

# atteliér

časopis študentov

Trnava

## **Sociológ Vašečka: Existuje ešte spoločnosť?**

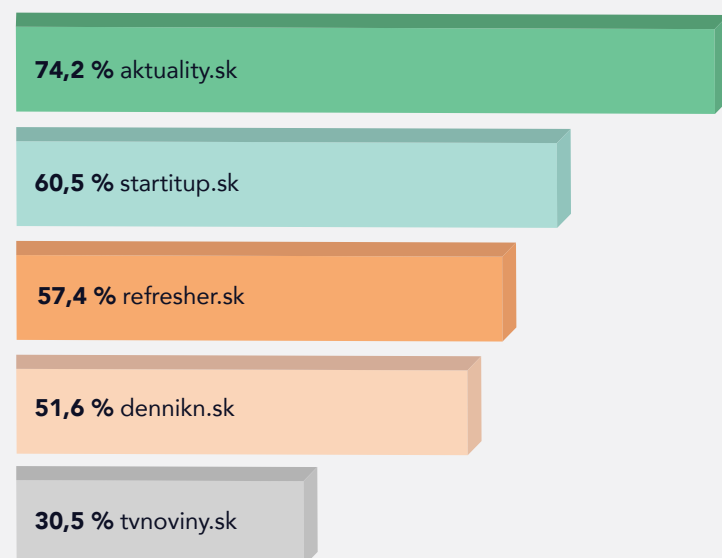
ako argumentovať | kyberšikana | problémy nevidiacich

04 | 2021-2022 | 19. ročník

Ziisťovali sme, ktoré **slovenské médiá** preferujú študenti Fakulty masmediálnej komunikácie UCM v Trnave. Na fakulte študuje 2400 študentov, 200 z nich sa zapojilo do prieskumu.

### Najpoužívanéjšie online portály medzi študentmi

respondenti mohli označiť viac možností súčasne

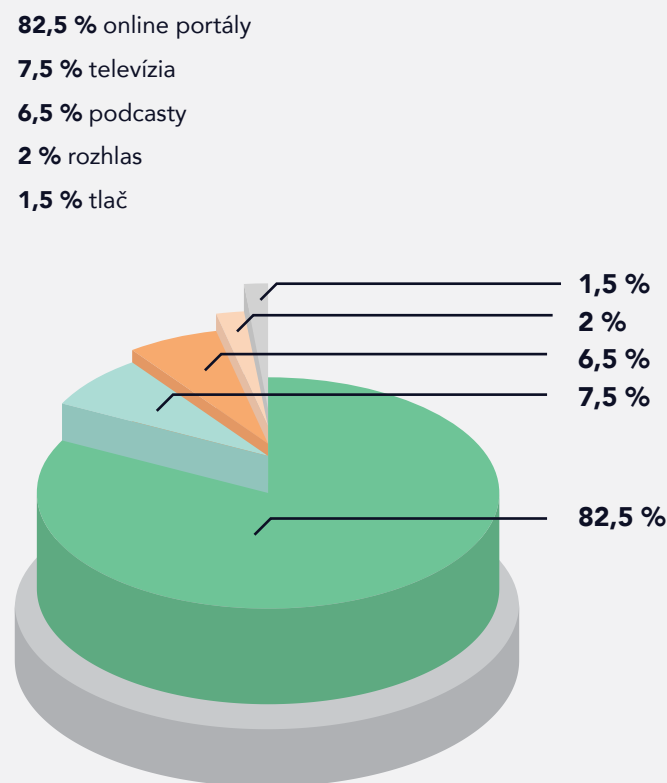


#### Ostatné:

17,4 % topky.sk, 16,3 % ta3.com, pravda.sk, spravy.rtvs.sk,  
13,2 % hnonline.sk, cas.sk, 11,1 % webnoviny.sk, 10 % teraz.sk,  
5,3 % pluska.sk, 4,2 % dobrenoviny.sk, 2,6 % hlavnespravy.sk

### Médiá, ktoré študenti preferujú pri získavaní informácií

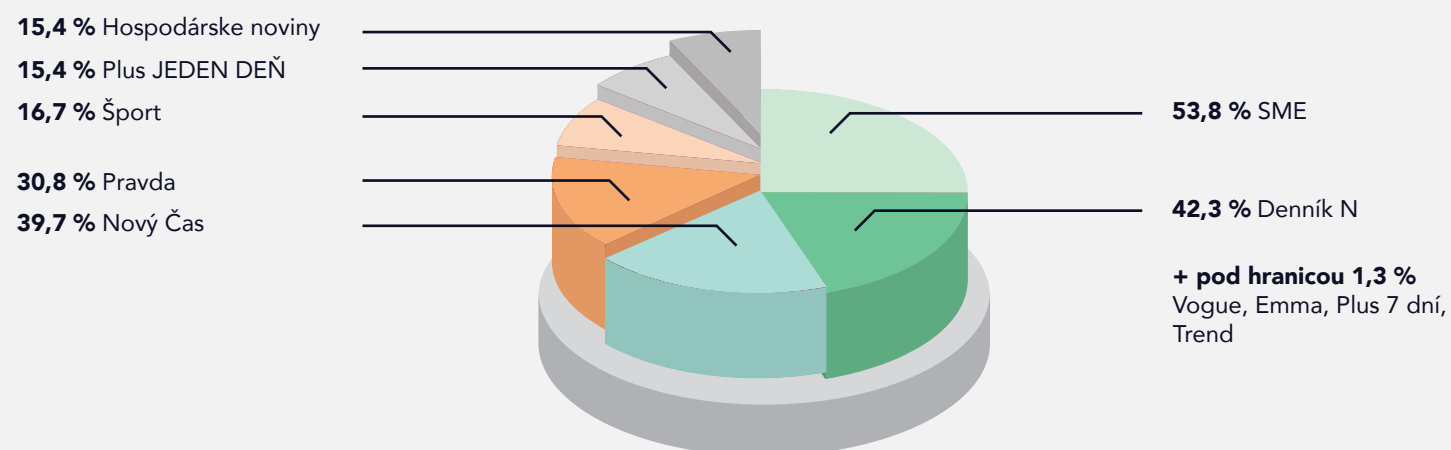
respondenti označili len jednu možnosť



Televízne správy sleduje  
**65 % študentov**

Najčastejšie pozerajú správy televízie **Markíza**,  
následne **RTVS**, ďalej **TV JOJ** a najmenej **TA3**.

### Tlač číta spolu 32,5 % opýtaných študentov, z toho:



## redakcia

### šéfredaktorka

Šimona Tomková

### redaktori

Beáta Čúzyová  
Lenka Šamajová  
Erik Šiška  
Katarína Borovská  
Adriana Brňáková  
Bernadetta Čaranová  
Natália Stašíková  
Michaela Hlaváčová  
Michaela Orechovská  
Viktória Révajová  
Katarína Rendošová  
Filip Mazák  
Karin Popovcová

### editorky

Anna Hátašová  
Nikola Capeková  
Daniela Lesáková  
Patricia Prašovská  
Mária Šmilňáková

### šéfgrafička

Svetlana Zacharová

### grafici

Jakub Luliak  
Patrik Friedmann  
Daniela Bašteková  
Beáta Špaková  
Kludia Racenbergerová  
Matúš Kandalík  
Tamara Številová  
Mária Marková  
Henrieta Páleníková  
Karin Štibráva  
Lucia Bakusová  
Laura Skalošová

### sociálne médiá

Lucia Gajdošová  
Simona Matúšková

### fotografky

Katarína Hrbková  
Radoslava Motolová  
Sandra Struhárová

Čítajte nás na:

**attelier.sk**

## Mária Terézia



by sa asi nepotešila, keby videla, že posledná ozajstná reforma školstva u nás nastala ešte za jej éry. Ak nemáme to šťastie a doma nás kriticky myslieť nenaučia, slovenský školský systém to pravdepodobne nenapraví. A to nie je iba môj názor, ale slová lektora Akadémie kritického myslenia Martina Poliačika. Akým spôsobom sa vzdelávame, takým potom rozmýšľame, následne volíme a tých, ktorých si vyberáme, rozhodujú, ako sa budeme vzdelávať. Sme v kruhu. Relatívne spokojne sa v ňom prechádzame, kým nás nezačne naháňať problém. V tomto prípade si ho môžeme predstaviť napríklad ako škaredého netopiera.

Najprv pred ním začneme utekať, no v kruhu nie je kam a rýchlo sa unavíme. Treba niečo urobiť. Jedni sa odhodlajú preskočiť stenu kruhu a pozrieť sa, aký svet sa za ním v skutočnosti nachádza, odkiaľ mohol netopier priletieť. Skupina, ktorá má menej síl či odvahy ostáva, no tiež potrebuje nejaké vysvetlenie. Môžu si vybrať z niekoľkých možností – napríklad sa začať obviňovať navzájom alebo si jednoducho vymyslieť vlastnú verziu, ktorej časom uveria. Ľudia spoza kruhu sa vrátia aj s kvalitnou sieťou na netopiere, niektorí ju možno trochu preceňujú, no je to zatiaľ jediná účinná zbraň, ktorú majú. Netopier ich však ďalej hryzie. Prečo? Skupina, ktorá ostala v kruhu, nechce sieť použiť. Čo ak sa do nej sami zamotajú, čo ak obsahuje nebezpečné látky, čo ak jednoducho budú musieť priznať, že tí druhí majú pravdu. Preto im tí druhí postavia rebríky, aby aj oni mohli nakuknúť za stenu. Ani to nefuguje. Drevo nevyzerá kvalitne a rebríky môžu byť predsa naschvál nestabilné. Nuž im postavia železné schody. Ale pohľad za stenu ich nepresvedčí, už doslova neveria ani vlastným očiam. Kým treba cez kruh preiezať a nevedie z neho plynulý výjazd pre všetkých, dôveru obnoví jedine, ak sa skupiny porozprávajú. Ani jednej to však veľmi nejde, nikto ich to nenaučil.

*Šimona Tomková*  
ŠÉFREDAKTORKA | sefredaktor@attelier.sk

### Titulná strana:

Autor: Patrik Friedmann

Časopis atteliér je študentským časopisom, ktorý vychádza každý mesiac na Univerzite sv. Cyrila a Metoda v Trnave. V nutných prípadoch, ktoré sa odvíjajú od harmonogramu akademického roka, časopis vychádza ako dvojčíslo. Adresa redakcie: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM, Skladová 691/3, 917 01 Trnava. Adresa univerzity: UCM, Nám. J. Herdu 577/2, 917 01 Trnava. Elektronické vydanie ISSN 1339-1410, tlačéné vydanie ISSN 1336-9342. Uzávierka čísla bola 12.12.2021





V celoštátnom kole výtvarnej súťaže BOJ S PANDÉMIOU získal študent Fakulty masmediálnej komunikácie UCM za túto maľbu výnimočné ocenenie – jeho práca bude na poštovej známke. Zdroj: Andrej Bulko

## 05 téma

rozdelená spoločnosť

## 16 spoločnosť

poruchy príjmu  
potravy

## 20 UCM info

neuromarketing

### 14 spoločnosť

kyberšikana

### 18 hajlajt

atteliér v meste

### 22 pedagóg

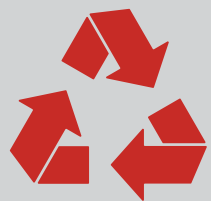
Matej Martovič

### 24 Trnava

nevidiaci

### Ateliér nájdete

v hlavnej budove UCM, v predajni kníh UCM  
a vo všetkých budovách FMK.



Recykláciou nášho  
časopisu prispievate  
k ochrane životného  
prostredia.

## Kontakty

**Pošlite** nám vaše tipy, pripomienky  
či návrhy spolupráce.

redakcia@attelier.sk  
sefredaktor@attelier.sk

**Sledujte** nás

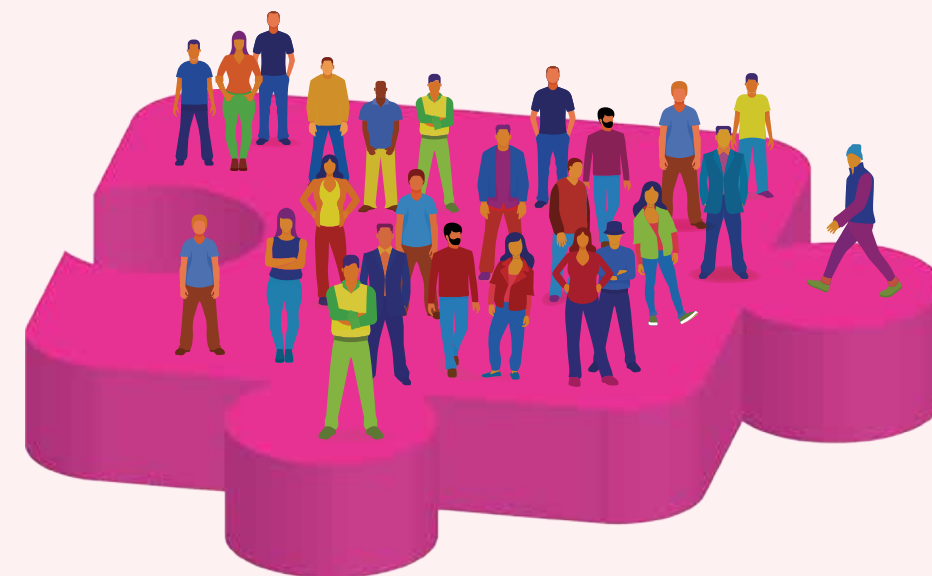
na Facebooku a Instagrame:



@attelierSK



@attelier\_magazine



# Rozdelená

Predstavte si, že niekoľko týždňov skladáte obrovské puzzle. Majú tisíce farebných kúskov a vám sa už začína črtáť celkom pekný obrázok, ktorý si plánujete zavesiť na stenu, aby sa ním mohol pokochať svet. Váš pes po nich zrazu prebehne a skoro dokončené dielo rozdelí na kúsky. Nie je to jeho vina, mali ste si ich lepšie ustrážiť. Niektoré okraje krehkých častí sa rozštiepia, pri iných zistíte, že vôbec nepatria tam, kde ste si mysleli.

Jeden nečakaný moment ukázal, aký charakter kúsky naozaj majú a že natrvalo ich spojí iba kvalitné lepidlo. Najprv skúšate lacnejšie značky, napríklad Útok, Ego alebo Ignorácia. Časti však po chvíľke odpadnú. Najlepšie, aj keď nie dokonale, funguje **Komunikácia**. Značka je ale veľmi drahá a nanášanie trvá dlho, ak chcete dokonalý obraz, musíte investovať a vydržať.

Autorka: Šimona Tomková, Grafička: Klaudia Racenbergerová





## Slovensko je naklonené autoritárskej vláde viac ako okolité krajiny

Príbeh o neregulovanom prostredí sociálnych médií treba veľmi rýchlo ukončiť. Už dnes vieme, že môže byť nebezpečný, hovorí sociológ MICHAL VAŠEČKA o rozdelenej slovenskej spoločnosti.

**Žijeme v mimoriadne polarizovanej dobe, v ktorej ľudia neveria už ani vedeckým autoritám, lekárom či vzdelávacím inštitúciám. Stále viac sa v diskusiách prejavujú agresívne sklony. Čím je to spôsobené?**

Prvým dôvodom je veľmi nízka dôvera ľudí k inštitúciám, autoritám, ale dokonca aj medzi ľuďmi navzájom. Pokiaľ je niekto naplnený predstavou, že nemôže dôverovať ľuďom naokolo, tak môže hovoriť ktokoľvek, ten človek mu nebude veriť. Slovensko – transformačná krajina, ktorá sa dostáva z obdobia socializmu – je na tom na prvý pohľad podobne ako okolité štáty. My sociológovia vidíme dlhodobu do štatistik a bohužiaľ ukazujú, že miera nedôvery na Slovensku je vyššia než v okolitých krajinách. Skôr sa približuje tomu, čo vidíme na Ukrajine alebo v Rusku.

**Prečo je to problém?**

Vysoká nedôvera vedie k úplnemu rozkladu normatívneho systému. V praxi to znamená, že človek nielen nedôveruje ostatným, ale je presvedčený o tom, že je obklopený nepravými kreatúrami, ktoré mu chcú zle, a takým sa stáva aj on. Prestáva dodržiavať zákony, pretože má

pocit, že ich nedodržiava nikto. Samozrejme, je to často iba zlý dojem. Ľudia menia svoje správanie a začínajú byť voči sebe odcudzení.

*„Nie som vlastníkom pravdy, ale pokúšam sa ju vždy hľadať.“*

Mnohým častiam spoločnosti je už ukradené, či má druhá strana šancu na rozvoj. To je moment, kedy sa sociálna kohézia vytratila. Súdržnosť spoločnosti sa úplne rozpadla. Z pohľadu sociológie tvrdím, že to je veľmi nebezpečný moment.

**Akú úlohu v tom zohrávajú sociálne médiá?**

Priniesli nám obrovské množstvo informácií. Dnes internet každý deň doslova pluje do verejného priestoru viac informácií, než bolo naakumulované kognitívne bohatstvo celého ľudstva v čase končiaceho stredoveku. Problém tohto javu je v tom, že informácií je tak veľa, že nikto z nás ich už nie je schopný zatriediť a absorbovať. Drvivá väčšina ľudí sa v nich stratila, doslova sa utopila v informáciách a nie je schopná ich vyhodnocovať. Zrazu k nim prišli ľudia, ktorí ešte pred dvomi generáciami boli v podstate odrezaní od sveta.

**Ako v súčasnosti napomáhajú sociálne siete šíreniu dezinformácií?**

Každý z nás, kto pôsobí na sociálnej sieti je pod vplyvom algoritmov, ktoré usmerňujú to, čo vidíme. Algoritmus vám neposunie opačné informácie. Človek sa tak systematicky uzatvára. Ľudia nie sú schopní mať solidarnitu s inými bublinami. Nerozumejú problémom ľudí mimo ich bubliny. My z prostredia sociálnych vied sa pýtame úplne legitímne, či spoločnosť vlastne ešte existuje.

**Čo myslíte, existuje?**

To, čo vidíme na Slovensku naznačuje, že žijeme v predstave o existencii spoločnosti. Táto predstava je veľmi dôležitá, aby sa systém udržal. V skutočnosti málo z nás ešte v spoločnosti reálne žije tak, aby bol jej súčasťou.

*„Sociálne médiá rozleptávajú spoločnosť dovnútra.“*

Sociálne médiá v tomto zmysle ničia svet taký, ako sme ho poznali. Tento jav je s nami 15 rokov, čo je krátky čas na to, aby sme vedeli vyhodnotiť dopady. Sociálne médiá rozleptávajú spoločnosť dovnútra a prinášajú

do nej obrovskú mieru polarizácie. Ak žijem v nejakej bubline veľmi dlho, tak argumenty z druhej bubliny začnem považovať nielen za exotické, ale aj za nebezpečné a nelegitímne. Výsledkom je, že na sociálnych médiách vidíme narastajúcu agresivitu a hnev, ktorý sa raz musí preliať do spoločnosti mimo virtuálneho priestoru. Treba o tom hovoriť. Ak nebudeme v nadšení z technológií na tento problém reagovať, budeme k nemu smerovať.

**Mali by sme digitálnemu priestoru vytvoriť prísnejšie hranice?**

Príbeh o neregulovanom prostredí sociálnych médií treba veľmi rýchlo ukončiť. Už dnes vieme, že môže byť nebezpečný. Je to veľmi jednoduché. Keď si sadneme do auta, musíme sa pripútať. Svet sa nám káže veľmi rýchlym tempom a sociálne médiá sú rozhodne spoluzodpovedné. Myslím, že to dospelo do bodu, kedy je potrebné zatiahnuť ručnú brzdu.

**Akú dôležitú rolu hrajú politici v polarizácii spoločnosti?**

Veľmi zásadnú, a to nielen na Slovensku. Deje sa to všade vo svete. Prinášanie chaosu do spoločnosti, jeho využívanie a systematická polarizácia spoločnosti je v podstate zbraň, ktorú používajú všetci extrémisti a radikáli. Vždy to tak bolo. Nacisti v Nemecku, bolševici v Rusku a rôzne

skupiny extrémnej pravice alebo ľavice v podstate robia to isté. Všade sa snažia spoločnosť rozdeliť na dva nezmieriteľné tábory, ktoré nebudú mať chuť sa spolu baviť.

*„Svet sa káže rýchlym tempom a sociálne médiá sú spoluzodpovedné.“*

V momente, keď takto rozdelíte spoločnosť, môžete ju veľmi šikovne manipulovať proti sebe. Keby to náhodou prerástlo do agresivity, ktorú vy vyvolávate, víťazoslávne prídete a poviete, zdá sa, že sa to vymklo spod kontroly, treba zaviesť poriadok. Problém je v tom, že ten ordnung je zničujúci. Dobré fungujúce spoločnosti majú poriadok, ale funguje v rámci zabehaných pravidiel hry, ktoré sa dodržiujú preto, lebo ľudia nie sú od spoločnosti odcudzení. Dodržiujú ich radi, lebo vedia, že im to niečo prinesie. Inými slovami tam panuje dôvera.

**Čo s tým môžeme robiť?**

Dôvera v spoločnosti sa stratí rýchlo a je veľmi ťažké ju znovu obnovovať, ale dá sa to. Treba byť systematický a nemôžeme čakať, že sa to podarí v priebehu jedného volebného obdobia. Potrebujeme žiť v niečom, počom ľudia volajú. Ľudia hovoria, že chcú žiť v normálnej krajine. Čo to znamená? Keď sa

niečo povie, tak sa to stane. Keď vláda povie, že niečo ponúka, tak to tak naozaj je. Keď hovorí, že ľudia musia plniť nejaké zákony, tak ich musí plniť aj ona sama. Nemôže mať chaos vo svojich radoch. Keď ľudiavidia, že to funguje aj ich pohľad sa začne meniť. Nebolo to inak ani v západnej Európe. V neskorej moderne, ktorú žijeme, hľadáme niečo, čo nás bude spájať. Ľudia by mali začať definovať, čo by malo jednotu spoločnosti vytvárať.

**Má zmysel viesť diskusiu s ľuďmi, ktorí majú opačné názory než my?**

Zmysel to má vždy, musíme sa o to pokúsiť. Sú prípady, kedy to nepôjde. Tie by sme si mali vedieť zadefinovať. Spomínam na príbeh Andreja Bána, ktorý po tom, čo sa L'SNS dostalo do parlamentu so svojimi veľmi odlišnými názormi oproti zvyšku spoločnosti, s nimi robil debaty.

*„Všetko vidíme cez nejaké filtre, mali by sme ich vedieť odstraňovať.“*

Mnoho ľudí vravelo, že nemá zmysel komunikovať s fašistami. On tvrdil, že je to nevyhnutné, ale zároveň zadefinoval pravidlá hry: musíte hovoriť pokojne a nesmiete stigmatizovať druhú stranu Celkom to fungovalo. Prinútil stranu, ktorá bola pomerne



Obnoviť stratenú dôveru v spoločnosti je podľa sociológa náročné, no nie nemožné.





„Treba komunikovať, aj keď nie vždy to bude mať žiadaný efekt,“ hovorí Vašečka.

agresívna, aby hovorila kľudnejším spôsobom a počúvala druhú stranu. Keď sa však pozriem na volebné preferencie nezdá sa mi, že by to malo dramatický efekt, aj keď výsledok nebol celkom tristný. Treba sa pokúsiť komunikovať, aj keď nie vždy to bude mať žiadaný efekt. Pokiaľ niekto nebude dodržiavať pravidlá hry, potom to už nemá zmysel. Vo väčšine prípadov však vieme nájsť zmysel a môže mať výsledky.

**V súčasnosti nás asi najviac rozdeľuje téma očkovania. Čítala som už aj o prípadoch, kde téma očkovania naštrbila rodinné vzťahy. Čím je to spôsobené? Neschopnosťou komunikovať?**

Mnoho ľudí to naozaj nevie. Ja vždy skúšam zadefinovať to, čo nás spája. Nech už je to akokoľvek malý priestor, ale budujeme most, v ktorom spolu súhlasíme. Dvaja ľudia, ktorí sa začnú takto rozprávať postupne zistia, že ich niečo spája. Keď sa o to pokúsia, tak majú šancu prekonať to, čo ich rozdeľuje. Avšak určite sa vyskytnú aj prípady, kedy to jednoducho nepôjde.

**Aktuálne je celé Slovensko v lockdowne a nevyhli sa mu ani očkovaniu. Necítite sa oklamaní, keď vláda v očkovačej kampani sľubovala, že vakcína je sloboda?**

Vláda sľubovala, že očkovanie prinesie slobodu a nebolo to tak. Ukazuje to, ako zle komunikovali. Oklamaní sa môžu oprávnene cítiť očkovani, tí nezaočkovani paradoxne ďaleko menej. Ukazuje to tiež, že musíme byť ďaleko reflexívnejší, keď sa dostaneme do radikálne novej situácie, ktorú môže priniesť pandémia alebo ktorú môžu do budúcnosti priniesť neočakávané výsledky sociálnych médií. Ide o nové situácie, na ktoré nebudeme pripravení. Nebudeme vlastne rozumieť tomu, čo sa s nejakou časťou populácie stalo. Pandémia to jednoznačne priniesla.

**Ako môžeme sami na sebe spozorovať, že sa v určitých témach nesprávame racio-**

**onálne a podliehame nesprávnym autoritám či zvolenému názorovému prúdu?** Ja sa snažím nemať pravdu. Nie som vlastníkom pravdy, ale snažím sa ju vždy hľadať. Človek by mal byť schopný falzifikovať to, čo si sám myslí a čo si myslí, že vidí. Naše zmysly aj rozum sú omylné. My si niečo myslíme z rôznych dôvodov. Kvôli našim skúsenostiam, intelektuálnym schopnostiam, vzdelaniu alebo socializácii

*„Preferencia tvrdej ruky je na Slovensku vyššia ako v okolitých štátoch.“*

Môžeme mať dokonca sociálnu reprezentáciu nejakej skupiny, udalosti z minulosti, ktorá nás determinuje. Všetko vidíme cez nejaké filtre. Každý z nás by mal byť schopný tie filtre odstraňovať a falzifikovať si aj to, čo si sami myslíme. Človek však musí byť schopný priznať si chybu, keď ho niekto presvedčí argumentmi.

**To mnoho ľudí nerobí.**

Práve to je problém. Navyše, ľudia nie vždy rozlišujú medzi svojimi pocitmi a argumentmi. V serióznej debate o náročných témach ako je očkovanie sú vaše dojmy úplne irelevantné. Musíte na stôl položiť argument, ktorý stojí. Ak to tak je, môžeme povedať: presvedčili ste ma. Mnohí ľudia to nerobia, ba dokonca to nevedia robiť.

**Môže to byť zapríčinené výchovou?**

U niektorých ľudí je to spôsobené už primárnou socializáciou. Sú vychovávaní v príliš autoritárskom duchu a títo ľudia reprodukovujú rovnaký typ komunikácie ďalej. Keď sa niečo také nedarí naučiť v primárnej socializácii, mohlo by to vyjsť v škole, no ani tam to veľmi nejde. Nechcem byť prehnane kritický voči

slovenskému školstvu, ale obávam sa, že príliš veľa žiakov počulo na základných školách vety typu: nejak veľa sa pýtaš, si problematický žiak. Kto sa pýta a má záujem nechce spochybňovať učiteľa, chce sa zahĺbiť do témy. Ľudia sa naučia, že najlepšie je sa ani nepýtať, ideálne nemať názor, iba memorovať.

*„Ľudia nie sú schopní mať solidaritu s inými bublinami.“*

K tomuto systému sme dospeli už z čias Rakúsko-Uhorska. Neskôr reálny socializmus dával dôraz na znalosti a vedomosti, ale nie na to, aby sme porozumeli veciam do hĺbky. Ťažiskom bolo porozumenie v technickej rovine, ale nie v spirituálnej a toto je výsledok.

**V podcaste Aktuality nahlas ste povedali: „Problém dnešnej slovenskej spoločnosti je ten, že pád do vzájomnej nedôvery vedie k volaniu po tvrdej ruke autoritárskej vlády.“ Môže byť priepasť, ktorá sa v spoločnosti rozširuje, začiatkom konca demokracie?**

Vždy môže, ale na Slovensku to zprostredne nehrozí. Volanie po poriadku bude veľké a nemôžeme sa tomu po výkone tejto vlády diviť. Aj ľudia, ktorí sú presvedčení demokrati volajú po poriadku, nech to má aspoň elementárnu hlavu a päťu. Môže sa stať, že sa postupne prepadneme do procedurálnych demokracií, ľahkých foriem autoritárstva alebo mediokracií. To, čo voláme liberálna demokracia, teda participatívna, môže byť pochopiteľne ohrozené. Keď sa pozrieme na vzory správania a na výsledky výskumov verejnej mienky, preferencia tvrdej ruky je na Slovensku vyššia ako v okolitých štátoch.

Autorka: Viktória Revajová

Foto: Rastislav Kupčo



Tento rozhovor nájdete aj v audio verzii na všetkých podcastových platformách pod názvom podcastt a vo video verzii na YouTube kanáli Časopis atteliér.

#### SOCIOLÓG MICHAL VAŠEČKA

Je programovým riaditeľom Bratislava Policy Institute, pedagogicky pôsobí na Paneurópskej vysokej škole. Je členom iniciatívy Veda pomáha a zakladateľom Centra pre výskum etnicity a kultúry. Od roku 2012 pôsobí ako zástupca Slovenskej republiky v Európskej komisii proti rasizmu a intolerancii Rady Európy.

# Fauluješ?

**Argumentačné fauly sú triky alebo klamy v diskusiách. Rečník ich používa, aby presvedčil oponenta či publikum o svojom názore bez ohľadu na pravdivosť svojich argumentov.**

Toto je niekoľko z mnohých argumentačných faulov, s ktorými ste sa už možno stretli alebo ste ich dokonca použili.



#### Falošná dilema

Rečník sa snaží nátlakom si vynútiť súhlas ostatných tým, že prezentuje iba dve protikladné možnosti a ostatné zamlčí.

##### PRÍKLAD

„Kto sa nezúčastní protestu, ten podporuje vládu.“



#### Šikmá plocha

Rečník vystupňuje protivníkov argument cez reťaz nepravdepodobných udalostí do absurdnej podoby.

##### PRÍKLAD

„Ak zlegalizujeme marihuanu, omedľo bude povolený aj heroín a nakoniec budeme všetci drogovať.“



#### Vnútorňý rozpor

Rečník uvádza dva argumenty, ktoré sa navzájom vyvracajú. O faul ide, ak si od oponenta nenechá vysvetliť, prečo ide o rozpor.

##### PRÍKLAD

„Nikto už od toho podniku nechodí, lebo je tam stále plno.“

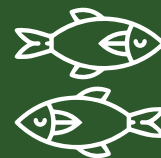


#### Slamený panák

Rečník prekrúti tvrdenie svojho protivníka a v tejto podobe ho vysloví v diskusii. Tým donúti protivníka, aby sa začal obhajovať a odvedie pozornosť.

##### PRÍKLAD

„Nechcete podporiť sprisnenie interrupcií, takže súhlasíte so zabitím detí.“



#### Červený sled

Rečník úplne vynecháva racionálne argumenty a útočí na nesúvisiace postoje, vek či vzhľad oponenta.

##### PRÍKLAD

„Si príliš mladý, ešte nevieš nič o živote.“



# Desať minút na záchode nenahradí doktorát z virológie

Ak by teraz na internete vyšiel článok, že Blaha gratuloval kubánskeho prezidentovi k poprave väzňov, podľa lektora Akadémie kritického myslenia MARTINA POLIAČIKA by ho 60 % ľudí zdieľalo bez otvorenia. Keď informácia spadá do našej názorovej bubliny, neoverujeme ju.

„Neveríme mienkotvorným autoritám, a preto si svetonázor vytvárame sami v komunitách. Keď sa stretávajú dve rozdielne, zdá sa, že tá druhá strana svetu nerozumie. Každá skupina má v podstate svoju pravdu. Napríklad slovo demokracia vníma rozdielne skupina politológov a inak antirúškari z piešťanského Lidlu,“ hovorí Poliačik o takzvanej postpravdivej dobe.

Podľa facilitátora Dušana Ondruška z organizácie Partners for Democratic Change Slovakia pripomína argumentácia šachovú partiu, v ktorej dvaja šachisti bez veľkých rečí poťahujú figúrky na šachovnici. Martin Poliačik ale zdôrazňuje, že treba rozlíšiť argumentáciu a manipuláciu. Poctivá argumentácia spočíva vo vysvetľovaní svojho názoru tak, aby druhá strana pochopila, prečo uvažujeme istým spôsobom, ale mala priestor na vytvorenie si vlastného postoja. Naopak, pri manipulácii využívame argumentačné techniky na zahnanie druhého do kúta, kde mu zostáva jediné možné východisko podľa nášho plánu.

## Prečo nám to nejde

V momente, keď máme všetku múdrosť sveta na končekoch prstov v mobile, myslíme si, že si z nej vieme vybrať správne informácie a ešte ich aj pochopiť. Desať minút na záchode však nenahradí doktorát z virológie. Lektor Akadémie kritického myslenia týmito slovami vysvetľuje, že školy a inštitúcie stratili monopol na odovzdávanie kvalitných informácií a delia sa o neho so

sociálnymi sieťami. Do toho navyše vstupuje veľa typov hráčov, ktorí chcú získať moc. „Navyše si treba uvedomiť, že na sociálnych sieťach nie sme používateľmi, ale tovarom. Zadávateľom reklamy záleží na tom, aby sme pozerali na ich produkty a sociálne siete zarábajú na našej pozornosti,“ objasňuje Poliačik. Facebook zobrazí to, čo podľa algoritmu chceme sledovať.

„Niekedy je lepšie zhodnúť sa, že sa nezhodneme.“

Vybrané informácie následne tvoria celý svet jedinca. Predtým čerpali ľudia väčšinu informácií z tlače či televíznych správ, ktoré boli pre masu, a teda aspoň do istej miery uplatňovali správny postup tvorby pravdivých informácií. „Tým, že sledujeme algoritmus, ktorý sa nám prispôbuje, veľmi ľahko uveríme, že Zem je plochá a Američania neboli na Mesiaci. Nič iné pre nás totiž neexistuje.“ Človek, ktorý bol zvyknutý, že istá inštitúcia mu povie, čo je pravda, začne považovať sociálne siete za autoritu.

Poliačik považuje za problém, že veľká časť súčasnej komunikácie je založená na neverbálnych prejavoch a písanej reči. Preto strácame zábrany a ničíme vzťahy. Keď sa z takého správania stane trend, prichádza polarizácia spoločnosti. Príkladmi sú Brexit alebo boj Trumpa a Bidena. „V 90. rokoch v USA boli mediánový republikán a mediánový demokrat

k sebe názorovo veľmi blízko. Sledovali správy, z ktorých si každý vzal približne to isté a na svet mali viac-menej rovnaký názor. Veľké politické strany boli relatívne v strede a na svoju stranu sa odkláňali len minimálne,“ vysvetľuje Poliačik. Podľa jeho slov sú dnes dva kopce na stranách a v strede stojí minimálne množstvo ľudí. Preto musia politici ťahať davy do extrémov. Vo voľbách už následne nejde o to, k akému civilizačnému vývoju spolu smerujeme, ale ktorý extrém pritiahne viac voličov alebo znechutí ľudí tak, aby nešli voliť.

Ak sa chceme opäť dostať do názorového stredu, mali by sme sa pozerieť na také krajiny, ktorým sa to darí cez budovanie občianskej spoločnosti. Lektor kritického myslenia uvádza ako príklad Nemecko, ktoré si na základe vlastnej histórie uvedomuje, čo spôsobí, ak to zanedbá. Príkladom je aj Island, kde vzdelávací systém stavia na vnútornej integrite detí aj dospelých, čím sa vyhýba patologickým javom v spoločnosti.

## Politické body

Slováci sú mimoriadne náchylní na dôverovanie konšpiráciám. Dáta nám hovoria, že v odolnosti voči hoaxom sme na chvoste Európskej únie. Podľa Poliačika je hlavným dôvodom slabé vzdelávanie v kritickom myslení a nesystematické informovanie zo strany štátu. „Život v pluralitnej spoločnosti znamená, že ľudia majú právo na rozličné názory. Tým sa odlišujeme od autoritatívnych spoločností,“

vysvetľuje Ondrušek. Dnes však na Slovensku nemáme témy, ktoré by neboli predmetom politickej diskusie. Z každej sa politici snažia získať body pre seba. Interrupcie či ekologické otázky sa podľa Poliačika musia rozhodnúť politicky, lebo by bolo zlé, ak by sme o nich prijali jednu všeobecnú pravdu, s ktorou by všetci museli súhlasiť. Očkovanie je iná vec. „Portugalsko si povedalo, že v podobných otázkach nechá hovoriť iba odborníkov a zaočkovanosť u nich narástla. Nepustili extrémne názory do mainstreamu. Všetky strany povedali tú istú informáciu svojim voličom a nikto im neoponoval. Dnes bohužiaľ neexistujú striktné hranice toho, kam môžu zájsť politici vo vyjadrovaní sa k rôznym témam,“ dodáva.

Poliačik ďalej spomína, že keď bolo na Slovensku referendum o vstupe do Európskej únie, všetky strany povedali – choďte voliť. Bola to totiž existenčná otázka. Ak by sa to isté stalo pri očkovaní, Bukovský a Zem a vek by ostali na okraji, lebo stred by bol obsadený. Z ľudí sa ale stali bodíky na politickej mape. Neschopnosť uvedomenia si následkov politického boja je to, čo ho umožňuje.

## Emócie – áno alebo nie?

„Keď sa ma klient pýta, ako má vytlačiť emócie zo svojej komunikácie, ja mu odpoviem, že nemá.“ Lektor kritického myslenia tvrdí, že v našej lebke sa skrýva najlepšie organizovaná hmota v doteraz poznanom vesmíre. Hovorí nám, na čo si máme dávať pozor, a to nazývame emócie. Avšak nevieme s nimi pracovať. Na emócie je potrebné pozerieť sa ako na relevantný zdroj informácií a zaradiť ho k ďalším, ako sú výsledky racionálneho uvažovania či kultúrne vzorce a hodnoty. Vtedy nám emócie pomáhajú. Napríklad pociťovanie strachu môže signalizovať, že máme zo situácie vycúvať. Jedným

zo spôsobov, ako sa dnes naučiť komunikovať, je pracovať na poznaní samého seba.

Ondrušek si myslí, že najnáročnejšie situácie vznikajú, ak konflikt vychádza z odlišných hodnôt, ktoré budujú identitu človeka. Najmä pri komunikácii s blízkymi s opačným názorom je dôležité zhodnotiť, čo nám za to stojí. Poliačik opisuje techniku láskavej kritiky, ktorá hovorí, že ak chceme s ľuďmi diskutovať, nesmieme preskočiť fázu vytvárania vzájomného vzťahu. Ak niekto hovorí vec, s ktorou nesúhlasíme, mali by sme ju najskôr zopakovať vlastnými slovami tak, aby nám oponent prikývol. Povedzme, že nám priateľ vraví, že by mali vyhostiť migrantov, ktorí nelegálne prichádzajú do Shengenu. S použitím láskavej kritiky by sme odvetili, že ľudia by mali prichádzať do Európy hlavne legálnou cestou.

„Z ľudí sa ale stali bodíky na politickej mape.“

Týmto spôsobom dokážeme nájsť bod spoločnej zhody. Dobré je následne oceniť, že sme sa niečo nové naučili a získali iný pohľad na vec. Povedali by sme napríklad, že z tohto uhla sme sa na problematiku nikdy predtým nepozreli. Až potom treba začať vysvetľovať vlastný názor. Druhému človeku tak dávame najavo, že ho rešpektujeme, pozorne sme ho počúvali a oceňujeme, že sa s nami podelil o svoj názor. Na začiatku konverzácie je zväčša snaha o pochopenie. Ak však dokážeme identifikovať rané fázy ostrého konfliktu, niekedy sa môžeme zhodnúť na tom, že sa nezhodneme. V istých prípadoch to môže byť oveľa lepšie, ako pokračovať, lebo zachováme komunikáciu a vzťah. Cestou je tiež hovoriť o sebe, nie o chybách druhého. Je lepšie povedať: „Prepáč, momentálne sa s nezaočkovanými ľuďmi kvôli

## MARTIN POLIAČIK ODPORÚČA PREČITAŤ SI

Ján Markoš: Sila rozumu v bláznivej dobe

Daniel Kahneman: Myslenie rýchle a pomalé

Hans Rosling: Moc faktov

Seth Stephens-Davidowitz: Každý klame

Matthew Walker: Prečo spíme

*„pandémii nestretávam,“ ako vravieť, „nestretanem sa s tebou, lebo si sa nedal zaočkovať.“*

Ľudia neformulujú svoje názory, aby hľadali pravdu, ale aby obhájili svoje postavenie v spoločnosti. Poliačik hovorí, že práve preto sa stretávame aj s lekármi, ktorí vystupujú proti očkovaniu. Ak zhodnotili, že takého prejavu im pomôžu udržať si svoj sociálny status v komunite, veľmi ľahko konštruujú nepravdivé argumenty, ktorým môžu nakoniec sami uveriť. „Mojej manželke na covid zomreli obaja rodičia, je pre mňa veľmi ťažké komunikovať o tejto téme napríklad s človekom, ktorý pandémie zľahčuje. Preto viem, že pri niektorých ľuďoch nedokážem prelomiť bariéru v tejto téme. Verím, že keď sa situácia zlepší, znova budeme vedieť komunikovať. Teraz sa snažím najmä nepáliť mosty,“ dodáva.

## Najprv myslieť potom zdieľať

Nikto nie je stopercentne odolný voči kognitívnym skresleniam. Lektor kritického myslenia hovorí, že ak by teraz na internete vyšiel článok, že Ľuboš Blaha zagratalo kubánskeho prezidentovi k poprave väzňov, asi 60 % ľudí ho prezdieľa bez otvorenia. V momente, keď informácia spadá do našej názorovej bubliny, nemáme tendenciu ju overovať. Kognitívne skreslenia si neuvedomujeme vtedy, keď sa dejú. Pozorujeme ich až spätne. Jediné, čo môžeme spraviť, je podľa Poliačika brániť sa proti svojim zautomatizovaným vzorcom správania. „Ak napríklad ideme zdieľať článok, mala by nám v hlave zablikať kontrolka, aby sme nekonali unáhle, počkali a overili si informáciu z viacerých zdrojov. Je to kombinácia kritického myslenia a mediálnej gramotnosti. Už totiž nestačí vedieť získať informáciu, ale tiež chápať, za akým účelom vzniká.“

Autorky: Lenka Šamajová, Šimona Tomková  
Foto: Dominik Mičuda



Martin Poliačik bol hosťom na Týždni vedy a techniky FMK.



atteliér 04 | 2021-2022 13





## Chcela som zomrieť

Cudzí ľudia kričali pod mojim balkónom. Kontrolovala som zamknuté dvere každých 15 minút, zdôveruje sa o kyberšikane KATARÍNA CIBÍKOVÁ z iniciatívy Dobre.

Kyberšikana je devastujúcou nástrahou, ktorá nečíha len na deti a mládež. Svoje si zažila aj 28-ročná slovenská PR manažérka Katarína Cibíková, ktorá je spoluzakladateľkou iniciatívy Dobre. Založili ju v októbri 2021 ako reakciu na množstvo nenávisti a zla v onlinovom priestore.

*„Vulgárne mi nadávali do prostitútok. Po internete kolovali moje fotky.“*

Následne sa v ňom ale sama Katarína stala obeťou prežívajúcou hrôzu. „Niekoľko dní som si nachádzala správy so želaním, aby som sa zabila. Aby som skapala. Vulgárne mi nadávali do prostitútok. Po internete kolovali moje fotky. Bolo mi z toho úzko. Nikdy pred tým som sa s takou kritikou nestretla,“ opisuje situáciu. K nevyžiadanej pozornosti sa pripojili aj

pocity strachu a paranoje. Pri kráčaní po ulici sa bála, mala pocit, že každý jej chce ublížiť. Bezpečne sa dokonca necítila ani doma. „Kontrolovala som zamknuté dvere snád každých 15 minút,“ zdôveruje sa.

Obeť pred kyberšikanou nemá kam uniknúť. Zatvorí sa v izbe, odíť do prírody alebo k starým rodičom už nepomáha. Nie, pokiaľ si so sebou vždy zbalí aj svoj mobilný telefón a má prístup k internetu. Agresor sa k nej dostane kdekôľvek a kedykoľvek, pričom kyberšikanu alebo internetové šikanovanie predstavuje vedomé urážanie a vyhrážanie sa osobe prostredníctvom internetu či mobilného telefónu. Zahŕňa aj zverejňovanie intímnych informácií.

**Len chcela, aby bolo dobre**

Katarína Cibíková sa stalo obeťou, pretože

chcela, aby na sociálnych sieťach bolo dobre. Spomínaný projekt funguje na sociálnej sieti Facebook ako súkromná skupina. V decembri sa pýšila viac ako 11-tisíc členmi. Upozorňuje na príspevky politikov, verejne známych osôb či médií, v ktorých sa šíri nenávisť, klamlivý alebo aj inak škodlivý obsah. Úlohou verných účastníkov iniciatívy je zaspamovať príspevkov jednoduchým komentárom, konkrétne heslom „Dobre“. Komentáre si vzájomne označia možnosťou „páči sa mi to“, aby ich algoritmus Facebooku posunul čo najvyššie. Nezmyselné komentáre sa tak stratia vo vlně triviálneho hesla. Takéto hromadné reakcie dokonca niektorých politikov donútili svoj pôvodný príspevok vymazať.

*„Založili sme iniciatívu, ktorej cieľom je dať svetú najavo, že aj dobré sa deje a netreba vždy nasilu kričať, byť agresívny, útočiť a hádať sa,“ vysvetľuje. Sociálne siete boli podľa nej kedysi lepším miestom s miernejším obsahom, ľudia si medzi sebou zdieľali napríklad fotografie domácich miláčikov. Takéto obrázky na sociálnych sieťach nájdeme aj dnes, avšak v inej forme. „Tie rozkošné obrázky sa tvária ako profilové fotografie tiet, babičiek a ujav, ktorí chodia na internet šíriť zlo,“ dodáva.*

*„Dôležité je, aby sme nemlčali. Ak nám je ťažko, mali by sme vyhľadať odborníka, nie je to hanba.“*

Dezinformácie a klamstvá ovládli nielen sociálne siete. Podľahli im aj viacerí politici a budujú si na nich základy svojich kampaní. Výnimkou nie sú ani útoky na vedcov či ďalších odborníkov zo strany verejne známych osôb. Iniciatíva Dobre. vyjadruje nesúhlas s daným správaním. Ako ale podotkla jej spoluzakladateľka, projekt mnohých nahneval. „Táto aktivita sa prirodzene nepáči všetkým. Mnohí z adminov sa stali terčom útokov a šikanovania zo strany extrémistov,“ vysvetľuje. Katarína nebola výnimkou. Nežiadúcu pozornosť množstvo používateľov sociálnych sietí upriamilo aj na ňu, čo bolo začiatkom jej osobného pekla koncom októbra.

**Zlo spustil príspevok**

Katka sa v minulosti objavila v jednej zo sérií slovenskej reality show Farma. Prešlo odtedy šesť rokov a dnes vraví, že by sa už súčasťou podobnej televíznej relácie nestala. Tušila, že niekomu napadne vytiahnuť z jej histórie všetko, čím by ju mohol diskreditovať. Dopredu sa však nikdy nedá pripraviť na intenzitu, s ktorou podobné útoky prídu. Extrémista Daniel Bombic, ktorý sa na



Členovia Dobre. zahltili i komentárovú sekciu pod príspevkom Milana Uhríka.

internete prezentuje pod pseudonymom Danny Kollár, na svojom profile v aplikácii Telegram, kde mal v decembri viac než 14-tisíc odoberateľov, zverejnil koláž odvážnych fotografií z Kataríninej minulosti. Pridal aj niekoľko urážlivých slov a jeho priaznivci sa príspevku chytli. Okrem Danielových vyjadrení si však v komentároch poposúvali aj skreslené informácie. Rovnaké osoby jej potom začali písať neľudské správy, v ktorých jej želali smrť.

Útoky sa z onlinového prostredia presunuli aj do fyzického sveta. Kataríne napríklad vykrikovali pod balkónom, keďže sa dostali aj k adrese jej bytu. „Nezvládala som virtuálne útoky, ktoré sa v krátkom čase preniesli do reality, kde mi neznámi páni nadávali do šlapiek priamo pod mojim balkónom,“ píše na svojom instagrame účte. Pre zlý psychický stav vyhľadala odborníkov a pre kyberšikanu kontaktovala i právniku. Na Instagrame dokonca otvorene priznala, že chcela zomrieť.

**Utešili ju ľudia s podobnými skúsenosťami**

Katarínu skontaktovalo množstvo ľudí zo spoločenského diania vrátane novinárov, ktorí sa s kyberšikanou stretávajú bežne. Ich slová označuje za výraznú pomoc v ťažkej situácii. „Vďaka nim som pochopila, že ja vlastne nerobím nič zlé a keby ma ľudia, ktorí ma atakujú, tľapkali po pleci, asi by som nebola dvakrát nadšená,“ približuje útechu v radách, ktoré dostala. Podporu našla nielen u svojich známych, ale aj u administrátorov skupiny Dobre. Jej okruh priateľov sa však výrazne zúžil. V čase, keď ju ľudia na internete šikanovali, začala trpieť aj úzkosťami. Jedlo a ani

kde sa páchatel priamo nachádza, nejedná s obeťou osobne. Nepozerala do jej do uplakaných, vydesených očí, nemusí vnímať jej emócie, a to ide ruka v ruke s nedostatočným uvedením si akejkolvek zodpovednosti či závažnosti jeho konania. Situácia môže byť, niektorými z agresorov alebo ich okolím, dokonca vnímaná aj ako prejav neškodnej zábavy. Podobné správanie navyše podnecuje aj anonymita, ktorá je taktiež neoddeliteľnou súčasťou kyberšikany.

*„Dnes by som už do reality show akou je Farma nešla.“*

Agresorova identita nemusí byť odhalená, čo mu dáva viac sebavedomia a chráni ho pred následkami jeho činov. Katarína v tom najhoršom rozmýšľala aj nad možnosťou, že iniciatívu Dobre. opustí. „Admini povedali, že by im tam bezo mňa bolo smutno. Obzvlášť Patrik Lenghart, zakladateľ skupiny, mi dal veľkú podporu a povedal, že bude moje rozhodnutie akceptovať, nech je akékoľvek,“ zaspomínala. Zo skupiny neodšla a dnes má aj vlastný menší projekt, ktorý nazýva Dobre. Naživo s Katou. V rámci neho sa s odborníkmi a známymi osobnosťami rozpráva na témy, ktoré rezonujú v spoločnosti.

Autorka: Michaela Hlaváčová  
Zdroje: cyberhelp.eu, markiza.sk, startup.sk, zodpovedne.sk  
Foto: Sandra Struhárová, facebook.com/Milan Uhrík, instagram.com/dobre\_bodka, instagram.com/kat\_\_\_\_\_a



„Viem presne, ako si sa cítila,“ podporila ju na Instagrame Kristína Tormová.



## Mandarínka, ryžový chlebík a 15 gramov proteínu bola jej celodenná strava

Z cesty odopierania, nenávisti, bolesti a klamstiev sa dá dostať najmä vďaka odbornej pomoci. Ostanú ale naďalej slabou stránkou človeka.

„Veľmi dlho som si ani neuvedomovala, že nejaký problém mám. Klamala som samu seba a usvedčovala sa, že všetko je v úplnom poriadku,“ s týmito slovami nám začala rozprávať svoj príbeh dvadsaťročná Dorota, ktorá si prešla poruchami príjmu potravy (PPP). Na prvý pohľad nevinné poznámky na postavu od spolužiačky na základnej škole u nej spustili životnú etapu, ktorá negatívne ovplyvnila jej vývojové obdobie. Doteraz si presne pamätá celú situáciu v triede a slová, ktoré sa jej dotkli.

Po príchode domov zo školy jej prvé kroky hneď smerovali do kúpeľne: „Zamkla som dvere, vyzliekla sa a postavila pred zrkadlo. Premeriavala som každý kúsok môjho tela a hľadala všetky nedokonalosti.“ Jedna na prvý pohľad nevýznamná poznámka jej vnukla do hlavy myšlienku, nad ktorými nikdy predtým neuvažovala.

### Chcú získať kontrolu

Vo všeobecnosti neexistuje len jeden dôvod, ktorý by zapríčinil vznik poruchy príjmu potravy. „Spúšťačom je súbor viacerých rizikových faktorov. Patrí k nim napríklad genetická predispozícia, osobnostné črty ako negatívna afektivita, nízka flexibilita, perfekcionizmus, povaha. Môžu za to aj veci, ktoré

nás ovplyvňujú počas detstva a dospievania ako narušené vzťahy v rodine, traumatické skúsenosti alebo tlak na výkon a štihlosť, ideál krásy či sociálne siete,“ vysvetlila zakladateľka a riaditeľka organizácie Chut žiť Valentína Sedileková. Každý ľudský organizmus reaguje na vypäté situácie odlišne. Podľa farmaceutky Adriány Fechovej častým motívom hlavne u mladých ľudí je túžba páčiť sa okoliu, snaha získať uznanie, obdiv a nátlak prispôbiť sa trendom.

Porucha stravovania často predstavuje pokus o zvládanie hlbších emočných problémov, ktoré v danom veku človek nedokáže prekonať iným spôsobom. Ľudia trpiaci PPP sa často snažia získať dokonalú kontrolu nad vlastným telom. Pociťujú moc a úspechu v nich vyvolávajú práve prísne diéty, nadmerné cvičenie a následná manipulácia s hmotnosťou. Tieto emócie už predstavujú akúsi drogu, ktorá časom nahrádza všetky ostatné záujmy a stáva sa hlavnou náplňou života. Dorota tiež priznala: „Nedokázala som myslieť na nič iné ako číslo na váhe. Potrebovala som ukázať, že dokážem byť chudšia ako všetky moje spolužiačky. Začala som prehnane trénovať a behávať. Desiaty som v škole dávala



Prvým a súčasne najťažším krokom liečby je priznať si poruchu príjmu potravy.

spolužiakom alebo vyhadzovala. Porcie na tanieri som zmenšovala až som okrem mandarínky, ryžového chlebíka a pár gramov proteínu nejedla nič.“ Váhu síce strácala, no svoje telo mala rada čoraz menej. V tomto začarovanom kruhu klamstiev a výčitiek strácala aj sociálny život. Čas s kamarátmi sa spájal s jedlom, kávou alebo inými nápojmi, z ktorých kalórie jej hlava hneď prepočítavala.

### Chlapcov stigmatizujeme

Najviac riziková skupinu tvoria deti a adolescenti. Valentína Sedileková doplnila, že to ale nie je pravidlom a poruchami trpia rovnako osoby staršie ako 30 rokov alebo dokonca mladšie ako 8 rokov. Zároveň vyvrátila mýtus, že týmto ochorením trpia len dievčatá a ženy: „Síce PPP predstavuje väčšinou ženské ochorenie, no postihuje aj mužov a chlapcov, ktorí tvoria približne 10 až 15 % pacientov.“ V organizácii Chut žiť sa stretávajú s rôznymi poruchami príjmu potravy. Od tých najznámejších ako anorexia, bulímia, záchvatové prejedanie až po ortorexiu

### PORUCHY PRÍJMU POTRAVY

**Mentálna anorexia** – porucha príjmu potravy charakterizovaná intenzívnym strachom z nárastu hmotnosti a skresleným vnímaním svojho tela. Pacient úmyselne znižuje hmotnosť diétami, nadmerným cvičením, zvracaním a zneužívaním liekov (najmä preháňadiel).

**Mentálna bulímia** – porucha príjmu potravy s opakovanými záchvatmi prejedania veľkým množstvom jedla, po ktorých nasleduje zvracanie alebo kompenzácia iným spôsobom (nadmerné cvičenie, zneužívanie liekov). Hmotnosť je zväčša normálna alebo na spodnej hranici normy.

**Záchvatové prejedanie** – ochorenie, ktoré charakterizuje rýchla a kompulzívna, čiže nutkavá konzumácia obrovského množstva kalórií, ktoré však nepodmieňuje fyziologický hlad alebo metabolická potreba. Zväčša ho sprevádzajú pocity straty kontroly nad sebou samým a nad množstvom zjedeného jedla.

**Orthorexia** – relatívne nová porucha príjmu potravy, ktorá sa prejavuje patologickou závislosťou od zdravého stravovania či biologicky čistej stravy a prehnaným vyhýbaním sa jedlám, ktoré pacient považuje za „nezdravé“.



Poruchy príjmu potravy sa považujú za ochorenie s častým sklonom k recidíve.

a nešpecifické poruchy či nezdravý vzťah k jedlu, čo ešte nemusí byť porucha.

Sedileková prezradila, že od založenia organizácie v roku 2018, zaznamenávajú stále vyšší počet klientov. Dodala, že veľký podiel na náraste za posledný rok mal aj Covid-19: „Pandémia spôsobila nárast výskytu porúch príjmu potravy až o 25 %. Nielenže narušila denné fungovanie, ale zvýšila stres a úzkosti, s ktorými sa mnohí ľudia vysporiadajú prostredníctvom PPP. Napríklad v odopieraní jedla hľadajú útek a snažia sa nájsť aspoň nejakú kontrolu a istotu v živote.“ Kvôli pandémie sa viacerí ľudia začali zameriavať na zdravý životný štýl. Sedileková upozorňuje, že v týchto prípadoch je veľmi ľahké prekročiť hranicu a dostať sa k nezdravému vzťahu k jedlu a obsesívnemu kontrolovaniu sa. Keďže pandémia spôsobila výrazný nárast ochorenia PPP a aj iných duševných diagnóz, v Chut žiť sa snažia naďalej rozširovať portfólio služieb, s ktorými pomáhajú. V septembri sa im podarilo spustiť prvú slovenskú linku pomoci zameranú na poruchy príjmu potravy, úzkosti z jedla a body shaming. Hlasom linky sa stala Ema Müller, ktorá sama priznala problémy so stravovaním.

### Kľúčom sú odborníci aj rodina

Okrem toho ponúkajú ďalších sedem bezplatných alebo nízko nákladových programov pomoci, ktoré sa nezameriavajú len na pacientov, ale aj ich rodiny. „Rodičia hrajú kľúčovú úlohu hlavne pri dospievajúcom dieťati, keď zaňho preberajú kompetencie v stravovaní a sprevádzajú ho liečbou. Pri dospelých je podstatné cítiť pocit prijatia, dôvery a podpory. Preto sa u nás snažíme pracovať aj s rodinami ako zdrojom k úspešnej liečbe,“ vysvetlila riaditeľka organizácie. V Chut žiť mesačne pomáhajú okolo 200 ľuďom, no

momentálne sú ich kapacity nedostatočné. „Potrebovali by sme prijať dva až trikrát väčší počet klientov,“ priznala Sedileková. Štatisticky je porucha príjmu potravy psychické ochorenie s najvyššou úmrtnosťou. Každých 62 minút zomrie niekto na následky PPP. Na svete nimi trpí viac ako 70 miliónov ľudí, z toho 20 miliónov v EÚ. Odbornú pomoc však vyhladá a dostáva iba 25 % z nich. Človek v niektorých prípadoch dokáže zvládnuť a prekonať ochorenie aj sám. Tento proces je ale veľmi zdĺhavý a môže zanechať vážne doživotné následky.

„Klamala som samú seba a usvedčovala sa, že všetko je v úplnom poriadku.“

V organizácii šíria myšlienku, že každý má nárok na vyliečenie bez ohľadu na dĺžku ochorenia. Počas liečby pacienti prídu na svoje zvládacie mechanizmy, ktoré im pomáhajú prekonať emočne náročné obdobia. Vyliečenie z duševného ochorenia sa dá prirovnať k tomu fyzickému. Valéria Sedileková to vysvetlila na príklade: „Aj ľudia s fyzickým ochorením sa po rekonvalescencii považujú za vyliečených. Vedia ale, že napríklad operované koleno ich z času na čas pri väčšej záťaži zabolí. Je to úplne normálne. Takisto aj pri psychických ochoreniach ako PPP.“ Dorota, ktorá prekonala poruchy príjmu potravy, na záver svojho príbehu dodala: „Z najhoršieho som už von, no musím priznať, že časť PPP mi stále ostane v hlave. Vďaka kamarátom a odbornej pomoci s tým ale dokážem pracovať. Cesta za zdravím vie byť náročná, no nie nemožná. Chce to len odhodlanie a silu nevzdať sa.“

Autorka: Beáta Čúzyová

Foto: Katarína Hrbková



# atteliér v meste

Študentský časopis nemusia čítať iba študenti. Tlačené vydania atteliéru naďalej distribuujeme do hlavnej budovy UCM v Trnave a do všetkých budov Fakulty masmediálnej komunikácie. Avšak časopis chceme sprístupniť aj širšej verejnosti. Najnovšie si ho môžete prečítať v trnavskej kaviarni Leháro na Františkánskej ulici.

Redakcia pravidelne pripravuje rubriky venované spoločenským témam, kultúre, médiám, marketingu a Trnave. Preto atteliér patrí do mesta a do rúk čitateľov aj mimo univerzity. Spolupráca s podnikom v príjemnom retro štýle navyše otvára možnosti pre organizáciu živých podujatí a diskusií v blízkej budúcnosti.

Autorka: Šimona Tomková  
Foto: Sandra Struhárová





# Neuromarketing vysvetľuje, prečo Coca-Cola poráža Pepsi

Vďaka novému laboratóriu dokážu na Fakulte masmedialnej komunikácie pozorovať podvedomie spotrebiteľov. Budú mať presnejšie dáta, výskumy i lepšie záverečné práce.

Ide o technológiu, ktorá dokáže priniesť dôležitejšie dáta o preferenciách spotrebiteľa. Prístroje môžu u človeka zmerať a zaznamenať životné funkcie a reakcie v čase ich samotného vzniku. V jednoduchosti, skúmajú, aké sú reakcie spotrebiteľov na rôzne reklamy alebo ako sa správajú v čase nakupovania. Úlohou je pochopiť, ako funguje myseľ zákazníkov a čo ju ovplyvňuje. Pri výskume využívajú najčastejšie technológie fMRI a EEG, pričom obe sledujú mozgovú aktivitu, tep, pohyb očí aj teplotu tela. Prístroje vedia zaregistrovať sluch, čuch, hmat či chuť. V neuromarketingovom laboratóriu sa snažia zistiť, ako mozog reaguje na určité konkrétne marketingové podnety, vyvolané obchodnými spoločnosťami a reklamnými agentúrami. Pomocou daného nástroja odhaľujú reálne a pravé spotrebiteľské preferencie.

## Všetko prebieha v podvedomí

„Naše rozhodovanie je v podstate zložené z vedomých a nevedomých rozhodnutí, je to možno neuveriteľné, ale nevedomých je až 95 % našich každodenných rozhodnutí. Nedokážeme ich ovplyvniť, pretože ani nevieme, že existujú,“ hovorí doktorand Tamáš Darázs. Náš mozog má tri časti. Jednou je

nový mozog, teda racionálny tvorca rozhodnutí, stredný zas produkuje emocionálne rozhodnutia. Ďalšou zložkou je starý mozog, ktorý v skutočnosti robí všetky rozhodnutia. Konečnú voľbu každého zákazníka a spotrebiteľa teda spúšťa práve on. Ide o náš pozostatkový mozog, stále prítomný u plazov. V takzvanom pramozgu fungujúcom rýchlejšie než naše vedomie sa pod šedou kôrou tvorí väčšina emócií, ich vznik pritom človek nedokáže bežne ovplyvniť. Môže iba regulovať ich účinky.

„Počas škaredého dňa uprednostníte studený filter na Instagrame, počas pekného zas teplý.“

Avšak emócie majú významný dopad na naše vedomé, nákupné i spotrebiteľské rozhodnutia. Dokonca majú aj schopnosť vysloviť, čo sa nám páči a čo nie. Evolučne najstaršie časti nášho mozgu sa vyvinuli v priebehu niekoľkých miliónov rokov a sú predverbálne, čiže existujú od čias, keď sme ešte neboli úplne ľudskými bytosťami. Tieto časti mozgu nerozumejú zložitým posolstvám a snažia sa vyhýbať bolesti či vzrušeniu.

Fungovanie mozgu zohľadnili aj americkí psychológovia na Harvardskej univerzite, ktorí koncept neuromarketingu vyvinuli v roku 1990. Založili ho na skutočnosti, že dominantná myšliena časť ľudskej aktivity vrátane emócií prebieha v oblasti podvedomia, teda v časti nekontrolovateľného vedomia. „Napríklad počas škaredého dňa uprednostníte studený filter na Instagrame, počas pekného zas teplý. Neuromarketing odhaľuje práve takéto skryté preferencie,“ ozrejmjuje Darázs, „budeme mať presnejšie dáta, lepšie bakalárky, diplomovky, výskum a relevanciu.“

## Prekoná dotazníky

Podľa slov Darázsa boli doterajšie spôsoby výskumu vo forme dotazníkov iba povrchné. Mnoho ľudí pri ich vyplňovaní zvykne odpovede len bez rozvážnosti zakliknúť a presnosť sa stráca. Technológia neuromarketingu funguje oveľa presnejšie. Uplatnením tejto metódy sa pri výskume pracuje so skutočnými informáciami o názoroch respondentov a nie s takými, ktoré by sám predkladal. Technológia dokáže skúmať odozvu jednotlivca na akékoľvek audiovizuálne obsahy či hudbu a pritom zaznamenávať, čo prežíva a kam sa pozerá. Merania prebiehajú tak, že

testovaní jedinci sú vystavení určitým vonkajším vplyvom, výskumníci im ukážu obrázok alebo video, animáciu, pustia melódiu, prípadne im dajú riešiť rôzne úlohy, napríklad na webových stránkach. Následne ich nabádajú k určitým činnostiam, počas ktorých sú ich fyzické alebo neurologické aktivity snímané rôznymi technológiami.

„Respondentom zadávame jednoduché úlohy a na základe výsledkov z experimentov, pri ktorých sa sleduje pohyb myšou, očí, ich časový nesúlad, ako aj prežívané emócie, dokážeme zlepšiť webové stránky či aplikácie. Týmto metódami môžeme nielen zdokonaľiť komunikačné aktivity, ale napríklad aj odhadnúť vplyv na psychické zdravie, ochotu kúpiť si produkt alebo schopnosť vyvolania pozitívnych asociácií,“ hovorí doktor Peter Krajčovič. Doktorand Tamáš Darázs poukázal aj na príklad výskumu, v ktorom sa počas ochutnávky vína zistilo, že hoci je rovnaké, dokáže v závislosti od vnímanej ceny produkovať veľmi odlišné verbálne odpovede. Účastníci výskumu tvrdili, že víno, ktoré malo vyššiu cenu, im chutilo viac. Práve alkoholický nápoj s nižšou cenou bol podľa nich chutný najmenej. „Prostredníctvom neuromarketingu však vieme, že im víno chutilo rovnako a v dobe jeho konzumácie vyvolalo zhodné neurologické odozvy a emócie. Respondenti jednoducho nevedeli rozoznať chuť od cenovky,“ konštatuje.

## Vyhrala sila emócií

Jedným z najznámejších príkladov využívania poznatkov z neuromarketingových výskumov je súboj medzi dvoma

známymi značkami – Pepsi a Coca-Cola. Spoločnosť Pepsi v kampani dala ľuďom „naslepo“ ochutnávať tieto dva kolové nápoje. Mali sa rozhodnúť, ktorý z nich preferujú. Spotrebiteľia netušili, akú značku práve ochutnávajú. Vo výsledku Pepsi vyhrala u viac ako 50 % respondentov. Avšak o niekoľko rokov neskôr skupina výskumníkov toto „slepé“ testovanie pozmenila a na poháre, v ktorých boli kolové nápoje, nalepila logá dvoch konkurenčných spoločností opačne. V tomto prípade vyhrala Coca-Cola s výrazným rozdielom. Viac ako 75 % respondentov označilo ich produkt ako chutnejší.

„U respondentov sledujeme prácu s myšou, pohyb očí aj emócie.“

Za posledných sto rokov si táto spoločnosť dokázala vytvoriť emocionálne puto so svojimi zákazníkmi. Spotrebiteľia sa už nezameriavajú na chuť, ale podvedome dávajú väčší význam storočnej značke. Výskumníci tak na záver skonštatovali, že výraznú zmenu zapríčinilo práve podvedomie. Išlo najmä o pozitívne emócie, ktoré firma Coca-Cola zapájala takmer do každej kampane s ich nápojom. Značka sa snažila prepojiť ich produkt so šťastnými chvíľami v bežnom živote, pri dobrom jedle, na rodinnej oslave či po dobrom športovom výkone. Aj preto si ľudia vo svojom podvedomí začali asociovať značku s pocitom šťastia, čo podnietilo ich rozhodnutie a pri výbere nápoja s logom spoločnosti sa v prospech Coca-Coly preukázal výrazný rozdiel. Príklad dokazuje, akú silu má ľudské podvedomie v súvislosti so

spotrebiteľským správaním. Značka dosiahla zisk prostredníctvom sily emócií. Výsledkom neuromarketingu je teda efektívna marketingová komunikácia nastavená podľa skutočných mozgových reakcií. Keď si totiž kupujeme produkt, nestačí nám vedieť, akú má chuť alebo vôňu, zaujíma nás jeho celková značka, teda materiál, balenie, cena, umiestnenie, reklama aj emócia, ktorú v nás vyvoláva.

Autorka: Michaela Orechovská  
Foto: facebook.com/FMK UCM v Trnave

## UCM NOVINKY

- Voľba kandidáta na rektora UCM sa uskutočnila 22. februára.
- Deň otvorených dverí FMK bude po minuloročnej online verzii v hybridnej forme. 11. februára si stredoškólači zapnú prenos na Facebooku fakulty alebo prídu do Auly Jozefa Matúša.
- Naša univerzita má zastúpenie v rebríčku slovenských vedcov s najvyšším Hirschovým indexom. Ten udáva, koľko najcitovanejších článkov autora má rovnaký alebo väčší počet citácií, ako je poradie článku vytvorené na základe počtu citácií.
- Katedra germanistiky Filozofickej fakulty získala ocenenia Európska značka pre jazyky 2021 za úspešný projekt Erasmus+. Cieľom bolo naučiť gymnazistov zo štyroch krajín nevšedné zručnosti orientované na nemčinu a ruštinu.
- Prezenčná výučba na Fakulte masmedialnej komunikácie (FMK) sa začne 28. februára. Letný semester tak bude prvé dva týždne prebiehať online.
- UCM navštívili indonézski veľvyslanci. Zástupkyne univerzity prijali diplomatku Widya Christinasari a diplomata Franky Silalahi.
- Od januára je knižnica FMK v pracovných dňoch opäť otvorená pre študentov.
- Študenti sa môžu zapojiť do súťaže o balíčky rastlinných potravín. Stačí vyplniť dotazník o stravovaní vo vysokoškolských jedálňach na webe zelenajeden.sk/prieskum-stravovania/.



Väčšinu našich rozhodnutí, aj pri nákupe, robíme podvedome.



# Ak ide o vlastné zdravie, Slováci sú lajdáci

MATEJ MARTOVIČ okrem vyučovania marketingu pôsobí ako hovorca Fakultnej nemocnice v Trnave (FNTT). Zmodernizoval jej komunikáciu – dnes má nemocnica vlastné podcasty aj novú vizuálnu identitu.

## Ako sa človek dostane zo štúdia marketingu do zdravotníctva?

Moja téma dizertačnej práce súvisela práve s marketingovou komunikáciou v zdravotníctve. Keď som hľadal, čomu sa chcem venovať v dizertačnej práci, vybral som si nemocnice. Hneď po tom som začal bádať, ako funguje systém zdravotníctva na Slovensku. Neskôr som sa zameriaval na fakultné a univerzitné nemocnice na Slovensku a nakoniec som v tejto oblasti napísal dizertačnú prácu. Rok po ukončení doktorského štúdia som nastúpil do FNTT na pozíciu hovorcu, pretože bola voľná a oslovili ma, či by som nechcel pre nich pracovať.

## Vždy ste inklinovali ku tejto sfére?

Vôbec, asi ako každý som obchádzal nemocnicu s tým, že som vedel, kde sa v Trnave nachádza a to bolo všetko čo som o zdravotníctve tušil. Pôvodne som tú tému dizertačnej práce nechcel, ale témy, ktoré sa mi z ponúknutých páčili, už neboli voľné. Asi to tak malo byť.

## Pravdepodobne ste si museli veľa vecí naštudovať sám.

Celé to bolo o samoštúdiu. Najprv som musel pochopiť, ako vôbec fungujú nemocnice, čo je to koncová sieť nemocníc, čo sú to poskytovatelia a v neposlednom rade, kto ich zriaďuje. Bolo toho veľa. Napríklad som si musel nájsť konkrétne zákony, aby som vedel, ako dokáže fungovať marketing v nemocniciach.

„Neviem, čo je väčším dôkazom toho, že je tu pandémia, ako to, keď vidíme stav našich nemocníc.“

## Keď ste sa dostali do nemocnice, bolo náročné kombinovať prácu hovorcu a zároveň vyučovanie na vysokej škole?

Nastúpil som tam ešte v období, kedy ochorenie COVID-19 nebolo vôbec známe, v tom čase bolo práce omnoho menej. Zdravotníctvo nebolo v hľadáčku

novinárov tak ako dnes. Vtedy sa všetko ľahšie manažovalo. Po trištvrte roku odkedy som začal pracovať v nemocnici prišiel COVID-19 a povinnosti pribudli. Vtedy však prešla škola na dištančné vyučovanie, a tak som sa jej mohol venovať aj z nemocnice.

## Čo je bežnou pracovnou náplňou hovorcu nemocnice?

V prvom rade je to externá komunikácia s novinármi a verejnosťou a komunikácia dovnútra ku zamestnancom, pretože aj ich musíme informovať o aktivitách nemocnice. Ďalej je to správa sociálnych sietí a webovej stránky, záležitosti, ktoré patria do PR, od darčkových predmetov až po používanie loga.

## Začiatkom tohto roka bola ukončená súťaž o novú vizuálnu identitu FNTT. Pracujete v súčasnosti aj na nejakom podobne veľkom projekte v rámci komunikácie nemocnice?

Momentálne pripravujeme projekt, ktorého cieľom je nový a jednotný vizuál budov, interiérov a označenia kliník. Pripravujeme nový plán navigácie v priestoroch nemocnice, aby sa tam pacienti necítili ako v bludisku a vyhli sa vizuálnemu smogu v interiéroch. Nadväzujeme tým práve na novú identitu, ktorú, mimochodom, navrhol náš študent a vyhral s ňou súťaž, na čo sme v rámci školy veľmi hrdí.

## Ako vyzerá váš obyčajný pracovný deň?

Záleží na tom, či začínam deň v škole alebo v nemocnici. Inak sa to nedá úplne definovať, pretože každý deň je iný. Napríklad

pondelky trávim väčšinou v nemocnici, lebo po víkendoch prichádza viac novinárskych otázok. Na začiatku týždňa je viac práce, kvôli nárastu prípadov ochorenia na COVID-19. Celý priebeh dňa v podstate stojí na tom, či učím, či prídu novinárske otázky, či prídu novinári osobne, či máme poradu počas dňa. Som však rád, že moja práca nie je stereotypná.

## Nemocnica v Trnave v súčasnosti zamestnáva približne 1 400 zamestnancov. To je obrovský tím ľudí, ktorý musí byť náročne riadiť. Ako funguje informovanie a komunikácia v tomto priestore?

Zamestnanci sa v nemocnici delia na zdravotníckych a nezdravotníckych. Ak ide o nezdravotníckych, ako napríklad odbor ľudských zdrojov, každý má svojho riaditeľa, ktorý je súčasťou vedenia.

„Aj v zdravotníctve sú témy, ktoré je dôležité odkomunikovať, to je náš cieľ.“

Jeho úlohou je delegovať informácie na nižší personál, ten zas na svojich podriadených. Zdravotníckymi zamestnancami vo svojich oddeleniach či klinikách majú svojho prednostu, primára a vedúcu sestru. Oni stoja na čele týchto úsekov a vedú svoje vlastné interné porady, na ktorých dávajú informácie nižšie postaveným zamestnancom.

## Komunikujete všetky informácie smerom von? Nejde totiž len o bežné informovanie širokej verejnosti, ale aj prípady, kedy sa napríklad pacient sťažuje na nejaký závažný problém.

Mám ešte jednu kolegyňu, tá zastáva pozíciu PR manažérky. Ak ale ide iba o oficiálne sťažnosti, tak na to má nemocnica zamestnanca, ktorý okrem oficiálnych sťažností rieši aj zákon o slobodnom prístupe k informáciám.

## Pred rokom a trištvrte sa na Slovensku objavil prvý prípad ochorenia COVID-19, pár týždňov na to prišiel prvý lockdown. O tom, že sem prichádza koronavírus z Číny sme vedeli ale už dlhšie. Mali ste naplánovanú komunikačnú stratégiu?

Pripravovali sme sa najmä zo zdravotníckeho hľadiska, keďže nikto nevedel, čo nás čaká. Zorganizovali sme manažment tejto situácie a trénovali sme na simulácii, ako postupovať a postarať sa o takéhoto pacienta. Vytvorili sme simuláciu situácie, ako ho prijať, izolovať a hospitalizovať. Taktiež v čom musíme byť oblečení, na akom



oddelení budú títo pacienti hospitalizovaní, ale aj čo s jedlom, ktoré nedojedol.

Pokiaľ ide o komunikáciu, boli sme intenzívne spojení s ministerstvom zdravotníctva, ktoré nám bolo nápomocné. V tom čase vypúšťalo informácie primárne ministerstvo, keďže tých pacientov nebolo veľa a my sme nechceli rozpútať paniku. Dokonca vtedy každý deň vystupoval s informáciami o tom, koľko je nakazených a testovaných, aj predseda vlády.

## Od tleskania z okien až ku nadávaniu a fyzickým útokom. Ako vnímate toto obdobie a nastavenie v spoločnosti, kedy zdravotníctvo napádajú konšpirátori?

My sme našťastie nemali taký konflikt. Možno preto, lebo v Trnave nemáme veľkú komunitu antivaxerov. Samozrejme, tým nevravím, že neexistuje, ale v porovnaní s ostatnými časťami Slovenska nie je až tak viditeľná.

„V zahraničí je normálne, že spoločnosť vníma lekárov ako celebrity.“

V prvej vlne sa tleskalo zdravotníkom, druhá vlna priniesla problém s testovaním, tretia vlna s očkovaním. Úprimne neviem, čo si o tom mám myslieť. Osobne sa snažím nevnímať facebookové komentáre. Nevie, čo je väčším dôkazom toho, že je tu pandémia, ako to, keď vidíme stav našich nemocníc.

## Digitálna doba sa veľmi rýchlo posúva vpred a taktiež aj možnosti, ktoré ponúka marketing. Aké je to spájať zdravotníctvo, ktoré je viac-menej službou práve s marketingom a popularizáciou tohto segmentu?

V súčasnosti sa tejto téme venujem vo svojich publikáciách. V každej oblasti je

dôležitá komunikácia a aj v zdravotníctve sú témy, ktoré treba odkomunikovať. Napríklad momentálne spolupracujeme s nadáciou Nie rakovine, s ktorou vytvárame produkty, poradne pre pacientov, osvetu počas mesiaca, ktorý je venovaný rakovine, tvoríme vizuály, nahrávame podcasty. Na Slovensku sme stále lajdáci, ak ide o vlastné zdravie. Nechodíme na preventívne prehliadky, aj keď na to máme nárok. Náš cieľ je pravdivo a pútavo informovať.

## Ako vnímate zdravotníkov, ktorí sa počas pandémie stali influencerami na sociálnych sieťach?

Veľmi pozitívne. Aj lekár si môže budovať svoju osobnú značku. Som rád, že práve oni objavili a pochopili sociálne siete. Lekári majú veľa krát čo povedať svetu. Je to vzdelaná skupina ľudí, ktorej názor by mal mať priestor a mal by byť vypočutý rovnako ako hlasy učiteľov alebo vedcov. V zahraničí je normálne, že spoločnosť dáva lekárom status celebrity.

Autor: Erik Šiška  
Zdroj: Archív respondenta



Martovič je organizátorom vedeckej konferencie Marketing Identity.



# Nevidiacich posielame pod kolesa áut

Znížené obrubníky pre vozíčkarov môžu predstavovať obrovské nebezpečenstvo pre zrakovo postihnutých, vysvetľuje LENKA PATYIOVÁ, vedúca trnavského strediska Únie nevidiacich a slabozrakých Slovenska (ÚNSS).

„Predstavte si, že v MHD cestujete so zaviazanými očami. Všetkého sa nevyhnutne musíte dotýkať, aby ste nespádli a zorientovali sa,“ približuje Patyiová situáciu počas pandémie. Zrakový vnem totiž nevidiacim ľuďom nahrádza najmä hmat. Aj preto sú pre koronavírus obmedzení viac než zdraví ľudia.

## Nezamestná sa takmer nikto

Okrem toho sa zhoršujú podmienky na trhu práce, čo pre zrakovo postihnutých platí dvojnásobne. „Klientom sa snažíme pomáhať zamestnať sa, no nedarí sa nám. Uplatnenie nevidiacich a slabozrakých na Slovensku je takmer nulové. Šťastie majú tí, ktorí ovládajú nejaké zručnosti. Chodí k nám napríklad pán, ktorý vyrába a predáva metly. Máme tiež niekoľkých hudobníkov.“ Vedúca strediska ďalej vyvracia spoločenský stereotyp, že povolanie maséra je pre nevidiacich najvhodnejšie. Ak človek stratí zrak, neznamená to, že sa mu automaticky chce dotýkať iných ľudí. „Jeden náš klient je zamestnaný v mestskej knižnici. Avšak stará sa o audioknihy v oddelení pre zrakovo postihnutých. Nepozná

žiadneho nevidiaceho, ktorý by sa rovnocenne uplatnil v akejkoľvek organizácii medzi zdravými ľuďmi. V tejto oblasti je integrácia zrakovo postihnutých osôb veľmi problematická a zatiaľ zlyháva, aj keď viem, že v iných krajinách pôsobia niekoľko nevidiacich právnikov a IT technikov,“ dodáva Patyiová.

## Potrebujú osobný kontakt

Pandemia navyše vo veľkej miere obmedzila kurzy sebaobsluhy a prácu v teréne. Je to nebezpečné, keďže ide o časté navštevovanie cudzích domácností či prácu s potravinami. Pracovníci sú radi, že aktuálne môžu aspoň sčasti pracovať v teréne.

„Stáva sa, že vidiaci na priechode schmatne osobu s bielou palicou a ťahá ju na druhú stranu.“

Počas najhorších mesiacov poskytovalo trnavské stredisko služby len ambulantne a telefonicky. Patyiová hovorí, že to nevyhovovalo každému: „Tým zdatnejším sme pomohli,

s niektorými slabozrakými sme komunikovali aj cez sociálne siete. Väčšina však nevyhnutne potrebuje osobný kontakt, pre klientov aj pre nás to bolo veľmi stresujúce obdobie.“

V normálnom režime navštívi krajské centrum približne 200 až 300 nevidiacich a slabozrakých ročne. Vek tu nehrá rolu, pomáhajú malým deťom aj seniorom. Okrem špecializovaného poradenstva, ktoré sa týka napríklad výberu optických pomôcok či úpravy fyzického prostredia klienta, poskytujú tiež sociálnu rehabilitáciu. Ide o nácvik a osvojenie si praktických zručností, ktoré nevidiacemu pomôžu osamostatniť sa v bežnom živote. Vyškolení lektori učia orientáciu v priestore, Braillovo písmo či prácu s technicky náročnejšími pomôckami, akou je napríklad počítač so špeciálnym programom. „Vidiaci človek si len zriedka uvedomí, že osoba so zrakovým postihnutím má problém samostatne sa naučiť na prvý pohľad najjednoduchšie úkony. Nacvičujeme varenie, upratovanie, ale aj osobnú hygienu. Chodíme ku klientom

Bielu pastelku každoročne podporujú aj známe osobnosti.

domov, aby sa o seba dokázali postarať v konkrétnom prostredí. Samozrejme, len ak nás k sebe pustia,“ Patyiová zároveň dodáva, že žiadny klient zatiaľ neodmietol.

## Nestrácať čas

Služby poskytujú zdarma, potrebná je len diagnostika poškodenia zraku. Vedúca centra vysvetľuje, že dĺžka rehabilitácie a výsledok pritom okrem závažnosti poškodenia zraku závisí aj od skupiny, do ktorej nevidiaci alebo slabozraký patrí – či nevidí od narodenia, alebo stratil zrak počas života.

Nevidiaci od narodenia musia všetky potrebné predmety ohmatať, dobre ich spoznať, až potom s nimi pracovať.

„Nepozná žiadneho nevidiaceho, ktorý by sa uplatnil v práci medzi zdravými.“

Záleží tiež na tom, kedy s rehabilitáciou začnú. „Chodia k nám ľudia, ktorí majú problém so zrakom už dlho, no starali sa o nich blízko. Odrazu sa niečo stalo, rodičia si napríklad uvedomili, že už nemajú toľko síl a nevedia, do kedy sa dieťaťu dokážu naplno venovať. Vtedy nás vyhľadávajú. Je to stratený čas,“ vysvetľuje vedúca krajského centra, aké dôležité je prísť čo najskôr.

Osobitnou skupinou sú seniori, ktorí celý život videli a starali sa sami o seba. Stúpajúci vek ich postupne pripravil o zrak

alebo o jeho časť a musia sa naučiť robiť úplne inak takmer všetko. „Prichádza frustrácia a stres, neraz aj depresia. Taká rehabilitácia trvá oveľa dlhšie a nevyhnutná je trpezlivosť oboch strán,“ hovorí Patyiová o starších ľuďoch, pre ktorých je väčšinou najťažšie naučiť sa pracovať s modernými technológiami. Podľa slov vedúcej centra ovládajú mladí nevidiaci mobil či počítač často lepšie než ona sama.

## So psom nie

Pri komunikácii so štátnymi inštitúciami vek nerozhoduje, je to veľmi náročné pre každú kategóriu. Byrokratický systém pripomína bludisko aj pre zdravého človeka a bez zraku predstavuje obrovskú prekážku. „Zákon inštitúciám neprikazuje uvádzať informácie aj v Braillovom písme či inak ich nevidiacim prispôbiť,“ na druhej strane Patyiová nemá skúsenosti s tým, že by personál na úradoch zrakovo postihnutému človeku nepomohol, „ako, to je už iná vec. Bežní ľudia nepoznajú sprievodcovské techniky a vyškolení zamestnanci neexistujú.“ Niektorí súkromníci, ako napríklad obchodný reťazec Billa, poskytujú nevidiacim osobného asistenta pri nakupovaní. V Trnave je to aj Obchodný dom Jednota. Do strediska chodieval chlapec, ktorý chcel nakupovať práve tam. Personál s tým nemal žiaden problém a pri návšteve mu pravidelne asistoval. „Máme však aj opačné skúsenosti. V mnohých prevádzkach asistenciu odmietli. Niekde dokonca nedovolili vstúpiť nevidiacemu s vodiacim psom,“ dodáva vedúca krajského strediska.

## Bodky a pásiky

Okrem vodiaceho psa slúži nevidiacim na orientáciu v priestore aj biela palica. V trnavskom centre ÚNSS učia klientov špeciálnymi technikami dostať sa z bodu A do bodu B. Prvotným cieľom je viesť samostatne chodiť po jednej konkrétnej trase.

„U klientov doma nacvičujeme varenie, upratovanie aj osobnú hygienu.“

Na ňu následne dokážu napájať ďalšie. Patyiová sama vedie tieto nácviky: „Naposledy som učila chlapca, ktorý sa potreboval dostať z internátu na autobusovú zastávku. Je to veľmi náročná, ale zvládnuiteľná rehabilitácia. Človek musí disponovať výbornou stabilitou tela a dobrou pamäťou. Pomocou palice sa drží určitých línií a podľa nich sa orientuje.“

Prirodzené vodiace línie používajú aj zdraví ľudia. Automaticky sa orientujeme podľa chodníkov, ciest a budov. Nevidiaci pred sebou kladie bielu palicu na zem, pričom vykonáva pohyb zo strany na stranu. Umelé vodiace línie, ktoré poznáme ako „bodky a pásiky“ na zemi v meste, zas usmerňujú nevidiaceho na miestach, kde prirodzené línie chýbajú. „Trnava ich má vybudované veľmi dobre. Mesto pri výstavbách dokonca komunikuje s našim oddelením bariér,“ vyzdvihuje Patyiová. Niektoré vodiace línie však môžu zrakovo postihnutého zmiast.



Lenka Patyiová vedie krajské stredisko ÚNSS v Trnave.





Zastávka MHD Zelený krížek, ktorú práve rekonštruujú, bola pre nevidiacich problémová.

Problém totiž nastáva, ak je chodník poškodený. Nevidiaci človek potrebuje pod nohami zacítiť výbežky, ktoré ho majú navigovať alebo varovať. Kvôli nerovnostiam na povrchu či zničenému asfaltu ich nedokáže správne rozoznať. Tam ale pre-kážky nekončia. „Je dobré, že sa snažíme o bezbariérovosť pre vodičiarov. Znižujeme obrubníky pri vstupoch na priechody pre chodcov. Avšak nevidiaci tak strácajú prirodzenú vodiacu líniu a dostávajú sa priamo na cestu,“ uvádza vedúca centra. Vysvetľuje, že týmto spôsobom nahrádza-me jednu bariéru druhou, nebezpečnou pre ľudí s iným typom postihnutia.

#### Jasná tlač

Na medzinárodnej úrovni zas únia pred časom komunikovala nebezpečenstvo moderných elektrických áut a potrebu ich umeleho ozvučenia. Okrem toho, že sú ekologické, ich „výhodou“ má byť aj minimálna hlučnosť. Tieto vozidlá takmer nepočuť a zatiaľ čo pre vidiacich ľudí ide o technologický nadštandard, zrakovo postihnutým ide o život. Informovanie prostredníctvom sluchu je vo všeobecnosti náročnejšie.

„Zákon štátnym inštitúciám neprikazuje uvádzať informácie v Braillovom písme.“

Stredisko na svojom webe preto uvádza zásady „jasnej tlače“ týkajúce sa napríklad veľkosti či typu písma, aby ju mohli čítať aj slabozrakí. Pravidlá sa vzťahujú tiež na druh papiera, ktorý by sa nemal lesknúť a presvitať, či na kombinácie vhodných farieb. Zverejnené zásady a ich vysvetlenie

majú slúžiť verejnosti, ktorá prejaví záujem zohľadniť potreby slabozrakých pri tvorbe akýchkoľvek tlačovín. „Dôsledne sa ich však držíme len my. Uvedomujeme si, že nie je možné, aby redakcie bežných periodík brali do úvahy všetky pravidlá jasnej tlače.“

„Diabetici, ktorí si pichajú inzulín do prstov, sa Braillovo písmo nikdy nenaučia.“

Používajú kurzíva alebo zarovnanie do bloku. Taký text je pre človeka so slabým zrakom takmer nečitateľný,“ Patyiová dodáva, že napriek tomu klientov učia orientovať sa v ňom pomocou špeciálnych lúp. Pomôcť môže aj možnosť zväčšenia písma na online-vých portáloch, funkciu má napríklad Sme.sk pri každom svojom článku.

#### Braillo pomaly mizne

Existujú aj časopisy v Braillovom písme, no to je v súčasnosti na ústupe. Vďaka moderným technológiám sa postupne všetko ozvučuje. Navyše, toto písmo nie je pre každého. Človek musí mať veľmi jemný hmat. Ľudia, ktorí o zrak prišli vo vyššom veku, sa ho učia dlho. Ak vykonávali ťažkú manuálnu prácu alebo sú diabetici a inzulín si pichajú do prstov, nenaučia sa ho nikdy. Patyiová tvrdí, že je to škoda. Braillovo písmo ľuďom pomáha vo výťahoch či vo vlakoch. Nemusia čítať celé knihy, ale dokázať si prečítať aspoň názov lieku je dôležité. „Sama som viedla kurzy Braillovho písma, no viem ho prečítať iba zrakom, nemám taký dobrý hmat. Záujem o túto zručnosť upadá tak veľmi, že si ani nepamätám, kedy presne som „braillo“ naposledy vyučovala.“

Aj samostatný nevidiaci sa môže dostať do situácie, kedy potrebuje pomoc, napríklad na priechode pre chodcov alebo v obchode. Vedúca strediska tvrdí, že zrakovo postihnutí nevnímajú ponúknutú pomoc ako poníženie či podceňovanie. Ďalej upozorňuje: „Najskôr sa treba slušne prihovoriť a vyhnúť sa autoritatívnemu prístupu. Stáva sa, že vidiaci človek na priechode schmatne osobu s bielou palicou pod pazuchu a ťahá ju na druhú stranu cesty. Nadradenosť je v tomto prípade naozaj neprípustná.“ Patyiová dodáva, že ľudia sa dokonca často zvyknú pýtať nevidiaceho, prečo prišiel o zrak a ako to zvláda, čo môže byť veľmi nepríjemné.

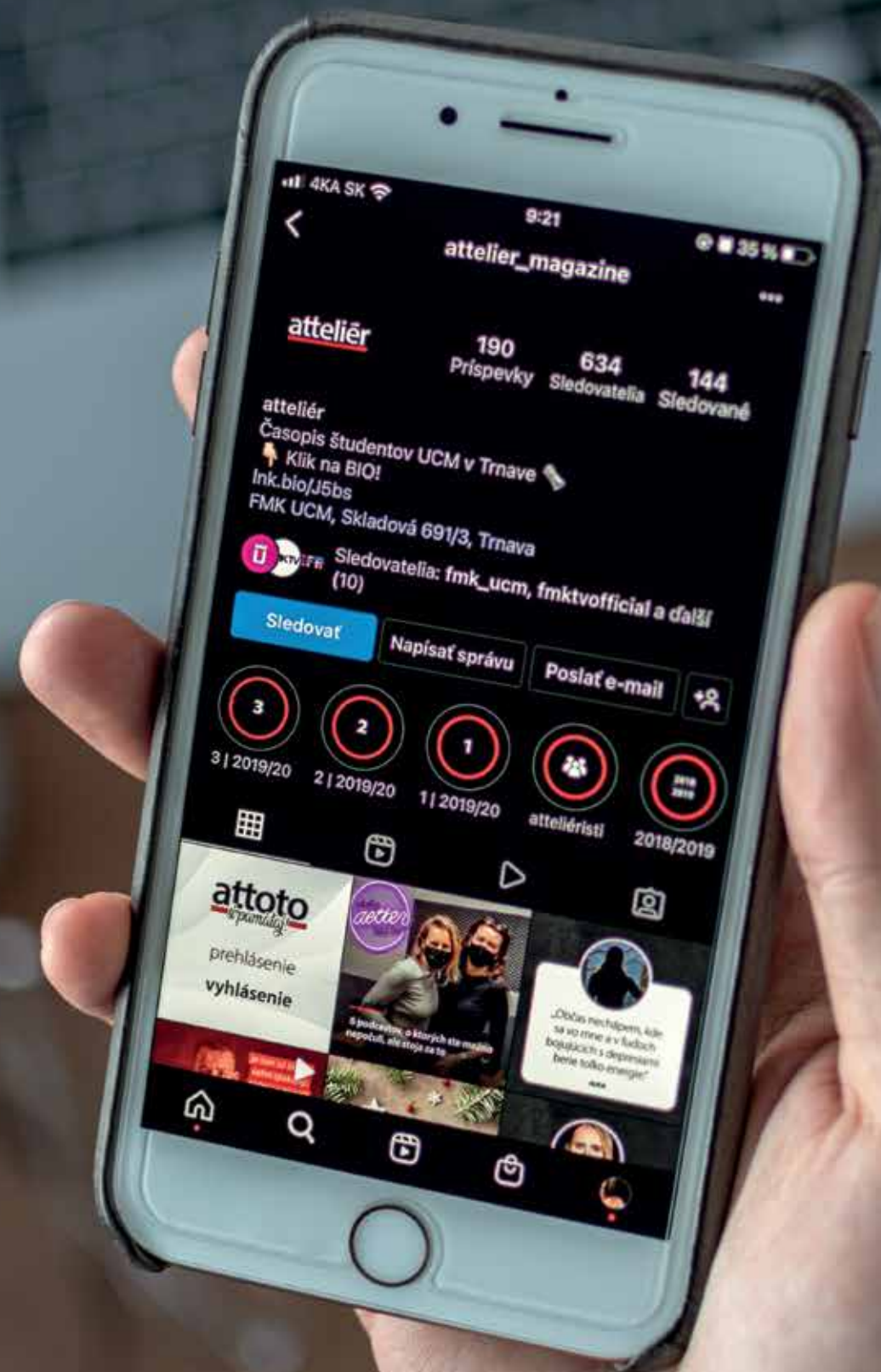
Autorka: Šimona Tomková  
Foto: bielapastelka.sk, Šimona Tomková

#### ÚNSS

Únia nevidiacich a slabozrakých Slovenska oslávila minulý rok 30. výročie. Klientom poskytuje služby na zlepšenie psychického a fyzického zdravia, snaží sa umožniť im samostatný a plnohodnotnejší život. Prevádzkuje strediská v každom krajskom meste na Slovensku, trnavské riadi Lenka Patyiová.

Únia každoročne v septembri organizuje verejnú zbierku Biela pastelka, ktorá pomáha dofinancovať jej činnosť. Okrem toho je možné úniu kedykoľvek podporiť na webových stránkach bielapastelka.sk a unss.sk/darujme-podporte-nas.

## SME AJ ONLINE



AttelierSK



attelier\_magazine



podcastt



www.attelier.sk





[www.lubive.sk](http://www.lubive.sk)  
showroom  
Hlavná 5, Trnava