

Vizuálny smog



envi.stromzivota.sk



Co-funded by
the European Union



ENVI-MOBILE: Integration of mobile learning into environmental education fostering local communities' development

2014-1-SK01-KA200-000481
ERAZMUS+ Programme

Projekt je kofinancovaný Európskou Úniou,
z programu Erasmus+.

SK

EVOKÁCIA

Ciel' aktivity: Zistiť, čo žiaci vedia o vizuálnom smogu v našich mestách a oboznámiť sa so situáciou v najbližšom okolí.

KROK 1.

Stručný popis aktivity:

Učiteľ pred 2 týždňami zadal úlohu na domáce pozorovanie: Spočítať reklamné pútače, ktoré žiak vidí počas cesty do a zo školy, počas cesty do a z krajského mesta Žilina, v centre okresného mesta KNM. Triedu rozdelil na 3 skupiny podľa trasy a miest, ktoré mali sledovať. Trasy si prípadne upravte podľa svojich možností. Ak sa napríklad okresné/krajské mesto nachádza príďaleko, vyberte iné miesta a trasy pozorovania.

V rámci evokácie žiaci prezentujú svoje zistenia. Učiteľ zapisuje spolu so žiakmi zistenia do tabuľky na tabuľu (viď Príloha 1).

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Kolko reklamných pútačov ste našli na vybraných trasách? Zistenia zapisujte do tabuľky.

KROK 2.

Stručný popis aktivity:

Vyhodnotenie zistení z domáceho pozorovania. Učiteľ kladie otázky smerujúce k zhodnoteniu množstva potrebnosti reklám.

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Diskutujte:

Čo je z tabuľky zrejmé?

Počuli ste už niekedy pojem vizuálny smog?

Ak sa pozriete na tabuľku, skúste porozmýšľať, čo to vlastne je.

Ako je na tom naše mesto? Všimli ste si niekedy predtým pri ceste takéto pútače/bilboardy?

Viete, aké riziko je spojené s umiestnením takýchto pútačov pri cestách?

Pomôcky (všetko, čo budete na hodine potrebovať): tabuľa, krieda, tabuľka č. 1 z Prílohy 1 pre zapisovanie (na tabuli), pero a papier

Čas (max. 40 min.): 5min.

Poznámky: Kým si žiaci pripravujú svoje domáce úlohy, učiteľ načrtne tabuľku na tabuľu pre ďalšie zapisovanie. Učiteľ môže tabuľku poskytnúť už na domácu úlohu a žiaci si vypisujú len to, čo majú za úlohu. Ostatné informácie si vpišu až na hodine spolu so spolužiakmi.

UVEDOMENIE

Ciel' aktivity: Uvedomiť si problematiku vizuálneho smogu v našich mestách a riziká s tým spojené. Zároveň si uvedomiť dôvod, prečo tomu tak je.

KROK 1.

Stručný popis aktivity:

Učiteľ rozdelí triedu na dve skupiny a zadá „roleplay“, alebo hranie rolí. Situácia: podnikateľ, ktorý si umiestnil reklamu na ceste a občan, ktorý si ju tam nepraje mať.

Formou dramatizácie situácie prvá skupina obhajuje záujmy podnikateľa, druhá skupina obhajuje záujmy občana. Diskusia sa pravdepodobne skončí tak, že sa nebudú vedieť dohodnúť, vtedy vstúpi do diskusie učiteľ, ktorý predstavuje zákon. Čas: 10 min.

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Každá skupina obhajuje iné záujmy - prvá skupina obhajuje záujmy podnikateľa, druhá skupina obhajuje záujmy občana. V skupinách navrhnete argumenty na obhajobu svojej pravdy, vyberte spomedzi seba Podnikateľa a Občana, ktorí zahrajú modelovú situáciu.

KROK 2.

Stručný popis aktivity:

Zoznámene sa s pojmom vizuálny smog. Učiteľ nechá, aby študenti sami skúsili vytvoriť definíciu vizuálneho smogu, môžu si pomôcť čítaním textu (viď Príloha 2 a text „Viete, že...“). Zároveň hľadajú v texte argumenty, prečo by mali alebo nemali byť reklamy popri cestách. Svoje zistenia zapisujú do tabuľky č. 2 v Prílohe 2. Na záver učiteľ vyzve žiakov, aby hovorili svoje argumenty pre a proti a ich zistenia zapisuje do tabuľky č. 2, ktorú si pripravil na tabuľu. Čas: 15 min.

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Zamyslite sa nad tým, čo podľa vás znamená vizuálny smog. Prečítajte si text z prílohy a hľadajte v ňom argumenty, prečo by mali alebo nemali byť reklamy popri cestách – svoje zistenia zapíšte do tabuľky z Prílohy 2.

Pomôcky (všetko, čo budete na hodine potrebovať): Text z Prílohy 2 pre každého žiaka, tabuľka č. 2 z Prílohy 2 pre každého žiaka, pero a papier

Čas (max. 40 min.): 25 min

Poznámky: Počas KROKU 1 môžete žiakov rozdeliť na viacero skupín a nechať diskutovať viaceré dvojice, hlavne v prípade, ak žiaci vedia používať túto metódu.

Počas čítania textu v KROKU 2 učiteľ načrtne tabuľku z Prílohy 2 na tabuľu na vyhodnotenie, zároveň nechá aj tabuľku z Evokácie pre zhodnotenie hodiny.

REFLEXIA

Ciel'aktivity: Uvedomenie si problematiky vizuálneho smogu v ich bezprostrednom okolí.

KROK 1.

Stručný popis aktivity:

Učiteľ vyzve žiakov, aby zhodnotili, ktoré argumenty PRE/PROTI z predošlej aktivity sú podľa nich dôležité a skúsia vybrať tie, ktoré považujú za najpodstatnejšie pre nich samotných. Zisťuje, ako si žiaci zadefinovali vizuálny smog, čo to vlastne je.

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Odpovedzte na otázky:

Ktoré z uvedených argumentov vás najviac oslovujú?

Ktoré sú podľa vás tie najpodstatnejšie?

Aká je vaša vlastná definícia vizuálneho smogu? Vieme sa spolu zhodnúť na tom, čo pre nás znamená?

KROK 2.

Stručný popis aktivity:

Po osvojení si problematiky vizuálneho smogu spoločne znova zhodnotia počet reklám, ich umiestnenie na súkromných a obecných pozemkoch a prípadné návrhy, ako zamedziť šíreniu reklám.

Inštrukcie (čo chcete povedať študentom):

Vráťme sa k tabuľke z úvodu hodiny. Je podľa vás počet reklám primeraný, alebo vysoký? Ako by ste vy sami zamedzili šíreniu reklám?

Pomôcky (všetko, čo budete na hodine potrebovať): Tabuľky z Príloh 1 a 2, tabuľa, krieda, pero a papier

Čas (max. 40 min.): 10 min.

Poznámky: Ak ostane čas: Učiteľ vyzve žiakov, aby zopakovali scénu z úvodu hodiny, bez prípravy a skúsili lepšie argumentovať. Kto by vyhral teraz?

Príloha 1

Tabuľka č. 1

TRASA	POČET REKLAMNÝCH PÚTAČOV	
	tam	späť
Z miesta bydliska do školy a späť		
Z miesta bydliska do centra okresného mesta a späť		
Z miesta bydliska do centra krajského mesta a späť		

POZN.: Trasy upravte podľa svojich možností. Ak sa napríklad okresné/krajské mesto nachádza príďaleko, vyberte iné miesta a trasy pozorovania.

Príloha 2 - Viete, že ...

Termín VIZUÁLNY SMOG pochádza z anglického smog = smoke (dym) + fog (hmla) a latinského visual (zrakový, zrakom vnímaný) a je odborným pojmom pre:

1. zamorenie („znečistenie“) verejného priestoru agresívnou, nevkusnou, charakteru svojho okolia neprispôsobenou a veľkostne neprimeranou reklamou, umiestňovanou často i nelegálne, bez akéhokoľvek povolenia (niekedy i v pamiatkovo chránených územiach alebo priamo na voľne stojacích skulptúrach).

Expresívnejšie sa dá tento termín definovať aj ako

2. umelé, krikľavé a agresívne panoptikum, zastierajúce skutočnú tvár mesta, ničiace jeho jedinečnosť a „genius loci“.

Jedná sa o jav, ktorý môžeme pozorovať predovšetkým vo väčších mestách, kde je logicky väčší priestor aj dôvod k inzercii produktov, a s tým spojená snaha predávajúcich zaujať potenciálneho zákazníka.

Vedľa klasického smogu (prach, dym, hluk) a svetelného smogu (umelé osvetlenie) predstavuje vizuálny smog vážny zásah do estetickej a vizuálnej logiky mesta a do celkového imidža priestoru (smerujúceho ku globalizovanej podobe).

Vo vyspelom svete je dnes už bežná regulácia vonkajšej podoby obchodov, vývesných štítov a nápisov, alebo aj implementácia normovaných nosičov reklamy (a to ako z hľadiska farby, tak i veľkosti, použitého materiálu či umiestnenia).

Vizuálny smog v Žiline

Mesto Žilina už dlhšiu dobu neúspešne bojuje s nelegálnymi reklamnými plochami, ktorých počet je v Žiline približne 6000, čo je najviac na Slovensku! Len približne 200 z nich je legálne umiestnených.

Postupne bolo odstránených len približne sto z nich, avšak cieľom je odstrániť minimálne polovicu všetkých nelegálnych reklamných a informačných zariadení a regulovať vznik nových. V súčasnosti mesto vedie niekoľko súdnych sporov na odstránenie neschválených reklám.

Problémom pri odstraňovaní je aj fakt, že všetky nelegálne billboardy stoja na súkromných pozemkoch. Majitelia však nemajú povolenie zo stavebného úradu, vyjadrenie polície, ani súhlas architekta.

Novela stavebného zákona

Už od roku 2015 môžu mestá na Slovensku využiť novelu stavebného zákona, ktorá sa vzťahuje aj na reklamu a na jej reguláciu. Pokiaľ reklama nebude legálna, môže byť ako čierna stavba zbúraná. Po novom budú môcť bez zdĺhavého a často neúspešného konania odstrániť nelegálne billboardy aj vlastníci tých pozemkov, ktorí nedali majiteľom reklám na ich výstavbu súhlas.

Odborníci sú však skeptickí. Viac by pomohlo, keby sa zlepšila vymáhateľnosť práva. Zároveň by pomohlo, ak by bol akčnejší prístup proti nelegálnym aktivitám, nižšia tolerancia a promptné konanie príslušných orgánov.

Len na spresnenie – vďaka novele stavebného zákona, ktorá je platná od januára 2015, sa zo Slovenska krajina bez reklám nestane. Marketingové pútače by však mala pomôcť obmedziť.

Tabuľka č. 2

	Situácia	Riešenie
PRE argumenty		
PROTI argumenty		

POZNÁMKY

POZNÁMKY