozhovor, časopis, reportáž, správu pre médiá). Žiakov naučíme žiakov zásady správneho vedenia rozhovoru; žiaci môžu pracovať v skupinách a vybrať si rôzne okruhy problematiky-životné prostredie, šport, kultúra, hudba, móda, zdravie, počasie... a spracovať ho rôznymi mediálnymi nástrojmi a technikami, podľa aktuálnych podmienok v triede/škole.

Obsahové predpoklady :

1. Ako viesť rozhovor
2. Čo je témou rozhovoru
3. Čo sa chceme dozvedieť
4. Čo chceme, aby sa poslucháč dozvedel
5. Koho sa to chceme pýtať

6. Aké otázky budeme klásť
7. Aký bude scenár rozhovoru
8. Aká bude prvá otázka (vstupná)

### AKTIVITA 1B: Reportáž „Môj vzor“

Túto aktivitu zadáme ako domáci, dlhšie trvajúci projekt. Pri realizácii žiaci využijú doterajšie vedomosti a skúsenosti nielen z mediálnej výchovy, ale aj etickej výchovy. Ich úlohou je vytvoriť podľa vlastného výberu reportáž – tlačovú/textovú, rozhlasovú/ auditívnu, video-reportáž. Obsahom reportáže má byť zobrazenie pozitívneho vzoru, blízkeho človeka.

Na konci zadaného termínu žiaci prezentujú svoje reportáže na vopred určených miestach (nástenkách, školských, triednych internetových stránkach...).

Vyhlásime anketu/ súťaž o najlepšiu reportáž, hodnotia nielen žiaci triedy, ale aj iných tried/školy. Víťaza odmeníme.

**Reflexia:** Na záver uskutočníme besedu s autorom víťaznej reportáže, príp. aj za účasti zobrazovaného človeka.

## PROJEKT NA VYUČOVACIU JEDNOTKU, 7. ROČNÍK

<b>Ročník:</b> siedmy	<b>Trieda:</b>	<b>Predmet:</b> Etická výchova	<b>Vyučujúci:</b>	
<p><b>Tematický celok:</b> Otvorená komunikácia</p> <p><b>Učivo:</b> Internetová komunikácia</p> <p><b>Cieľ:</b> Žiak vie charakterizovať pojem komunikácia, vie vymenovať druhy a význam internetovej (elektronickej) komunikácie, pozná možné osobné a spoločenské dôsledky virtuálneho komunikačného prostredia, vie sa chrániť a brániť voči hejterom, flamingu, trollingu.</p> <p><b>Učebné pomôcky:</b> PC, písacie pomôcky, papier, kartičky</p>				
<b>Čas</b>	<b>Pomenovanie pedagogickej situácie</b>	<b>Učebné požiadavky</b>	<b>Súbor učebných úloh</b>	<b>Priebeh pedagogickej situácie</b> (činnosť učiteľa, učebné činnosti žiakov, metódy a formy práce, diagnostická, reflexívna a hodnotiaci činnosť)
5'	Komunikácia v našom živote	Žiak vysvetlí význam komunikácie v bežnom živote	Žiaci majú uviesť príklady nožnej komunikácie: - rozhovor s priateľom v triede - rozhovor s priateľom vo virtuálnom priestore	Práca vo dvojiciach, tému rozhovoru si môžu zvolit' ľubovoľne, prípadne dáme možnosť voľby a ponúkžeme témy (zážitok zo školského futbalového zápasu, príprava na triedny večierok a pod.)



15'	Elektronická komunikácia <b>Aktivita:</b> <b>Ako zostať sám sebou na sociálnej sieti</b>	Žiak pozná druhy elektronickej komunikácie	Žiaci vytvoria ukážku elektronickej komunikácie, resp. vytvoria skupinu s dohodnutým zameraním- napr. ochrancovia prírody, naša trieda, naša škola a pod.	Brainstorming , diskusia o tom, načo slúžia skupiny, aký význam má facebook, aký slovník používame pri komunikácii. Vyzdvihneme pozitíva i negatíva elektronickej komunikácie, ako môžeme pomôcť svojmu kamarátovi alebo niekomu na internete, ak to práve potrebuje.
10'	Internet ako zdroj informácie	Žiak vie vymenovať pozitíva i negatíva používania internetu	Žiaci pomocou PC vyhľadajú na internete stránky venované napr. športu, politike, kultúre, literatúre a pod.	Učiteľ rozdelí jednotlivé oblasti, ktoré budú žiaci vyhľadávať na internete. Potom metódou riadeného rozhovoru. Žiaci vysvetliť vlastnými slovami čo sa dozvedeli o danej oblasti, ako nám internet pomáha získavať nové informácie.
10'	Internet ako zdroj zábavy	Žiak vie vymenovať základné oblasti zábavy ponúkané na internete-hry, filmy, facebook a i.	Žiaci vyhľadajú pozitívne a negatívne príklady komunikácie na facebooku	Diskusia na tému: Etické správanie na facebooku Nebezpečie diskusie s neznámymi ľuďmi, trolingu.
5'	Ako sa nestáť závislým od internetu	Žiak vie kriticky vyhodnotiť závažnosť závislosti a ich možné osobné dôsledky i následky na spoločnosť	Žiaci si počas týždňa urobia časový harmonogram na aký účel využívali internetové služby a koľko času strávili pripojením na internet	Učiteľ v záverečnej reflexii zdôrazní odsúdenie nevhodného, manipulatívneho správania sa účastníkov trolingu. Vyhodnotí činnosť žiakov počas hodiny a môže zadať úlohu vypracovať triedno-skupinové zásady pozitívnej komunikácie na sieti.

Spracovala K. Čižmárová

## 8. ROČNÍK: TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANÝCH TÉMY MV

### 1. Dobré meno a pravda ako etické hodnoty

- Interpretácia mediálnych obsahov: pravda a lož v médiách – viem to rozoznať?
- Ako si overiť pravdivosť informácie?
- Možnosti ochrany dobrého mena v médiách.
- Pomáhajú nám médiá upevňovať, alebo odstraňovať zaužívané stereotypy, predsudky?
- Tvorba plagátu, videa „Všetci sme si rovní“

### 2. Zdroje poznania ľudstva

- Mediálne zdroje poznania ľudstva v minulosti a dnes, príklady a porovnanie výhod a nevýhod.
- Efektívne spôsoby vyhľadávania informácií prostredníctvom rôznych typov médií.
- Hľadaj informácie pre rodostrom svojej rodiny, zostav ho.

### 3. Etické hodnoty a problémy spoločnosti

- Mediálne správy o „dobrých skutkoch“, o pozitívnych vzoroch.
- Mediálne vzory konzumnej spoločnosti – správy o „celebritách“.
- Mediálna etika a etika žurnalistu

### 4. Etika a ekonomické hodnoty

- Mediálna reklama a marketing.
- Etika reklamy, etický kódex reklamy
- Zneužívanie detí a seniorov v reklame.
- Sociálna reklama.

## UKÁŽKA PREZENTÁCIE VYBRANÝCH TÉM

### 1. DOBRÉ MENO A PRAVDA AKO ETICKÉ HODNOTY

#### Overovanie pravdivosť informácií na internete

**Všeobecný cieľ:** Žiak vie zistiť, ktorá informácia je pravdivá, zavádzajúca, neúplná alebo vymyslená/neppravdivá a nadobudne schopnosť tieto informácie na internete identifikovať.

**Kognitívny cieľ:** Naučiť žiakov overovať si pravdivosť mediálnych informácií.

**Afektívny cieľ:** Žiak odsudzuje mediálne šírenie nepravdivých, zavádzajúcich informácií.

**Konatívny cieľ:** Žiak dokáže prakticky používať internetové nástroje za účelom zistenia miery pravdivosti mediálnej správy.

#### AKTIVITA 1: Dôveryhodnosť internetových zdrojov

Prevzaté a upravené z: *Škola pre 21. storočie. Vysoko efektívne učenie Asociácia S. Kovalikovej Vzdelávanie pre 21. storočie na Slovensku 2*, dostupné na: <http://www.skola21.sk/kniznica/kurikulum/medialna-vychova>

#### Metodické usmernenie

Žiakov chceme naučiť používať tento postup pri overovaní informácií:

- dôsledne preskúmať webové sídlo (seriózne stránky majú uvedeného autora/správca),

- zistiť cieľ, účel a adresáta stránky,
- zistiť autora,
- všímať si objektivnosť (rozlišovať fakty od názorov),
- aktuálnosť, kedy boli informácie získané, zverejnené,
- porovnať získané informácie s inými zdrojmi napr. s encyklopédiami alebo s vyjadreniami odborníkov v danej oblasti.

([http://library.cutn.sk/Slovak/?page=internet\\_use\\_policy](http://library.cutn.sk/Slovak/?page=internet_use_policy))

## Metódy

Riadený rozhovor, diskusia v skupinách, skupinová a samostatná tvorivá práca.

**Motivácia**, otázky na zamyslenie: Kedy cítim, že môžem niekomu, niečomu dôverovať? Ako to vyzerá? Čo pritom cítim, vidím, počujem?

## Realizácia

a) spoločná úloha

Žiaci majú vytvoriť zoznam prejavov dôveryhodnosti v triede alebo v rodine z jedného zvoleného uhla pohľadu - cítim, vidím, počujem.

Triedu rozdelíme do 6-tich skupín. Skupiny vytvoria zoznam prejavov dôveryhodnosti vo vybranom prostredí. Každá skupina si vyberie jedno prostredie a jeden uhol pohľadu.

Napr. prostredie: trieda, uhol pohľadu - Ako vidím dôveryhodnosť v správaní spolužiakov?

Alebo prostredie: rodina, uhol pohľadu - Čo je počuť, ako sa správajú komunikujúci pri „dôveryhodnom správaní“?

b) riadený rozhovor na tému získavanie dôveryhodných informácií pre učenie sa.

Z akých zdrojov najčastejšie získavaš informácie? Ktoré zdroje považuješ za dôveryhodné? Prečo im dôveruješ, prečo nedôveruješ?

## c) Výberové aplikačné úlohy:

1. Napíš zoznam aspoň 7-tich informačných zdrojov, z ktorých môžeš získať informácie. Zoraď ich podľa miery dôveryhodnosti do tabuľky – dôveryhodné, menej dôveryhodné, nedá sa určiť, nedôveryhodné.
2. Roztried' predložené texty na dôveryhodné a nedôveryhodné. (Pri tejto aktivite žiakom rozdáme rôzne texty z časopisov, internetu, kníh a oni ich majú zatriediť podľa dôveryhodnosti. Zdôvodni svoje rozhodnutie a uveď, podľa akých kritérií ste rozhodovali.)
3. Zahraj scénu o tom, ako vznikajú nepravdivé informácie. Vystupujú v nej traja kamarátky/ti. Dve alebo dvaja z nich boli v kine, divadle či niečo počuli v škole. Rozprávajú o tom tretiemu kamarátke/ovi, hovoria skreslené, nepravdivé informácie (trvanie max. 3 min.).
4. Vytvorte vtipný reklamný slogan, ktorým presvedčíte ostatných, že je potrebné overovať zdroje získané z internetu (trvanie max. 1 min.).
5. Predstav si, že si mailom dostal článok o chlapcovi, ktorý má vážnu chorobu. Píše sa tam, že ak mail pošleš ďalším ľuďom, chlapcovi pomôžeš, pretože za každý email dostane 0,5 centa. Vypočítaj, koľko peňazí by dostal, keby si túto správu poslal 3 ľuďom a oni ďalším trom. Diskutujte v skupine, čo je cieľom takýchto mailov?

6. Vymysli báseň/rap/pieseň, ktorá obsahuje aspoň 3 odporúčania, kde a ako hľadať dôveryhodné informácie (aspoň 3 slohy).

### **Reflexia**

Záverečná diskusia, hodnotenie a plán budúcej činnosti:

Čo som si dnes uvedomil, naučil sa?

Ako som dnes prispieval k práci v skupine, do diskusií v celej triede?

Môžeme použiť sebahodnotenie - 5 prstov. Na pokyn učiteľa všetci žiaci naraz na prstoch jednej ruky ukážu viditeľne 0, 1, 2 až 5 prstov podľa výsledkov sebareflexie; 0 (zovretá päť) znamená - nebol som aktívny, len som sledoval iných; 5 (všetky prsty jednej ruky vystreté) znamená – bol som iniciatívny, prinášal som nové nápady, podporoval prácu ostatných.

**Môj akčný plán:** Vyber si jedno odporúčanie o overovaní informačných zdrojov, ktoré sa v nasledujúcom týždni budeš snažiť dodržiavať. Dohodni sa so spolužiakom, že priebežne sa ťa opýta, ako sa ti darí ho dodržiavať.

## **2. ETICKÉ HODNOTY A MÉDIÁ**

### **Mediálna etika a etika žurnalistu**

#### **Obsah:**

- význam novinárskeho etického kódexu, základné princípy,
- vonkajšie ( zákony) a vnútorné (etické kódexy) regulátory médií,
- právo na informácie kontra právo na ochranu osobnosti,
- odmietanie neetického prístupu v mediálnej tvorbe,
- neetické formy, prostriedky a prvky v mediálnych správach,
- zodpovednosť novinára a spoločenská zodpovednosť médií,
- poškodenie dobrého mena osoby prostredníctvom médií, možnosti ochrany osobnosti,

#### **Realizácia:**

1. Formou diskusie k ukážkam z neetického mediálneho zobrazovania udalostí a porovnávaním s etickým kódexom novinárov

(pozri na: <http://www.vydavatelja.sk/eticky-kodex-novinara-snn> ) analyzovať aktuálne neetické, negatívne mediálne správy a vyjadriť svoj názor.

2. Vyhľadať neutrálne a pozitívne mediálne správy, napr. o „dobrých skutkoch“, o pozitívnych vzoroch. Porovnať ich s negatívnymi mediálnymi interpretáciami (tej istej udalosti).
3. Ukázať na príkladoch mediálnych firiem (vydavateľstvá, televízne, rozhlasové spoločnosti) ako prispievajú k šíreniu sociálnych tém, idey pomoc ľuďom, charita, dobrovoľníctvo..

Ukážky napr. z relácie Reflex [videoarchiv.markiza.sk/video/reflex/cele-epizody](http://videoarchiv.markiza.sk/video/reflex/cele-epizody),

Občan za dverami, Modré z neba... : [modrezneba.markiza.sk/aktualne/663272\\_modre-z-neba-cele-pribehy](http://modrezneba.markiza.sk/aktualne/663272_modre-z-neba-cele-pribehy),

[www.tv-archiv.sk/obcan-za-dverami](http://www.tv-archiv.sk/obcan-za-dverami), <https://vsiedmomnebi.joj.sk/>

4. Špecifikovať etické zásady, ktoré by sa mali dodržiavať aj pri tvorbe školského časopisu/novín.

**Úloha:** Vytvoriť (v skupinách) etický kódex školského/ triedneho časopisu/novín.

### 3. ETIKA A EKONOMICKÉ HODNOTY

#### Mediálna reklama a marketing, etika reklamy

**Cieľ:** Žiak vie zaujať kritické stanovisko k významu, ale aj úskaliam marketingu a reklamy pre biznis a spoločenskú morálku. Dokáže posúdiť primeranosť výrazových prostriedkov reklamy vzhľadom na etiku reklamy, sám dokáže vytvoriť nejaký jednoduchý reklamný komunikát.

**Obsah:**

- identifikácia negatívnych a pozitívnych vlastností reklamy,
- význam reklamy pre formovanie ekonomického správania sa zákazníkov a ich postojov a názorov na tovar a služby,
- nákupné a spoločenské správanie, jeho ovplyvňovanie reklamou,
- dešifrovanie reklamnej manipulácie smerujúcej ku konzumnému správaniu sa.

#### AKTIVITA 1: Pravdivá a zavádzajúca reklama

**Pre učiteľa, poznámka:** Informovať žiakov o regulácii reklamy Zákonom o reklame a samoregulácii Etickým kódexom reklamnej praxe ( <http://www.rpr.sk/sk/eticky-kodex> ).

Zo zákona o reklame: **Zákon o reklame, č 141/2001 Z. z** , dostupné:

<http://www.rpr.sk/sk/zakony-o-reklame>

#### Reklama podľa zákona nesmie najmä:

- zneužívať dôveru spotrebiteľa,
- obsahovať čokoľvek, čo znevažuje ľudskú dôstojnosť, uráža národnostné cítienie alebo náboženské cítienie, ako aj akúkoľvek diskrimináciu na základe pohlavia, rasy a sociálneho pôvodu,
- propagovať násilie, vandalizmus alebo vulgárnosť a navádzať na protiprávne konanie alebo vyjadrovať s ním súhlas,
- ohrozovať fyzické zdravie ani psychické zdravie občana,
- zasahovať do práv iných osôb bez ich súhlasu,
- zneužívať dôveru maloletých osôb....

**Realizácia:** Žiakom ukážeme/ prečítame/ zobrazíme niekoľko ukážok zavádzajúcej reklamy, napr. :

1. <https://peterstetka.wordpress.com/2012/12/08/pravdiva-ci-klamliwa/> (3.12.2016)

pôvodný zdroj: <http://diva.aktuality.sk/clanok/35569/zakazali-reklamu-s-natalie-portman-vraj-klame-ludi/>

Cieľom tohto článku je upozorniť ľudí na klamlivé reklamy, poučiť ich a pripraviť ich aby takejto reklame nepodliehali a neuverili jej. Ide o kozmetické spoločnosti, ktoré zavádzajú o účinkoch ich produktov, pričom väčšinou ide o počítačovú úpravu vo photoshope.

2. Vizualne zavádzanie

Na obrázku môžeme vidieť reklamnú fotografiu nafukovacieho bazénika a vedľa reálnu fotografiu tovaru.



**1. Ukážka: Výroba reklamy na „šťavnatý, výborný, veľký „ Hamburger**

Cieľom tohto videa je objasniť divákovi prečo hamburgery na fotkách vyzerajú omnoho lepšie ako v skutočnosti. Toto video ukazuje ako sa ilustračná fotka vyrába a prečo sa na ňu produkt v skutočnosti nepodobá.



<https://www.youtube.com/watch?v=yHrNMknyavs> (3.12.2016)

**AKTIVITA 2: Ako môžeme byť aktívni aj my?**

Nahlasovanie nevhodných, zavádzajúcich, ... reklám na:

Rada pre reklamu: <http://www.rpr.sk/>,

formulár sťažnosti: <http://www.rpr.sk/sk/formular-staznosti>

**Príklad** nevyhovujúcej reklamy, ktorá bola zakázaná: <http://www.rpr.sk/sk/nalezyltgo-sk-opicaRada>

**Reflexia:** Diskusia o reklame, ktorá bola zakázaná – prečo, či s rozhodnutím súhlasia aj žiaci...



Iný príklad nevhodnej reklamy - zneužívanie detí v reklame je zakázané



## ROJEKT NA VYUČOVACIU JEDNOTKU, 8. ROČNÍK

<b>Ročník:</b> ôsmy		<b>Trieda:</b>	<b>Predmet:</b> Etická výchova	<b>Vyučujúci:</b>
<p><b>Tematický celok:</b> Masmediálne vplyvy - etika a ekonomické hodnoty</p> <p><b>Učivo:</b> Etika v reklame</p> <p><b>Cieľ:</b> Žiak vie posúdiť vplyv reklamy na výrobky, ktoré doma bežne používajú. Žiak oceňuje hodnotu slovenských výrobkov pre našu ekonomiku.</p> <p><b>Učebné pomôcky:</b> papier, pero, veľký papier na plagát, farebné fixky, dataprojektor, videá, farbičky, papiere, obaly z výrobkov/konkrétne výrobky</p>				
Čas	Pomenovanie pedagogickej situácie	Učebné požiadavky	Súbor učebných úloh	Priebeh pedagogickej situácie (činnosť učiteľa, učebné činnosti žiakov, metódy a formy práce, diagnostická, reflexívna a hodnotiacia činnosť)
15	Plná „chladnička/komora“	Žiak vie oceniť kúpu slovenských výrobkov.	Žiak dostane náhodný výrobok. Jeho úlohou je zamyslieť sa nad výrobkom, ktorý dostal a či daný výrobok majú doma. Žiaci uvedú argumenty, prečo by si daný výrobok kúpili a prečo nie.	Žiakom pustíme ukážku reklamy na produkty z Coop Jednota. Skupinová práca, diskusia, riadený rozhovor. Žiaci sedia v kruhu. Každý z nich dostane náhodne určitý produkt bežnej spotreby. Ich úlohou je obzrieť si produkt a zamyslieť sa, či by si ho kúpili alebo nie a odôvodniť svoje tvrdenie. Vzájomná diskusia o hodnote výrobkov, ktoré sme vybrali pre tieto aktivity. Medzi výrobkami sa musia nachádzať v pomere 2:3 slovenské výrobky, aby sme mohli zamerať pozornosť žiakov na ich význam. Učiteľka im dáva otázky typu: viete si predstaviť



				<p>Život bez tohto výrobku? aké faktory vás ovplyvnia pri kúpe – zloženie; cena; kvalita; vonkajší vzhľad; funkčná reklama, napr. propagácia známymi osobnosťami, a pod. Má pre vás význam, ak výrobok, ktorý kupujete je vyrobený na Slovensku? Prečo áno, prečo nie? Myslíte si, že slovenské výrobky sú kvalitnejšie?</p>
10	Ako poznám naše výrobky	<p>Žiak vie vymenovať aspoň 3 potravinárske výrobky, ktoré sa vyrobili na Slovensku.</p>	<p>Žiaci sa rozdelia do skupín po troch. Každá skupina dostane lístky s písmenkami. Úlohou bude, čo najrýchlejšie zostaviť 5 názvov výrobkov, vyrobených na Slovensku.</p>	<p>Práca v skupinách, po troch. Každá skupina dostane písmenka na jednotlivých papierikoch. Ich úlohou je poskladať názvy 5 výrobcov slovenských produktov. Pozor medzi písmenka zaradíme aj písmena, ktoré nikam nepatria, aby to nebolo také jednoduché. Prípadne môžeme zaradiť aj všeobecne známych výrobcov, ktorý nie sú slovenský, ale napr. český, aby žiaci viacej premýšľali. Následne si vyhodnotíme a prečítame výrobcov, ktorých sme v našom „scrabble“ našli. Poznáte týchto výrobcov a ich produkty?</p>

10	Čo to je?	Žiak vie uviesť špecifické vlastnosti niektorých slovenských výrobkov.	Žiaci si vyskúšajú, ako dobre poznajú slovenské výrobky. Jeden dobrovoľník si pozorne prezrie výrobok. Úlohou ostatných je uhádnuť o aký výrobok ide na základe otázok, ktoré mu budú dávať. Otázky musia byť položené jednoznačne, aby určený žiak mohol odpovedať len áno alebo nie.	Skupinová hra zameraná na hádanie o aký slovenský výrobok ide. Náhodne si vyberieme jedného zo žiakov (alebo podľa dobrovoľnosti), ktorému ukážeme výrobok, na ktorý sa budú ostatní pýtať. Úlohou žiaka je preštudovať daný výrobok, tak aby vedel, čo najlepšie zodpovedať na otázky. Žiak sa následne postaví pred skupinu spolužiakov a odvtedy sa jeho komunikácia obmedzí na odpovede áno/nie. Úlohou žiakov je pýtať sa otázky, aby prišli na to, o aký výrobok ide. Pri šikovnejšej skupine môžeme limitovať počet otázok, ktoré môžu položiť. Následne obmeníme dobrovoľníka a hra pokračuje ďalej s iným výrobkom.
15	Aktivita 1: Dnes nakupujem ja	Žiak vie vymenovať minimálne 5 faktorov, ktoré nás ovplyvňujú pri nákupe.	Žiaci vytvoria dvojice. Ich úlohou je ísť spolu nakupovať základné potraviny do domácnosti. Vysvetlia, čo ich ovplyvnilo pri nákupe? Spoločne si zapíšu 5 faktorov, ktoré zohľadňovali pri nákupe. (Úlohu môžeme obmeniť na inú	Práca vo dvojiciach, diskusia. Žiaci rozdelení do dvojíc spoločne spisujú, aké aspekty zohľadňujú pri kúpe výrobkov. Svoje kritéria si zapisujú na papier. Učiteľka sa prechádza pomedzi žiakov a môže im dopomôcť dopĺňujúcimi otázkami. Medzitým

			tému-napr. drogériu, vybavenie do kuchyne a pod.)	učiteľka pripraví do stredu kruhu veľký plagát so štvorčkami. Následne žiaci prezentujú svoj zoznam (každá dvojica musí uviesť minimálne 5 faktorov). Svoje kritéria zapisujú na plagát, zapíše sa kritérium a vyfarbia jeden štvorček v rade. Pokračuje ďalšia dvojica. Ak už ich kritérium zapísala niektorá z predošlých skupín, tak kritérium nedopisujú ale len vyfarbia ďalší štvorček pri danom kritériu. Takto sa nám vytvorí určitý diagram, na ktorom si môžeme následne uvedomiť faktory, ktoré nás ovplyvňujú pri nakupovaní. Plagát si možno následne vyvesiť v triede.
15	Aktivita 2: Náš život a reklama	Žiak vie vymenovať základné nástroje, ktoré využíva reklama na ovplyvňovanie spotrebiteľov.	Žiaci sa rozdelia na skupiny a sledujú ukážky troch TV reklám, ktoré sa snažia predať slovenské výrobky. Úlohou je pozorne sledovať, čo z reklamy ich najviac zaujalo? Čo využili tvorcovia, aby sa divákovi „dostali pod kožu“? (napr. reklama Coop Jednota)	Diskusia, skupinová práca. Učiteľka rozdelí žiakov do skupín po troch - štyroch. Všetkým žiakom premietneme ukážku troch dopredu vybraných reklám, ktoré propagujú slovenský výrobok. Reklamy si žiaci musia pozorne všimnúť. Následne je ich úlohou v skupine diskutovať a zapisovať, aké nástroje podľa nich

				<p>využívala daná reklama. Učiteľ sa prechádza pomedzi žiakov a dopomáha doplňujúcimi otázkami: Využívali reklamy nejaký chytlavý slogan? Aké farby dominovali v ukážkach? Všimli ste si nejakú hudbu v pozadí? Využila reklama aj nejaké známe osobnosti na propagáciu? A pod. Žiaci následne prezentujú svoje postrehy a spoločne určia najpoužívanejšie nástroje, ktoré sa využívajú v reklame.</p>
10	Darček pre cudzinca	Žiak vie zhodnotiť kvalitatívne vlastnosti slovenských výrobkov.	Každý žiak si samostatne vyberie jeden zo slovenských výrobkov/produktov, ktorý by daroval svojmu kamarátovi z cudziny. Svoju voľbu zdôvodní a prezentuje spolužiakom. Vysvetlí, podľa akých kritérií vyberal darček.	Učiteľka žiakom povie situáciu: „Od svojich 10-rokov si dopisujete prostredníctvom internetu s kamarátom z Nórska vďaka programu školy, ktorá utužuje medzinárodné vzťahy. Tento rok Vás pozvali, na pobyt k nim, aby ste poznali ich kultúru. Samozrejme, na návštevy sa nechodí s prázdnyimi rukami, preto je Vašou úlohou vybrať darček, ktorý by ste zobrali Vášmu nórskeho kamarátovi. Následne každý žiak prezentuje, prečo si vybral konkrétny dar.“

				Nasleduje diskusia v rámci skupiny, aké pozitíva má daný slovenský výrobok.
--	--	--	--	---

Spracovala K. Čižmárová

## 9. ROČNÍK: TEMATICKÝ OKRUH V ETV - IMPLEMENTÁCIA VYBRANEJ TÉMY MV

*V tomto ročníku prehľbujeme poznatky, schopnosti a zručnosti z predchádzajúcich ročníkov, využívame aj predtým uvedené zdroje, z ktorých vyberáme aktivity s vyšším stupňom náročnosti.*

### 1. Prehľbovanie komunikačných spôsobilostí

- Vlastná mediálna tvorba: tvorba samostatného projektu mediálneho zobrazenia vybraného problému a realizácia vybraného mediálneho produktu.

### 2. Masmédiálne vplyvy

- Význam médií v procese globalizácie: výhody, alebo ohrozenie národných kultúr?
- Mediálna manipulácia, komunikačné nástroje mediálnej manipulácie.
- Ako médiá vplývajú na mňa a na iných.

### 3. Závislosti

- Závislosť na informáciách.
- Facebooková depresia.
- Prokrastinácia.

### 4. Kyberšikana

- Identifikácia rôznych foriem kyberšikany.
- Kde hľadať pomoc, ako sa voči kyberšikane brániť.

## 1. MASMEDIÁLNE VPLYVY

**Cieľ:** Rozvíjanie kritického myslenia, vytváranie vlastného názoru na mediálne prezentované spoločenské problémy

### AKTIVITA 1: Dva uhly pohľadu , Mediálne zobrazovanie Rómov, migrantov.

**Realizácia:** Prezentujeme žiakom viaceré správy o tej istej udalosti, ktoré ju zobrazujú z rozličných uhlov pohľadu. Analyzujeme správy, diskutujeme o miere pravdivosti správ, vyjadrujeme svoje stanovisko, podložíme ho novými, doplnujúcimi správami.

**Napr.:**

1. Zásah v Rudňanoch: tlačová správa: <http://spravy.pravda.sk/regiony/clanok/350870-dalsi-sporny-zasah-romovia-tvrdia-ze-ich-policialti-pocas-patracej-akcie-bili/>

Z rómskeho uhla pohľadu: <https://www.youtube.com/watch?v=wyOPKKd7WyA>

2. Vrbnica : <https://www.youtube.com/watch?v=cjWLk3bS5D8rbnica>

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_FBBrit5h\\_0](https://www.youtube.com/watch?v=_FBBrit5h_0)

3. správa <http://spravy.pravda.sk/domace/clanok/361767-dubovcova-medializuje-len-policialne-zasahy-proti-romom-tvrdi-prezident-mimovladky-romskych-komunit/>

4. Článok: [http://www.noveslovo.sk/c/Manusa\\_sam\\_savore\\_Vsetci\\_sme\\_ludia](http://www.noveslovo.sk/c/Manusa_sam_savore_Vsetci_sme_ludia)

5. Správy o migrantoch:

Takýchto migrantov sa bojíme. Poslali by ste ich späť?

<https://www.youtube.com/watch?v=CypjbI3Lof8>

Opačný názor proti migrantom: <https://www.youtube.com/watch?v=gMWfO4NW2Wo>



**Reflexia:** V diskusii k jednotlivým komunikátom dbáme na to, aby žiaci nielen vyjadrovali svoj názor, ale kriticky analyzovali mediálne správy, overovali si ich pravdivosť z viacerých zdrojov a nadobúdali reálne poznatky o problémoch týkajúcich sa migrácie, vedieme ich k empatii, úcte a pomoci akémukoľvek človeku.

## 2. ZÁVISLOSTI

**Kognitívny cieľ:** Poznať a osvojiť si vedomosti o závislostiach, ich škodlivosti, dôsledkoch jednotlivých druhov závislosti: závislosti od fajčenia, alkoholu, omamných látok, hracích automatov, televízie, internetu...

**Afektívny cieľ:** Uvedomovať si príležitosti k vytvoreniu závislosti, byť schopný im odolávať, reflektovať mieru vlastnej slobody od rôznych závislostí. Žiak túži zostať slobodným a nezávislým, a to aj vo virtuálnom priestore.

**Konatívny cieľ:** Realizovať taký spôsob trávenia voľného času, ktorý je prevenciou nadobúdania závislostí.

**Všeobecne o závislostiach na :** <http://www.infodrogy.sk/>

Nelátkové závislosti, závislosť na internete:

<http://www.infodrogy.sk/index.cfm?module=ActiveWeb&page=WebPage&DocumentID=3811>

**Poznámky: základné pojmy a motivácia:**

**Závislosť na informáciách**, ktorá je charakterizovaná prehnaným, až chorobným hľadaním stále novších informácií po celý čas pripojenia na sieť bez ohľadu na obsah - tému a kvalitu informácií. Informáciou pre takto závislého je všetko, čo sa "v danom čase deje" – bez ohľadu na to, či ide o status na sociálnej sieti priateľa alebo odkaz na katastrofy či pokles kurzu meny. „**Faceboková depresia**“, ktorá sa vyvíja, keď ľudia trávajú veľa času na sociálnych sieťach. Týmto termínom označujú niektorí pediatri depresiu, ktorá sa vyvíja ak človek trávi veľa času na sociálnych sieťach. (Lekári, psychológovia ju však ešte nezaradili oficiálne do klasifikácie uznaných poškodení). Ľudia môžu mať depresiu napr. aj z obrazu šťastných, usmiatych ľudí, ktorých na sieti tak často vidia. Fotografie dobre vyzerajúcich rovesníkov, udalosti, ktoré rovesníci navštevujú a komentujú, počet on-line priateľov či príspevkov vytvára kredibilitu používateľa v on-line svete a zvyšuje jeho atraktivitu, a naopak, deprimuje takého, ktorý sa tým pochváliť nemôže. Táto depresia teda vzniká ak si používateľ na sieti nikto nevšima, je to strach z neúčasti na dianí vo virtuálnej komunite.

Neprijemný pocit ešte viac umocňuje fakt, ak naše pôsobenie na sieti zostáva bez povšimnutia priateľov. Výskumníci tento novodobý syndróm nazvali **FOMO** (skratka pre Fear Of Missing Out - Strach z vynechania zo spoločnosti). Pôvodne sa tento stav týkal reálneho sociálneho vylúčenia, potom sa preniesol aj do virtuálnej komunikácie na sociálnych sieťach. Syndróm sa prejavuje sa tak, že keď naše statusy či fotky dlhšiu dobu nikto nelajkne alebo nekomentuje, začneme sa cítiť menejcennými a nepotrebnými. Potreba niekam patriť je neuspokojená, máme strach zo spoločenského vylúčenia, čo môže viesť až k skutočným depresiám.

Uvedené závislosti často sprevádza tzv. prokrastinácia, čo je chorobné odkladanie povinností na neskôr. Tento jav je veľmi nebezpečný najmä u študentov v čase príprav na skúšky, kedy serióznu prípravu stále odkladajú a radšej čítajú na sociálnych sieťach. Prokrastinácia sa však nevyhýba ani zamestnancom v produktívnom veku, či vyhoreným manažérom.

**Učiteľ si pred zaradením týchto tém do vyučovania môže prečítať a čiastočne aj žiakom sprístupniť poznatky, ukážky z týchto zdrojov:**

<https://www.internetovazavislost.sk/druhy-zavislosti/> (na stránke je uvedený aj online test závislosti)

**Závislosť na internete**, dostupné na: <https://www.aktuality.sk/clanok/200785/zavislost-na-internete-je-podobna-ako-na-kokaine/> (3.12.2016) ..... v článku sú uvedené dôsledky takýchto závislosti

Môže využiť aj škálu internetovej závislosti od K. Youngovej (IAD), dostupné na: <http://www.infodrogy.sk/index.cfm?module=ActiveWeb&page=WebPage&DocumentID=3811>  
Skriningové vyšetrenie na diferenciaciu závislých a nezávislých užívateľov s modifikovanými kritériami podľa DSM-IV :

1. Cítite sa prehnane koncentrovaný na internet? (Rozmýšľate o predchádzajúcej činnosti na nete alebo sa už zaoberáte nasledujúcou činnosťou na ňom?)
2. Cítite potrebu zvyšovať čas strávený na internete, aby ste dosiahli uspokojenie?
3. Pokúšali ste sa opakovane neúspešne dostať pod kontrolu, znížiť alebo úplne zastaviť používanie internetu?
4. Cítite sa nepokojný, bez nálady, depresívny alebo podráždený, keď sa pokúšate obmedziť alebo úplne zastaviť používanie internetu?
5. Ostávate zvyčajne pripojený na internete dlhšie, než ste pôvodne zamýšľali?
6. Ohrozili alebo riskovali ste stratu významného vzťahu, práce, vzdelania alebo kariérovej príležitosti pre internet?
7. Klamali ste rodine, terapeutovi alebo niekomu inému, aby ste utajili rozsah svojej činnosti na internete?
8. Používate internet ako prostriedok na únik pred problémami alebo na uvoľnenie zlej nálady (pocitov viny, úzkosti, depresie...)?

**Vyhodnotenie:** Internetovo závislí: odpoveď áno na 5 alebo viac otázok, podobne ako pri diferencovaní PH. Ohrozenie internetovou závislosťou: odpoveď áno na 3-4 otázky

**Motivačné video: Detské závislosti:** [http://videoarchiv.markiza.sk/video/45255\\_detske-zavislosti](http://videoarchiv.markiza.sk/video/45255_detske-zavislosti)



### **Prokrastinácia**

Inšpirovať sa môžeme aj videom: <https://www.youtube.com/watch?v=3E4UiWs3dvA>

## **AKTIVITA 1: Koľko času trávim s....**

Iná stránka: <https://www.internetovazavislost.sk/druhy-zavislosti/> nájdeme aj online test internetovej závislosti

Učiteľ najskôr formou ankety zistí jednotlivé názory žiakov.

### **Môže sa inšpirovať týmito otázkami:**

- Koľko času denne tráviš na internete?
- Na akej sociálnej sieti si registrovaný/ná?
- Uviedol/la si vždy vo svojom profile pravdivé informácie?
- Koľko máš „priateľov“ na sieti? (odhad)
- Koľko z nich aj osobne poznáš? ( percentuálny odhad)?
- Ak by si si mal/la vybrať medzi osobným stretnutím a čítovaním, čo si zvolíš?

**Spracovanie výsledkov:** Kvôli úspore času môžeme anketu realizovať tak, že prečítame otázku, jednotlivé odpovede žiakov hneď zapíšeme do vopred pripraveného odpovedového hárku na tabuli, na konci napíšeme sumarizačné skóre za celú triedu.

**Diskusia:** Spoločne diskutujeme o výsledkoch ankety, žiakom dávame ešte doplňujúce otázky tak, aby si uvedomili možné nebezpečenstvo „internetových závislostí“.

## **AKTIVITA 2: Syndróm FOMO**

**Základná informácia:** Napr. z článku dostupného na:

<http://webmagazin.teraz.sk/zdravie/na-socialnych-sietach-sa-nieco-siri/126-clanok.html>

Keď sa pozriete, čo všetko zažili ostatní ľudia, aké sú ich životy vzrušujúce a dokonalé, tak začnete mať pocit, že vám niečo uniká. Bojíte sa, že o niečo prídete, ak ostanete doma pred televízorom. Zrazu začnete cítiť, že musíte byť na každej jednej party, že musíte chodiť na všetky festivaly a dovolenky, že musíte navštíviť všetky miesta a krajiny, aby ste nič nezmeškali.

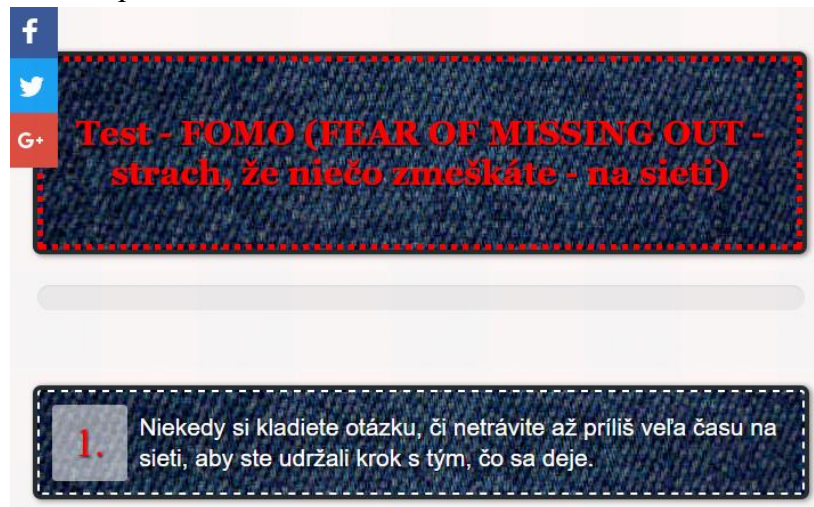
Syndróm FOMO spôsobuje, že sa človek bojí, že v živote niečo zmešká.

Ak na to nemáte dôvod, neprihlasujte sa príliš často na sociálne siete. Nepotrebuje predsa vedieť, kto sa kde včera opil a kto s kým strávil noc. Využívajte sociálne siete len na komunikáciu s priateľmi a známymi a na dohadovanie spoločného programu. Vyhnite sa tak úzkostiam a depresii.

Ak máte niekedy chuť ostať ležať doma na gauči, tak tam ostaňte. Nerobte niečo len pre to, aby ste boli všade a zažili toho čo najviac. Zažívajte to, čo reálne chcete prežívať. Nie to, čo vám podhadzujú sociálne siete.

**Diskusia** o tom ako trávia žiaci voľný čas.

Test závislosti FOMO podľa:



<http://www.displus.sk/psytesty/t334/>

### AKTIVITA 3: Poznáte sieť Happier?

Táto sieť bojuje proti syndrómu FOMO:

Článok: <https://strategie.hnonline.sk/spravy/779549-nova-socialna-siet-chce-sirit-pohodu>

Nataly Kohensi si po niekoľkoročnom študovaní výskumov a práci v online marketingu povedala, že bolo dosť negativity, depresie a závidosti a vytvorila novú sociálnu sieť Happier. Chcela tak najmä zbaviť užívateľov syndrómu Fomo. Stránka je v pozitívnej oranžovej farbe a ponúka ľuďom nie „lajknúť“ príspevok, ale „Usmiať sa naň“. Príspevok sa volá „Happy Thoughts“ - Šťastné myšlienky.

**Úloha:** Zadanie domáceho projektu, každý deň má žiak/žiačka publikovať pozitívnu myšlienku (s úsmevom) svojim priateľom na sieti.

**Reflexia:** Po týždni takejto komunikácie diskutujeme o tom, či sa zlepšili vzťahy v skupine, ako sa žiak/žiačka cítil pri písaní týchto správ, aké boli reakcie, ako sme sa cítili pri týchto reakciách.

### AKTIVITA 4: Trochu štatistiky

Aby si žiaci uvedomili, že zvyšovanie času stráveného v kyberpriestore je celosvetový trend ktorý začína byť nebezpečný.

Ako často využívate sociálne siete? <http://spravnyden.sk/podliehas-chatovaniu/>

	Slovensko		Európa		Svet	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Denne	58 %	66 %	57 %	57 %	42 %	48 %
Raz za týždeň	21 %	17 %	19 %	19 %	23 %	23 %
Menej často	10 %	9 %	12 %	11 %	15 %	12 %
Nevyužívam	11 %	8 %	12 %	13 %	20 %	17 %

**Reflexia:** Dokážete si predstaviť deň bez internetu?

**Zaujímavosti:**

**Medzinárodný deň bez internetu** Slávi sa od 2001, posledný januárový týždeň ( zväčša v sobotu, alebo v nedeľu), naposledy s heslom: "Odhlás sa a vráť sa do reality!"

**Svetový deň bez mobilu**, je vždy 6. februára.

Si závislý na mobile? <https://www.youtube.com/watch?v=xc1NRA59xV4> ... anketa v uliciach

**Deň pre bezpečnejší internet** pripadá na 8.februára.

**Diskusia** k uvedeným dňom: aké aktivity by sme mohli pripraviť v týchto dňoch, aby sme médiá/internet/siete využívali účelovo a nie „závislácky“.

**Iné:** Závislosť na elektronike, foto: [https://www.youtube.com/watch?v=m9wtF\\_GcP7g](https://www.youtube.com/watch?v=m9wtF_GcP7g) o závislých tínedžerkách.



## PROJEKT VYUČOVACEJ JEDNOTKY, 9. ROČNÍK

<b>Ročník:</b> 9	<b>Trieda:</b>	<b>Predmet:</b> Etická výchova	<b>Vyučujúci:</b>	
<b>Tematický celok:</b> Závislosti <b>Učivo:</b> Internet a závislosť <b>Cieľ:</b> Žiak vie charakterizovať pojem závislosť, zvlášť závislosť na informáciách, vie vymenovať iné druhy závislostí, pozná ich možné osobné a spoločenské dôsledky <b>Učebné pomôcky:</b> písacie pomôcky, papier, kartičky, PC				
Čas	Pomenovanie pedagogickej situácie	Učebné požiadavky	Súbor učebných úloh	Priebeh pedagogickej situácie (činnosť učiteľa, učebné činnosti žiakov, metódy a formy práce, diagnostická, reflexívna a hodnotiacia činnosť)
5'	Organizačné pokyny	Zápis do triednej knihy a zistenie dochádzky.		Vyučujúca vyzve žiakov aby povedali kto dnes chýba a urobí zápis do triednej knihy.
10'	Kto je závislý človek	Žiak si vytvorí predstavu o závislom človeku	Vyučujúci žiakom na hodinu prinesie nastrihané a zložené papieriky, na ktoré si žiaci napíšu svoju predstavu závislého človeka	Brainstorming , diskusia o tom, kto je závislý, kedy hovoríme o závislosti a v akých činnostiach sa závislosti môžu prejaviť. Uvedieme niekoľko známych osobností, ktoré zomreli na jednotlivé druhy závislostí. Konkrétnym príkladom bude Kurt Cobain, Amy Winehouse, Heath Ledger, Ernests Hemingway



10'	Internet ako zdroj informácie	Žiak vie vymenovať pozitíva i negatíva používania internetu	Žiaci pomocou PC vyhľadajú na internete stránky venované napr. športu, politike, kultúre, literatúre a pod.	Učiteľ rozdelí jednotlivé oblasti, ktoré budú žiaci vyhľadávať na internete. Potom metódou riadeného rozhovoru majú žiaci vysvetliť vlastnými slovami čo sa dozvedeli o danej oblasti, ako nám internet pomáha získavať nové informácie
5'	Internet ako zdroj zábavy	Žiak vie vymenovať základné oblasti zábavy ponúkané na internete-hry, filmy, facebook a i.	Žiaci vyhľadajú pozitívne a negatívne príklady komunikácie na facebooku	Diskusia na tému: Etické správanie na facebooku Nebezpečie diskusie s neznámymi ľuďmi
15'	Aktivita 1: Koľko času trávim na internete? Ako sa nestat' závislým od internetu	Žiak vie kriticky vyhodnotiť závažnosť závislosti a ich možné osobné dôsledky i následky na spoločnosť	Žiaci napíšu príklady pozitívneho i negatívneho používania sociálnych sietí (napr. závislosť na informáciách, syndróm FOMO, sociálna sieť Happier)	Učiteľ vykoná anketu medzi žiakmi, vyhodnotí výsledky ankety a činnosti žiakov počas hodiny Zároveň zadá úlohu: Žiaci počas týždňa urobia časový harmonogram, na aký účel využívali internetové služby a koľko času strávili pripojením na internet.

Spracovala K. Čižmárová

## ZHRNUTIE

Podnetom k vydaniu tohto didaktického materiálu bol medzi učiteľskou verejnosťou viackrát pertraktovaný problém nedostatku didaktických prostriedkov umožňujúcich efektívnu implementáciu prierezových tém do vyučovacích predmetov. Viaceré výskumy preukázali, že hoci učitelia teoreticky ovládajú čo a ako by mali vyučovať aby boli naplnené ciele prierezových vzdelávacích tém, chýbajú im vhodné učebné materiály, ktoré by zvýšili efektivitu ich práce. Učitelia z praxe sa vyjadrovali, že najviac čerpajú z online textov, preto by privítali najmä informácie a materiály systematicky štruktúrované a dostupné online, motivačné videá na prezentáciu konkrétnych prierezových tém a e-nosiče s komplexom pracovných textov a úloh pre žiakov. Prejavuje sa to najmä v takých predmetoch, ktorých obsah je prioritne zameraný na rozvoj osobnosti žiaka, medzi ktoré patrí aj etická výchova. Pre učiteľov je časovou záťažou hľadať a tvoriť vhodné učebné materiály a následne ich aplikovať do účinného modelu výučby tak, aby boli naplnené všetky požadované ciele vzdelávacieho obsahu. Rozvoj kritického myslenia, schopnosť analyzovať a kriticky hodnotiť súčasné spoločenské problémy je cieľom nielen mediálnej a etickej výchovy, ale je to aj požiadavka moderného vzdelávania. Aby sme ho vedeli naplniť (zväčša prostredníctvom usmerňovanej diskusie), potrebujeme množstvo podnetov, didaktických materiálov, ale aj vhodných verejne prístupných komunikátov, ktoré môžu tvoriť základ následnej kritickej reflexie. Niekoľko hodnoverných, ale aj diskutabilných vyvolávajúcich polemiku sme podľa nášho uváženia vybrali a ponúkame ich učiteľom na následné tvorivé uplatnenie vo vyučovacom procese.

Vydaním súboru mulimediálnych DVD chceme prispieť k efektívnej implementácii prierezových tém vo vyučovacom predmete etická výchova. Autorky pri tvorbe vychádzali zo zmien v inovovanom Štátnom vzdelávacom programe - všeobecných cieľov, kurikula etickej výchovy a odporúčaní k obsahu mediálnej výchovy zaraďovanej do vyučovania v základných školách ako prierezová téma.

**Názov: Mediálna VÝCHOVA ŽIAKOV V PREDMETE ETICKÁ VÝCHOVA**

Podnázov: Multimediálny didaktický materiál pre učiteľov základnej školy

© **Autorky: doc. RNDr. Katarína Čižmárová, CSc., prof. PaedDr. Eva Poláková, PhD.**

Vedúca projektu: Prof. PaedDr. Eva Poláková, PhD.

Recenzentky: PhDr. Andrea Klimková, PhD. , doc. Mgr. Lucia Spálová, PhD.

© Obálka: Michaela Šatarová

Náklad: 80 ks

Rozsah: 88 strán, 5,41 AH (1 reálna strana = 1,23NS)

Vydavateľ: Belianum. Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici

Edícia: Pedagogická fakulta UMB v Banskej Bystrici

Vydanie: prvé

Rok vydania: 2017

**ISBN 978-80-557-1225-3**