Buďte sebavedomí:
Školské workshopy na tému spokojnosť s vlastným telom

V jedinej lekcii

Sprievodca workshopom pre učiteľov

Dove projekt sebadôvery

dm

Zdroje a výsledky učenia

V PRIEBEHU TOHTO WORKSHOPU ŠTUDENTI:

- **Porozumejú koncepcii ideálneho vzhľadu** a tomu, odkiaľ sa berie tlak na jeho dosiahnutie.
- **Upevnia svoju mediálnu gramotnosť** a preskúmajú, ako často sú obrázky a správy, ktoré v reklame, filmoch alebo na sociálnych médiách vídajú, manipuláciou s pravdou.
- **Vytvoria stratégie na to, ako odolať tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu**, ako sa vyhnúť porovnávaniu, ako bojovať proti ideálnemu vzhľadu a ako zvýšiť spokojnosť s vlastným telom.

ZDROJE A MATERIÁLY, KTORÉ BUDETE POTREBOVAŤ:

Materiály pre workshop s jednou lekciou

Sprievodca workshopom

Prezentácia workshopu

Tri pracovné listy (jedna súprava pre každého študenta)

Diskusné kartičky
(jedna stránka na zdieľanie medzi šiestimi malými skupinami)
VOLITEĽNÉ: **Kartičky s definíciami**
(jedna stránka na zdieľanie medzi štyrmi malými skupinami)

Podnetné filmy:

- „Dove: Evolution“

Tento film študentom názorne predvádza premenu vzhľadu jednej modelky od jej prirodzeného stavu po konečný obrázok použitý v reklame.

- „Dove: Zmeň jednu vec“

Tento film študentom odhaľuje skutočnosť, že túžba zmeniť niečo na tom, ako vyzeráme, je normálna, a že ju pociťuje väčšina z nás. Podnecuje študentov k otázke, prečo chce tak mnoho ľudí niečo zmeniť na svojom fyzickom vzhľade.

Z vašej školy

Projektor a biela tabuľa

Každý študent bude potrebovať pero

Budete si musieť zohnať príklady reklám. Je dôležité, aby ste vybrali také reklamy, ktoré budú korešpondovať s vašou triedou, t. j. s chlapcami aj dievčatami. Vaším cieľom by malo byť nájsť dva príklady – jeden, ktorý znázorňuje celebritu propagujúcu produkt, ktorý cieli na vekovú skupinu študentov; druhý príklad by mal propagovať rôzne produkty. Populárne osobnosti skúste vyhľadávať na internete pod týmto heslom: [vložte meno celebrity] REKLAMA, napr. „One Direction“ reklama.

VOLITEĽNÉ:

Prázdne papiere
Flipchart a fixky

Prehľad

Celkový čas trvania: 45 minút

TLAK NA DOSIAHNUTIE URČITÉHO VZHĽADU: ÚVOD — 10 MINÚT — strana 5

- Úvod a základné pravidlá
- Čo je to tlak na dosiahnutie určitého vzhľadu?
- Odkiaľ sa tento tlak berie?
- Čo máme na mysli pod pojmom médiá?
- Čo sa dnes dozvedáme?

PROFESIONÁLNE MÉDIÁ — 20 MINÚT — strana 8

- Ako je možné manipulovať s obrázkami?
- Prečo sú profesionálne médiá často vytvorené týmto spôsobom?
- Aké problémy to môže spôsobovať?
- Čo s tým môžeme robiť?

OSOBNÉ A SOCIÁLNE MÉDIÁ — 10 MINÚT — strana 14

- Čo sa dnes dozvedáme?
- Aké problémy môže porovnávanie s ľudmi okolo nás spôsobovať?
- Ako sa dajú médiá, ktoré vy alebo vaši vrstovníci vytvoríte, zmanipulovať?
- Aké problémy to môže spôsobovať?
- Čo s tým môžeme robiť?

OSOBNÝ ZÁVÄZOK — 5 MINÚT — strana 19

- Čo sme sa dnes dozvedeli?
- Buď bojovníkom za zmenu
- Gratulujeme!

Ako pracovať s týmto sprievodcom

Žiaduce reakcie študentov. Pomôžu vám riadiť odpovede študentov takým spôsobom, ktorý bude v priebehu celého workshopu rozvíjať ich porozumenie a ktorý bude mať najväčší vplyv na ich spokojnosť s vlastným telom.

Výsledky učenia. Študenti by ich mali dosiahnuť na konci každej časti.

Vizuálne podnety a ciele učenia. Na pomoc s vedením workshopu a na dosiahnutie efektívnych výsledkov.

Činnosti učiteľa. Odrážky bez kurzívy zdôrazňujú dôležité otázky, ktoré by ste sa mali študentom položiť, aby ste sa uistili, že ich kľúčové myšlienky workshopu oslovujú a majú optimálny vplyv na ich spokojnosť s vlastným telom. Text písaný kurzívou označuje pokyny, ktoré vám pomôžu vytvoriť štruktúru aktivít workshopu, napr. kedy by ste mali premietať filmy alebo používať pracovné listy. Tieto pokyny možno upravovať tak, aby vyhovovali špecifickým potrebám vašej triedy.

Buďte sebavedomí
V jedinej lekcii

Profesionálne médiá

20 minút 5

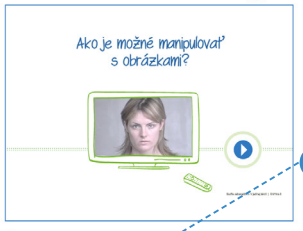
Návrh vyhradeného času
Naznačuje relatívnu dôležitosť každej časti na dosiahnutie výsledkov učenia a zlepšenie spokojnosti študentov s vlastným telom, môže sa však upraviť tak, aby vyhovoval dĺžke vašej vyučovacej hodiny.

Po skončení tejto časti sa mediálna gramotnosť študentov posilní tým, že budú mať príležitosť zistiť, ako často sú obrázky a správy v profesionálnych médiách len manipuláciou s pravdou. Vytvoria si niektoré stratégie na to, ako odolať tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu, napr. sa budú vyhýbať vzájomnému porovnávaniu a naučia sa spochybňovať ideálny vzhľad v profesionálnych médiách.

1

2

4

PREZENTÁCIA	ČINNOSTI UČITEĽA	ŽIADUCE REAKCIE
 Študenti jasne sformulujú spôsoby, ktorými je možné obrázky v profesionálnych médiách prostredníctvom retušovania, stylingu a produkčných techník zmanipulovať.	*> Vysvetlite, že najprv sa oboznámime so spôsobmi, ktorými môžu byť obrázky a správy v profesionálnych médiách zdrojom tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu.* • Čo podľa vás znamená slovo „manipulácia“? • Akým spôsobom boli obrázky ľudí v médiách zmanipulované alebo zmenené? *> Rozdeľte študentov do malých skupín a prehrajte video **„Dove: Evolution“**.* *> Počas filmu rozdajte každej skupine jednu zo šiestich **diskusných kartičiek** tak, že ich položíte na lavicu textom nadol.* *> Po skončení filmu dajte študentom pokyn, aby svoje kartičky otočili a prečítali otázku, ktorá im bola pridelená. Prehrajte film ešte raz a potom dajte študentom pokyn, aby medzi sebou diskutovali o otázke, ktorá im bola na **diskusnej kartičke pridelená.*** *> Postupne preberte diskusnú otázku každej skupiny.*	Na úpravu alebo zmenu niečoho, ako je napríklad vzhľad osoby v médiách. Všeobecné reakcie, ako napríklad retuše, osvetlenie, mejkap, výber len niekoľkých najlepších obrázkov zo stoviek vyhotovených.

3

Premietanie filmu „Dove: Evolution“ môže mať u študentov za následok okamžité zvýšenie ich spokojnosti s vlastným telom.[2]

Môžete tiež skúsiť premietať film znovu a rozdeliť ho na dve časti, tzn. že film zastavíte v okamihu, keď sa vyhotovujú fotografie. 6

Poznámky. Nápady a návody na optimalizáciu efektivity workshopu pre študentov.

[2] E. Halliwell, A. Easun and D. Harcourt, ‘Body dissatisfaction: Can short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls?’, British Journal of Health Psychology, Roč. 16, 2010, str. 396 – 403. S. Quigg and S. Want, ‘Highlighting media modifications: Can a television commercial mitigate the effects of music video on female appearance satisfaction?’, Body Image, Roč. 8, 2011, str. 135 – 142.

8

Tlak na dosiahnutie určitého vzhľadu: úvod

10 minút

Po skončení tejto časti budú študenti rozumieť koncepcii ideálneho vzhľadu a tomu, odkiaľ sa berie tlak na jeho dosiahnutie.

PREZENTÁCIA

Nasleduje privítanie študentov na workshope.

Študenti porozumejú jeho základným pravidlám a cítia sa v role aktívnych účastníkov pohodlne.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Privítanie študentov na workshope.*

> *Vysvetlite základné pravidlá, ktoré vám pomôžu vytvoriť priaznivé a nekritické prostredie.*

ŽIADUCE REAKCIE

Možno budete chcieť urobiť rýchle cvičenia so zatvorenými očami alebo zdvíhaním rúk a klásť študentom tieto otázky:

- **Rozumiete tomu, čo si predstaviť pod pojmom spokojnosť s vlastným telom?**
- **Viete, ako vašu spokojnosť s vlastným telom zlepšiť?**

Čím vyššie zdvihnú svoju ruku, tým spokojnejšie sa cítia. Ak tieto otázky zopakujete na konci lekcie, umožní vám to demonštrovať pokrok, ktorý vaša trieda v priebehu lekcie urobila.

Je dobré sa uistiť, že tieto pravidlá podporujú spoluprácu. V prípade potreby ich upravte tak, aby vyhovovali potrebám vašej triedy.

PREZENTÁCIA

Študenti sledujú animáciu, ktorá ukazuje rôzne ideály vzhľadu u mužov a žien v priebehu času.

Porozumejú tomu, že predstavy o tom, čo je „krásne“, „okúzľujúce“ a „atraktívne“, sa vždy menia postupom času a líšia aj medzi krajinami a kultúrami.

Uvedomujú si, že sme v súčasnosti pod stálym tlakom, aby sme spĺňali tieto ideály vzhľadu.

Študenti rozumejú tomu, že tlak na to, aby sme boli krásni a atraktívni, je všade okolo nás, a že pochádza z celej škály zdrojov vrátane spoločnosti, médií, rodiny, priateľov a rovesníkov.

ČINNOSTI UČITEĽA

> ***Prehrajte animáciu.***

- Čo podľa vás táto animácia zobrazuje?

> *Veďte študentov pomocou rýchlej hry k tomu, aby si všimli rozdiely.*

- Keď sa pozeráte na všetky obrázky, aké rozdiely medzi nimi pozorujete?

> *Vysvetlite, že všetky tieto obrázky predstavujú ideálny vzhľad: čo sa považovalo za krásne, okúzľujúce a atraktívne v rôznych obdobiach v minulosti.*

- Ak všetky tieto obrázky predstavujú ideálny vzhľad, prečo potom podľa vás nevyzerajú všetky rovnako?
- Myslíte si, že v súčasnosti čelíme neustálemu tlaku na to, aby sme vyzerali určitým spôsobom?

> *Diskusia celej triedy, odpovede vyvolaných dobrovoľníkov. Vyzvite na jednu alebo dve odpovede:*

- Odkiaľ sa podľa vás berie zmieňovaný tlak na to, aby sme vyzerali krásne a atraktívne?
- Kde vidíme alebo počujeme správy o tom, ako by sme mali vyzerať?

ŽIADUCE REAKCIE

Zobrazení sú rôzni ľudia v rôznych časových obdobiach naprieč históriou.

Odlišnosti medzi jednotlivými obrázkami, napr. štíhly pás verzus telesné krivky, formálne oblečenie oproti neformálnej košeli a tetovanie.

Ideálny vzhľad sa v priebehu času naozaj mení a zároveň sa líši naprieč rôznymi krajinami a kultúrami. Nikto nie je rovnaký.

Áno, v súčasnosti takémuto tlaku čelíme neustále.

Spoločnosť

Médiá

Rodina

Priatelia

Rovesníci

Povzbuďte študentov, aby vám poskytli konkrétne komentáre o tom, ako sa tieto obrázky líšia.

Smerujte študentov ku konkrétnym častiam obrázkov tak, aby ste ich upozornili na rozdiely.

Ideálny vzhľad

To, ako nám naša kultúra diktuje, ako by sme mali v určitom časovom období vyzerať.

Tlak na dosiahnutie určitého vzhľadu

Pocit tlaku na to, aby sme mali ideálny vzhľad a boli krásni, očarujúci a atraktívni.

PREZENTÁCIA

Študenti zistia, čo máme na mysli, keď sa povie slovo „médiá“. Môžu vytvoriť zoznam rôznych typov médií a roztriediť ich do dvoch kategórií: profesionálne médiá a sociálne médiá.

Študenti porozumejú tomu, že táto lekcia sa bude zameriavať na médiá ako zdroje tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vytvorte „reťazec odpovedí“: povzbuďte postupne každého študenta do toho, aby nahlas vyslovil jeden príklad médií, a pokračujte od jedného k druhému po celej triede bez opakovania. Ako ďaleko sa v triede dostanete?*

- Aké rôzne príklady médií vám napadajú?

> *Zapisujte názory študentov na tabuľu.*

- Ktoré z týchto médií vytvárajú ***profesionáli***?
- Ktoré médiá vytvárate ***vy*** a ***vaši priatelia***?

> *Vysvetlite, čo sa dnes študenti dozvedia.*

ŽIADUCE REAKCIE

Akékoľvek príklady médií, ako sú filmy, televízne relácie, reklamy, špecifické stránky sociálnych médií, časopisy a pod.

Televízne relácie, filmy, hudobné videoklipy, reklamy, počítačové hry.

Fotografie, videá, komentáre, selfie fotografie, texty (často na stránkach sociálnych médií).

Pripomeňte študentom, aby premýšľali o médiách ako o slovách, obrázkoch a filmoch a aby zvážili širokú škálu médií, ktoré existujú.

Profesionálne médiá

Obrázky, správy a filmy vytvorené spoločnosťami alebo obchodníkmi, ktoré sa zdieľajú prostredníctvom komunikačných kanálov, ako sú televízne programy, časopisy, reklama, filmy alebo hudobné videoklipy.

Osobné a sociálne médiá

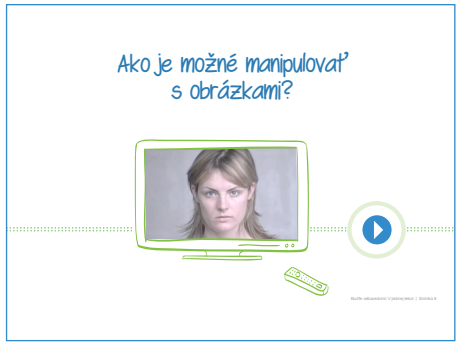
Obrázky, správy a filmy vytvorené vami alebo vašimi priateľmi, a to aj na stránkach sociálnych médií.

Profesionálne médiá

20 minút

Po skončení tejto časti sa mediálna gramotnosť študentov posilní tým, že budú mať príležitosť zistiť, ako často sú obrázky a správy v profesionálnych médiách len manipuláciou s pravdou. Vytvoria si niektoré stratégie na to, ako odolať tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu, napr. sa budú vyhýbať vzájomnému porovnávaniu a naučia sa spochybňovať ideálny vzhľad v profesionálnych médiách.

PREZENTÁCIA



Študenti jasne sformulujú spôsoby, ktorými je možné obrázky v profesionálnych médiách prostredníctvom retušovania, stylingu a produkčných techník zmanipulovať.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vysvetlite, že najprv sa oboznámime so spôsobmi, ktorými môžu byť obrázky a správy v profesionálnych médiách zdrojom tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu.*

- Čo podľa vás znamená slovo „manipulácia“?
- Akým spôsobom boli obrázky ľudí v médiách zmanipulované alebo zmenené?

> *Rozdeľte študentov do malých skupín a prehrajte video **„Dove: Evolution“**.*

> *Počas filmu rozdajte každej skupine jednu zo šiestich **diskusných kartičiek** tak, že ich položíte na lavicu textom nadol.*

> *Po skončení filmu dajte študentom pokyn, aby svoje kartičky otočili a prečítali otázku, ktorá im bola pridelená. Prehrajte film ešte raz a potom dajte študentom pokyn, aby medzi sebou diskutovali o otázke, ktorá im bola na **diskusnej kartičke pridelená**.*

> *Postupne preberte diskusnú otázku každej skupiny.*

ŽIADUCE REAKCIE

Na úpravu alebo zmenu niečoho, ako je napríklad vzhľad osoby v médiách.

Všeobecné reakcie, ako napríklad retuše, osvetlenie, mejkap, výber len niekoľkých najlepších obrázkov zo stoviek vyhotovených.

Premietanie filmu „Dove: Evolution“ môže mať u študentov za následok okamžité zvýšenie ich spokojnosti s vlastným telom.[2]

Môžete tiež skúsiť premietať film znovu a rozdeliť ho na dve časti, tzn. že film zastavíte v okamihu, keď sa vyhotovujú fotografie.

[2] E. Halliwell, A. Easun and D. Harcourt, ‘ Body dissatisfaction: Can short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls?’, British Journal of Health Psychology, Roč. 16, 2010, str. 396 – 403. S. Quigg and S. Want, ‘ Highlighting media modifications: Can a television commercial mitigate the effects of music video on female appearance satisfaction?’, Body Image, Roč. 8, 2011, str. 135 – 142.

PREZENTÁCIA

Študenti rozpoznajú alebo vytvoria zoznam rôznych spôsobov, ktorými bol obrázok vo filme zmanipulovaný. Budú schopní vysvetliť, prečo je nefér a nereálne porovnávať seba samotných alebo iných so zmanipulovanými obrázkami, ktoré vidia v médiách.

ČINNOSTI UČITEĽA

1. Čo sa vám z toho, čo ste vo filme videli, zdalo prekvapujúce, neskutočné alebo nesympatické?

2. Vymenujte všetko, o čom sa v súvislosti s obrázkom rozhodlo ešte pred tým, než sa vyhotovili fotografie.

3. Vymenujte všetko, o čom sa v súvislosti s obrázkom rozhodlo až po tom, ako sa vyhotovili fotografie.

4. Premýšľajte o tom, ako sa obraz modelky odchyľoval od reality. Aký pocit vo vás tieto nereálne zmeny vyvolávajú?

5. Prečo si myslíte, že sú nereálne obrázky, ktoré vidíte vo filme, nefér a zavádzajúce?

6. Prečo si myslíte, že je nereálne alebo nefér porovnávať to, ako vy alebo vaši priatelia vyzeráte, so zmanipulovanými obrázkami ľudí, ktorých vídate v profesionálnych médiách?

ŽIADUCE REAKCIE

Sú prekvapení, že sa toho toľko zmenilo, a ako rozdielne modelka vyzerá na začiatku filmu a na konečnej fotografii na bilborde.

Napríklad výber fotografa, starostlivý výber modelky, vlasový styling, nanesenie mejkapu a použitie profesionálneho osvetlenia.

Vybrala sa iba jedna fotografia, odstránili sa chyby a škvrny, upravil sa tón pleti, predĺžil sa krk, vlasy sa upravili tak, aby boli objemnejšie, pozdvihlo sa obočie, oči sa zväčšili a zuby sa vybielili.

Pocity prekvapenia a rozhorčenia pri myšlienke, že došlo k oklamaniu a podvodu.

Ľuďom sa neukazuje pravda o tom, ako obrázky naozaj vyzerajú pred ich zmanipulovaním, čo môže spôsobiť, že ľudia veria v médiách v niečo, čo nie je pravdou.

„Priemerní“ ľudia nie sú modely a nemajú umeleckých maskérov alebo kaderníkov či profesionálnych editorov fotografií, ktorí im zaistia dokonalý vzhľad, takže je to ako porovnávať veci na úplne odlišných úrovniach, čo nie je fér.

Diskusné kartičky predstavujú dobrú príležitosť, ako v rámci jednej lekcie prebrať rôzne témy. Kartičky vystrihnite a rozdajte ich textom nadol rôznym skupinám. Otázka č. 1 je najjednoduchšia, čo znamená, že obťažnosť otázok sa postupne zvyšuje, takže otázka č. 6 je najťažšia. Dajte študentom pokyn, aby kartičky po skončení filmu obrátili. Mohli by ste takisto každú skupinu požiadať, aby na svoje otázky sformulovala aspoň tri odpovede.

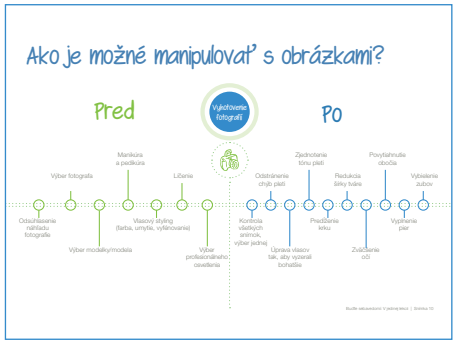
Otázky č. 2 a 3

Požiadajte študentov, aby pomocou identifikovaných techník uviedli, akým spôsobom sa vykonali konkrétne zmeny.

Otázka č. 6

Ak ste film ešte neprehrali druhýkrát, možno tak budete chcieť urobiť pred položením ďalšej otázky.

PREZENTÁCIA



Študenti jasne sformulujú spôsoby, ktorými je možné obrázky v profesionálnych médiách prostredníctvom retušovania, stylingu a produkčných techník zmanipulovať.

Študenti si uvedomia, že obrázky v profesionálnych médiách (najmä reklamy) odrážajú súčasný ideálny vzhľad na účely propagácie konkrétnych produktov a služieb.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Použite snímku na zhrnutie bodov, o ktorých študenti diskutovali, a na zdieľanie akýchkoľvek myšlienok, ktoré študenti nespomenuli.*

> *Poslednú otázku triede položte ako jednej skupine:*

- Čo by ste povedali priateľom, aby ste ich presvedčili, že by sa nemali porovnávať so zmanipulovanými obrázkami v médiách?

> *Zakončite hlasovaním triedy, pri ktorom študenti dajú najavo svoje odhodlanie zmeniť spôsob, ktorým reagujú na obrázky vyskytujúce sa v profesionálnych médiách.*

- Takže ako budete v živote pracovať s tým, čo sme sa práve dozvedeli? **Zdvihnite ruku,** ak ste odhodlaní zmeniť spôsob, akým budete reagovať na obrázky, ktoré v profesionálnych médiách uvidíte?

> *Vysvetlite, že po tom, ako ste práve zistili, akými technikami sú obrázky v profesionálnych médiách často zmanipulované, sa teraz budete sústreďovať na správy, ktoré tieto obrázky často sprevádzajú.*

> ***Ukážte triede zvolené reklamy.***

> *Rýchlo so študentmi prejdite kľúčové otázky pre každý príklad reklamy a povzbuďte ich, aby reagovali.*

ŽIADUCE REAKCIE

Obrázky v médiách sú nereálne. Boli starostlivo vybraté a vyretušované. Porovnávať sa s obrázkami, ktoré boli zmanipulované, nie je fér. Choďte na internet a zistite, ako veľmi sa médiá upravujú. Pozrite sa na „skutočných ľudí“, aby ste zistili, ako sa jeden od druhého líšime, a dodajme si všetci odvahu osláviť to, čo nás robí jedinečnými.

Hlasovanie študentom umožní dať najavo ich osobné odhodlanie, ako veľmi chcú svoj prístup k médiám zmeniť (napr. že sa nebudú porovnávať s obrázkami v médiách). Osobné odhodlanie študentom pomáha zmeniť ich myslenie a správanie.

Spolu so snímkou predstavte svoj výber reklám. Podrobnejšie informácie o type reklám, ktoré by ste si mali pripraviť, nájdete v zozname pomôcok na str. 2.

PREZENTÁCIA

ČINNOSTI UČITEĽA

- **Čo** táto reklama predáva?
- **Koho** používajú na predaj?
- **Prečo** používajú osobu, ktorá vyzerá práve takto?
- **Z akého dôvodu** by manipulovali s obrázkom tejto osoby tak, aby v reklame vyzerala „ideálnejšie“?
- **Aká** je celková myšlienka tejto reklamy?

> *Teraz zopakujte otázky ešte raz pre druhú vybratú reklamu.*

ŽIADUCE REAKCIE

Odpovede študentov budú závisieť od reklám, ktoré vyberiete.

Sú atraktívne, vzhľadovo príťažlivé a populárne u ľudí, ktorí by tento produkt chceli mať.

Ak ide o reklamu na produkt, cieľom je, aby to vyzeralo, že produkt funguje tak dobre, ako sa v reklame sľubuje (napr. sérum na lesk vlasov, krémy proti akné). Môže ísť aj o to predať vzhľad ako súčasť „ideálneho“ životného štýlu, ktorý môžu ľudia pomocou neho dosiahnuť.

Celkové posolstvo reklamy znie asi takto: „Ak si tento produkt kúpite, viac sa priblížite k ideálnemu vzhľadu/ životnému štýlu tejto osoby“.

Pokúste sa odpovedať na všetky tieto otázky aspoň pri dvoch reklamách tak, aby ste študentom poskytli priestor zamyslieť sa nad tým, ako sa reklamy vytvárajú.

Pomôžte študentom uvedomiť si, že reklama sa vytvára tak, aby ľudí podnecovala k porovnávaniu sa s vyobrazenými ľuďmi. Reklamy často naznačujú, že zakúpením daného produktu alebo služby sa ľudia môžu priblížiť k ideálnemu vzhľadu alebo životnému štýlu, ktorý reklamy propagujú, a to aj napriek tomu, že je to často nereálne a nefér, pokiaľ vezmeme do úvahy, ako často sa s obrázkami manipuluje.

Študenti si uvedomia, že často porovnávajú svoj vlastný vzhľad a vzhľad svojich priateľov s obrázkami, ktoré vidia v médiách, čo prináša negatívne dôsledky.

> *Požiadajte študentov, aby o ďalej uvedených otázkach „premýšľali, vytvorili dvojice a zdieľali názory“. Položte otázku a potom študentov nechajte, aby o nej chvíľu samostatne premýšľali. Skôr, než sa budete pýtať na spätnú väzbu, nechajte ich danú tému ešte rýchlo prediskutovať vo dvojiciach.*

- Keď niekto v tvojom veku uvidí tieto zmanipulované obrázky, aké to v ňom vyvolá pocity o sebe samom?

> *Zaznamenajte názory triedy na tabuľu.*

PREZENTÁCIA

ČINNOSTI UČITEĽA

ŽIADUCE REAKCIE

- Prečo by sa niektorí ľudia mohli cítiť zle?

U niektorých ľudí to môže vyvolať pocit smútku, bezcennosti, neistoty a nedostatočnosti.

Jeťažké sa vyhnúť porovnávaniu s obrázkami, ktoré vídame v médiách. Môže to v nás vyvolať zlý pocit o nás samých, pretože budeme mať pocit, že takýto ideálny vzhľad nemôžeme dosiahnuť. Hneď ako zistíme, že obrázky sú zmanipulované, vyvolá to v nás opäť negatívne pocity – cítime sa podvedení a uvedomíme si, že to, o čo sa snažíme, je nedosiahnuteľné.

> *Uskutočnite hlasovanie triedy.*

- **Zdvihnite ruku**, ak si myslíte, že by sme mali proti zmanipulovaným obrázkom v médiách bojovať. Prečo?

Všetci by sme mali proti týmto zmanipulovaným obrázkom bojovať, pretože nie sú skutočné a podnecujú nás, aby sme sa s nimi porovnávali a v konečnom dôsledku sa potom cítili zle. Podstatou tejto taktiky je prinútiť nás myslieť si, že ak si daný produkt alebo službu zakúpime, bude náš vzhľad alebo životný štýl ideálnejší.

> *Zapisujte názory triedy na tabuľu.*

Pokúste sa študentov povzbudiť, aby sa vyjadrovali v zmysle toho, že neexistuje žiadny dôvod, prečo by sa mal ktokoľvek chcieť vyrovnať ideálnemu vzhľadu, ktorý sa neustále mení; že nie je dobré, aby všetci vyzerali rovnako, a že je oveľa lepšie ceniť si vlastnú jedinečnosť, než sa porovnávať so značne zmanipulovanými obrázkami v médiách.

Študenti navrhnú spôsoby, ako bojovať proti tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu, ktorému čelia z profesionálnych médií. Najprv predložia opatrenia, ktoré by mohli podniknúť, a potom sa pokúsia spochybniť proces porovnávania sa. To im umožní pristupovať k médiám kritickejšie.

- Čo by ste mohli urobiť, aby ste ukázali, že nesúhlasíte so spôsobom, ktorým profesionálne médiá zdôrazňujú nereálny „ideálny“ spôsob, ako vyzerať?

Študenti sa môžu podeliť napríklad o takéto nápady: nekupujte časopisy, ktoré produkt propagujú, nekupujte produkt, povedzte všetkým svojim priateľom, že si myslíte, že reklama je falošná alebo zavádzajúca, bojkotujte produkt, napíšte list so sťažnosťou spoločnosti, reklamnej agentúre alebo mediálnej sieti, vytvorte svoju vlastnú reklamu, ktorá nie je zmanipulovaná, kupujte produkty, ktoré používajú zodpovedné reklamné techniky.

> *Dajte študentom pokyn, aby vyplnili **Pracovný list č. 1**, kde budú pracovať s partnerom vo dvojici a hrať roly.*

> *Vyzvite dvojice, aby predviedli nápady pre každý z typov médií.*

Tým, že študentov požiadate, aby na protest proti obrázkom zdvihli svoje ruky, pomôžete im vykonať dôležitý krok, aby sa odhodlali na zmenu.

Možno by bolo dobré, aby ste im uviedli nejaký príklad. Tým môže byť napr. 14-ročná Julia Bluhmová z USA, ktorá vytvorila online petíciu, ktorej výsledkom bolo, že sa jeden veľký a populárny časopis pre násťročných zaviazal neretušovať telá modelov/modeliek či tvary tvárí.

Osobné a sociálne médiá

10 minút

Po skončení tejto časti budú mať študenti vytvorenú stratégiu na to, aby odolávali tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu tým, že prestanú svoj vzhľad neustále porovnávať. Upevnia si mediálnu gramotnosť a uvedomia si, ako často sú obrázky v osobných a sociálnych médiách zmanipulované. Zároveň zistia, ako v rámci osobných a sociálnych médií bojovať proti tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu a ako zvýšiť spokojnosť s vlastným telom.

PREZENTÁCIA

Študenti zhrnú, čo sa doteraz v lekcii dozvedeli. Potom im pripomeňte, čo sa ešte dozvedia.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vyzvite jedného alebo dvoch študentov, aby za celú triedu zhrnuli, čo sa doteraz dozvedeli.*

> *Pripomeňte študentom, na čo sa teraz majú prichystať.*

ŽIADUCE REAKCIE

V tejto fáze je dobré zhodnotiť, čo ste sa doteraz v lekcii dozvedeli, a ešte viac tak zdôrazniť pokrok, ktorý trieda dosiahla.

Môžete študentom takisto pripomenúť, čo sú to osobné a sociálne médiá, ktoré ste už skôr v lekcii spomínali.

PREZENTÁCIA

Študenti porozumejú tomu, že porovnávanie svojho vzhľadu s inými je prirodzenou súčasťou ľudskej povahy. Takéto konanie však nie je vôbec prospešné a môže v nich vzbudzovať zlý pocit.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vysvetlite, že sa trieda teraz bude krátko zaoberať tým, že sa ľudia neporovnávajú len s obrázkami v profesionálnych médiách. V skutočnosti ľudia svoj vzhľad porovnávajú aj vo svojom každodennom živote.*

> ***Prehrajte video „Dove: Zmeň jednu vec“.***

- Čo nám tento film ukazuje o tom, ako sa porovnávame s ostatnými?
- Aký má takéto porovnávanie podľa vás vplyv?

> *Uskutočnite rýchle hlasovanie triedy.*

- **Zdvihnite ruku,** ak si myslíte, že by sme všetci mali v médiách, ktoré vytvárame, znížiť tlak na to, aby sme vyzerali určitým spôsobom.

ŽIADUCE REAKCIE

Môže v nich vyvolať zlé pocity. Je to nezmyselný proces, pri ktorom sa nikto necíti dobre – všetci chcú niečo, čo nemajú.

Vysvetlite, že je bežné porovnávať sa s ľuďmi, s ktorými sa stretávame v bežnom živote, ako aj s obrázkami, ktoré vídame v médiách.

Pokúste sa získať reakcie študentov, ktorými sa dokáže, že pochopili, že porovnávanie sa týmto spôsobom je úplne bezvýznamné, pretože kým sa všetci porovnávajú, nikto nie je šťastný alebo spokojný s rysmi, ktoré má.

PREZENTÁCIA

Študenti môžu opísať spôsoby, ako sa môžu obrázky, ktoré oni sami alebo ich priatelia na osobných a sociálnych médiách vytvoria, zmanipulovať.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vysvetlite triede, že po tom, čo sa vyslovili proti procesu porovnávania vo svojom každodennom živote, budú teraz zisťovať, akým spôsobom môžu byť osobné a sociálne médiá zdrojom tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu a akým spôsobom nás môžu podnecovať do porovnávania nášho vzhľadu s tými okolo nás.*

> *Požiadajte študentov, aby zatvorili oči a premýšľali.*

- Ako by ste mohli vy, vaši priatelia alebo mladí ľudia všeobecne manipulovať s obrázkami v osobných alebo sociálnych médiách alebo ich meniť?

> *Dajte študentom pokyn, aby sa buď prihlásili, alebo aby svoje odpovede povedali nahlas.*

> *Zapíšte názory študentov na tabuľu.*

> *Požiadajte študentov, aby otvorili oči a uvažovali o ďalších bodoch, na ktoré mohli zabudnúť.*

- Myslíte si, že obrázky, ktoré si vy alebo vaši priatelia na osobných alebo sociálnych médiách prezeráte alebo ktoré zdieľate, sú odrazom „skutočného“ života?

ŽIADUCE REAKCIE

Odpovede môžu zahŕňať: uhol fotografovania selfie, používanie filtrov, pózovanie určitým spôsobom, vyberanie a zdieľanie tých najlepších obrázkov, vyberanie fotografií, ktoré sa zameriavajú len na vzhľad.

Tieto obrázky nie sú vždy reálne – tiež môžu byť retušované. Skutočný život nemôžu predstavovať už z toho dôvodu, že ich starostlivo vybrali a predstavujú len akúsi momentku zo života ľudí.

Ak študentom navrhnete, že môžu zatvoriť oči, môže to znížiť ich pocit ostychu.

Vytvorenie čo najdlhšieho zoznamu pomôže študentom zistiť, do akej miery sa osobné a sociálne médiá manipulujú.

Porovnanie s metódami manipulácie, proti ktorým sa v časti „Profesionálne médiá“ tejto lekcie rozhodli bojovať, im môže pomôcť rozpoznať, že je potrebné, aby na svojich osobných a sociálnych médiách zmenili spôsob, akým pristupujú k obrázkom, filmom a správam, či ako ich vytvárajú.

PREZENTÁCIA

Študenti si uvedomia, že obrázky v osobných a sociálnych médiách môžu prispievať k tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu, ktorému čelia, môžu v nich vyvolávať zlý pocit o nich samých a môžu si následne viac uvedomovať, ako vyzerajú.

Pochopia, že zároveň porovnávajú svoj každodenný vzhľad s obrázkami, ktoré na osobných a sociálnych médiách vídajú, no ktoré nepredstavujú skutočný život a je teda nemožné sa im vyrovnať. Len v nich vyvolávajú zlý pocit. Porovnávať sa s týmito obrázkami nie je reálne ani fér.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Iniciujte diskusie v malých skupinách. Položte otázky a dajte skupinám pár minút, aby ich mohli prediskutovať, než sa o svoje nápady podelia s celou triedou.*

- Keď niekto ako vy uvidí tieto obrázky v osobných a sociálnych médiách, aký to v nich vyvolá pocit?
- Aký pocit o svojom vlastnom vzhľade alebo pohľad na svoj vlastný vzhľad môžu tieto obrázky vyvolať?
- Prečo môže porovnávanie vlastného vzhľadu s týmito obrázkami vyvolať zlý pocit?

ŽIADUCE REAKCIE

- Rovnako ako pri profesionálnych médiách to môže vyvolať pocit smútku alebo menejcennosti.
- Môžu sa cítiť zle alebo začať uvažovať o tom, ako je ich vlastný vzhľad odlišný, pretože sa s týmito obrázkami porovnávajú.
- Porovnávajú svoj každodenný vzhľad s obrázkami, ktoré nie sú skutočné, a myslia si, že nie sú dosť dobrí. Môžu takisto začať pociťovať, že je vzhľad dôležitejší, než v skutočnosti je.

Pomôžte študentom pochopiť, prečo ich môže porovnávanie sa s týmito obrázkami znepokojiť alebo im ublížiť – pripomeňte im, akým spôsobom môžu byť obrázky v osobných a sociálnych médiách zmanipulované.

PREZENTÁCIA

Študenti navrhnú spôsoby, ktorými môžu bojovať proti tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu v rámci osobných a sociálnych médií.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Vysvetlite, že keď už teraz rozumieme tomu, aké škodlivé môže byť porovnávanie, zamyslíme sa nad tým, ako môžeme proti tlaku na dosiahnutie určitého vzhľadu pochádzajúcemu z osobných a sociálnych médií bojovať. To nám zabráni svoj vzhľad neustále porovnávať.*

> *Uskutočnite hlasovanie triedy.*

- **Zdvihnite ruku,** ak si myslíte, že by sme sa všetci mali snažiť v médiách, ktoré sami vytvárame a používame, znižovať tlak na to, aby sme vyzerali určitým spôsobom.

> *Zdieľajte nápady o tom, ako by ste to mohli dosiahnuť ako trieda. Potom prejdite na diskusiu vo dvojiciach a v prípade dostatku času umožnite študentom robiť vo dvojiciach poznámky. Nakoniec im dajte pokyn, aby si urobili poznámky samostatne na* ***Pracovný list č. 2.***

> *Vyzvite dvojice alebo skupiny, aby sa medzi sebou podelili o nápady a potom ich odprezentovali zvyšku triedy.*

ŽIADUCE REAKCIE

Príklady nápadov: pokúsiť sa na sieť vyvesiť mix fotografií, ktoré predstavujú rôzne aspekty vášho života, z ktorých vás niektoré ukazujú v tom najlepšom svetle a iné zas v okamihoch, kedy sa bavíte alebo kedy ste na tých najúžasnejších miestach; môžete zverejniť aj umelecké snímky, napríklad fotografiu svojho tieňa a vyhotoviť spontánne fotografie, kde nebudete pózovať, ako najlepšie viete; môžete vyvesiť komentáre, v ktorých svojim priateľom pochválite fotografie za niečo iné, než za to, ako na nich vyzerajú; alebo vyjadriť pri akýchkoľvek negatívnych komentároch a podpichovaní podporu osobe, na ktorú je táto kritika mierená.

Študenti by mohli vysvetliť, že by to mohlo ľuďom pomôcť cítiť sa lepšie, pretože sa budú menej sústreďovať na vzhľad. Ľudia takisto budú mať menšie obavy z podpichovania, pokiaľ budú vedieť, že ich priatelia chápu, že nie všetky obrázky musia byť perfektné, a že ich na internete podporia svojimi pozitívnymi komentármi. Ľudia sa nebudú porovnávať s obrázkami na základe vzhľadu a budú spokojnejší s tým, ako vyzerajú, pretože nebude existovať nereálny ideálny vzhľad, ktorý by mali obdivovať.

Tým, že študentov požiadate, aby zdvihli svoje ruky, ak sa chcú takisto pridať k vytváraniu zmien, im pomôžete urobiť dôležitý krok, aby sa odhodlali niečo podniknúť.

Osobný záväzok

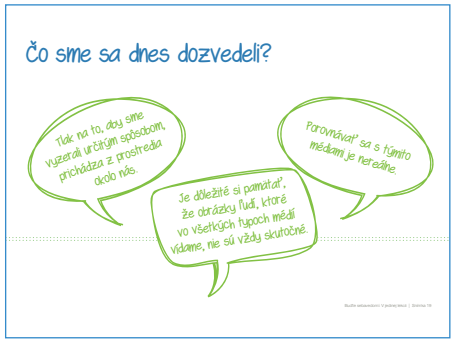
5 minút

Po skončení tejto časti si študenti uvedomia, čo sa v priebehu lekcie dozvedeli,
a zaviažu sa prijať jedno opatrenie, ktoré bude demonštrovať ich pretrvávajúce osobné odhodlanie bojovať za spokojnosť s vlastným telom.

V priebehu workshopu si študenti:

- **Upevnia svoju mediálnu gramotnosť** tým, že preskúmajú, ako často sú obrázky a správy, ktorév reklame, filmoch a na sociálnych médiách vídajú, manipuláciou s pravdou.
- **Pochopia, že porovnávať sa s obrázkami v médiách je nezmysel,** pretože tie často propagujú ideálny vzhľad s cieľom predať nám produkty a služby.
- **Vytvoria spôsoby, ktorými môžu odmietať obrázky a správy alebo bojovať proti** obrázkom a správam, ktoré v médiách propagujú ideálny vzhľad.

PREZENTÁCIA



Študenti sa podelia o kľúčové posolstvá vyplývajúce z dnešnej lekcie.

ČINNOSTI UČITEĽA

> *Požiadajte dobrovoľníkov, aby v krátkosti zhrnuli, čo sa v rámci workshopu dozvedeli.*

- Čo sme sa dnes vďaka workshopu dozvedeli?

> *Požiadajte dobrovoľníkov, aby zo snímky nahlas prečítali získané kľúčové informácie. Zároveň zhrňte akékoľvek body, na ktoré študenti zabudli.*

ŽIADUCE REAKCIE

PREZENTÁCIA

Poznatky z dnešnej lekcie študenti využijú na to, aby prijali osobný záväzok, že urobia niečo pre to, aby zlepšili svoju spokojnosť alebo spokojnosť ostatných zo svojho okolia s vlastným telom.

ČINNOSTI UČITEĽA

- Čo podniknete s cieľom vyrovnať sa s tlakom na dosiahnutie určitého vzhľadu, ktorý vy a vaši priatelia pociťujete?

> *Vyzvite jedného alebo dvoch študentov, aby vám prezentovali svoje nápady.*

> *Dajte študentom pokyn, aby samostatne vyplnili **Pracovný list č. 3**, kde napíšu jednu vec, ktorú sa na základe tejto lekcie zaviazali začať robiť alebo urobiť inak.*

> *Požiadajte jedného alebo dvoch študentov, aby sa podelili o svoje nápady.*

> *Poďakujte študentom za ich účasť na dnešnej lekcii.*

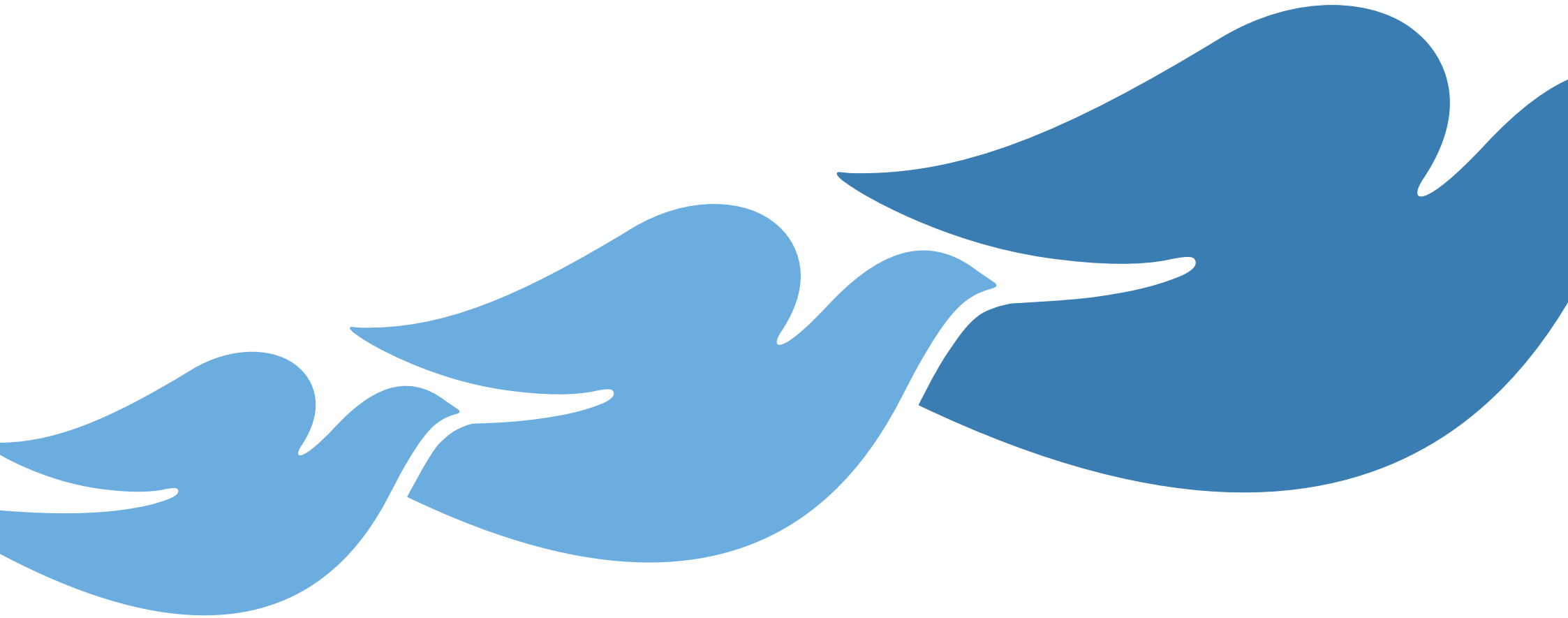
> *Povzbuďte študentov, aby o svojich nových poznatkoch odteraz každý deň premýšľali a dokázali ich vo svojom živote prakticky využiť.*

ŽIADUCE REAKCIE

Nápady študentov môžu zahŕňať napríklad to, že zmenia spôsob, akým využívajú profesionálne médiá, ako využívajú osobné a sociálne médiá alebo ako sa môžu naučiť lepšie rozpoznávať propagáciu ideálneho vzhľadu a ako proti nemu bojovať.

Povzbuďte študentov do toho, aby svoj záväzok zhmotnili do malého špecifického opatrenia, ktoré im uľahčí ich osobné odhodlanie dodržať.

Ak to bude možné, navrhnite študentom, aby sa zdržali, alebo si s nimi pohovorte o čomkoľvek, čo ste v rámci workshopu prebrali, pri inej príležitosti.



Dove
projekt
sebadôvery

dm

dove.com/sebadovera