

---

# Metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům

Autoři:  
Jaroslav Valůch  
Jan Bartoš





---

# **Metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům**

**Jaroslav Valůch  
Jan Bartoš**



# Obsah

<b>Úvod .....</b>	<b>11</b>
<b>Proč to děláme/děláte? .....</b>	<b>13</b>
Senioři, média a informační nepořádek – Souhrn dosavadního výzkumu a inspirací	13
Motivace, cíle a očekávání	15
<b>Specifika vzdělávání seniorů a seniorek.....</b>	<b>25</b>
Základní pojmy	25
Faktory ovlivňující úspěch organizátora	28
Porozumění procesu vzdělávání seniorů	30
Dvacet zásad pro komunitní pracovníky, lektory a organizátory vzdělávacích aktivit určených seniorům	33
Metodické poznámky k výuce digitální a mediální gramotnosti	39
<b>Zkušenosti a dobré praxe v mediálním vzdělávání pro seniory .....</b>	<b>43</b>
Témata	44
Realizace akcí	49
Vyhodnocení	60
Role lektorů	61
Doporučení ke krizovým situacím	62
<b>Bariéry, pasti a hrozby .....</b>	<b>71</b>
Otevření brány do světa internetu nestačí	71
Mediální vzdělávání nemá vést k mediální apatii	72
Odhalujte šmejdy, ale s citem	72
Tak už nám řekněte, kterým zdrojům můžeme věřit a kterým ne	73
<b>Kde najít pomoc a podporu?.....</b>	<b>75</b>



# Úvodní slovo

Mediální vzdělávání dospělého a seniorského publika a uživatelů internetu je nepochybně zásadní, protože mediální svět se v posledních více než dvou dekádách změnil natolik, že dnešní seniři mají ve vztahu k současnému fungování médií často víc otázek, než kolika se jim dostává srozumitelných odpovědí. Zároveň je toto vzdělávání svéráznou výzvou – ti, kdož vzdělávají, se při něm setkávají s životními i mediálními zkušenostmi, které se klenou od světa propagandistických režimních médií ke svobodné mediální krajině a od klasických masových médií k internetovému mnohohlasu. Pro nás, kteří se médii odborně zabýváme, přitom nezřídka platí, že jsme sice doma v samotné mediální problematice, ale už jen málo či opatrně si rozumíme s pedagogikou a andragogikou, takže své snahy o osvětu svěřujeme ne zcela spolehlivé učitelské intuici. Právě v případě vzdělávání seniorů ale – alespoň dle mé zkušenosti – ona intuice snadno selhává, protože na ně není dobře nachystaná. Tato jasně formulovaná a v praxi i expertíze ukotvená andragogická metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům proto, řekl bych, odvádí výtečnou službu: dobře pojmenovává, v čem spočívá svéráz vzdělávání dospělých a především seniorů, a poskytuje srozumitelná, přiměřeně modelová a současně velmi prakticky formulovaná vodítka, jak na věc lektorsky i lidsky vyzrát.

*doc. Mgr. Jakub Macek, Ph.D.*

Málokterá oblast zasahuje do emočního rozpoložení seniorského publika tak silně jako svět médií. Prostřednictvím čím dál dostupnějších moderních technologií se před námi všemi otevřel svět informací, které mohou být pro kvalitu života stejně tak velkým přínosem, jako na druhé straně i mimořádně silným rizikem. Orientovat se v informační džungli a uchovat si zdravý rozum se stává obecně čím dál náročnější dovedností, a samotní senioři se mohou cítit „ztraceni“ tím více, čím více se jim vzdalují kontury světa, na jaký byli zvyklí. Události i jejich mediální obraz se vyvíjejí hodně rychle a každý počin, který pomáhá zejména starším lidem ustát nápor zpráv velmi různorodé kvality, které se na ně linou z televizních či počítačových obrazovek, má obrovskou hodnotu. Posilovat u lidí schopnost s informacemi pracovat s odstupem, umět je třídit, hledat zdroje, přemýšlet kriticky, rozpoznat dezinformace v jejich rozličných podobách, nenechat se jimi emočně ovlivnit či přímo manipulovat, to vše znamená kultivovat občanskou společnost – a to je úkol, který je zejména v aktuální době mimořádně naléhavý. Jedním z počinů, jenž může být pojímán i jako dílo popravdě průkopnické, je Metodika pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům. Zájemce o tento typ vzdělávání a budoucí lektory je totiž schopna přehledným, srozumitelným i konkrétně názorným způsobem provést dnešním náročným mediálně-informačním terénem, a předává mnoho poznatků o tom, jak tuto problematiku dále vyučovat. V oblasti vzdělávání platí, že zejména v přístupu ke starším lidem potřebuje lektor našlapovat velmi obezřetně, s velkou dávkou trpělivosti i opatrnosti, a být k výuce seniorů i kvalitně didakticky vybaven a připraven. Přeji tedy zde předkládané Metodice šťastnou cestu k četným zájemcům z řad vzdělavatelů a lektorů. Bude jim oporou, neboť přináší zkušenosti a informace stěžejní pro jejich pedagogickou práci,



díky níž pak senioři budou moci porozumět dění kolem sebe s menším emočním otřesem a s větším nadhledem. Samotným lektorům pak přeji hodně odvahy a laskavosti do jejich práce – o obojí nás svým způsobem právě svět médií a informačních závalů leckdy připravuje, o to více má smysl se o tyto hodnoty zasazovat a do naší společnosti je vracet.

*PhDr. Milada Záborcová, Ph.D.*



# Úvod

Informační chaos a přehlcení, kterému čelíme, je pro obyčejného člověka výzvou. Koncept mediálního vzdělávání, které by nám mělo alespoň částečně pomoci se v informačním nepořádku zorientovat, si už díky řadě kvalitních iniciativ nachází cestu do škol. Jsou však mezi námi skupiny spoluobčanů, na které se tradičně zapomíná. Přitom se jedná mnohdy o velmi motivované zájemce a potenciální studenty, kteří mají díky svým životním zkušenostem k tématu co říci. Doposud si ale vysloužili spíše nálepku největších šířitelů fake news. Ano, máme na mysli české seniory a seniorky. Rádi bychom tento stav změnili a napravili. Českým starším dospělým a seniorům nabízíme vzdělávací služby, které jim pomohou naučit se navigovat informačním chaosem sebejistě a s nadhledem. Spolu s nimi ladíme, jak by náplň takového programu měla ideálně vypadat. Rozbízíme neužitečné předsudky a snažíme se, aby se i díky mediálnímu vzdělávání stali samozřejmou, sebevědomou a respektovanou součástí naší společnosti. To vše by však nebylo možné bez místních partnerů (místních iniciativ, knihoven, seniorských klubů, komunitních center), kteří jsou místním komunitám a jejich potřebám nejbližší. Patříte-li mezi ně, máme pro vás tuto metodu, která vám pomůže se v tomto doposud nezpracovaném tématu zorientovat, ukázat vám, za jaký konec to uchopit, a jak se s tím šikovně, s odvahou a s radostí poprat.



# Proč to děláme/děláte?

## I Senioři, média a informační nepořádek - Souhrn dosavadního výzkumu a inspirací

Zatímco vzdělávání dospělých a seniorů je oblastí poměrně důkladně probádanou, o vztahu seniorů a médií, o jejich dovednostech v informačním prostoru a míře mediální gramotnosti toho vlastně moc nevíme. Proto jsme se tomu snažili v minulých letech trochu lépe porozumět za pomoci výzkumů našich či jiných. Zde nabízíme jejich souhrn. Je to základ, který vám dá alespoň nějakou představu pro začátek.

Název	Autor (Zdroj)	Typ	Publikováno	Odkaz
Starci na netu	Projekt e-bezpečí	výzkum	únor 2018	<a href="https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vy-zkumne-zpravy/102-starci-na-netu-2017-2018/file">https://www.e-bezpeci.cz/index.php/ke-stazeni/vy-zkumne-zpravy/102-starci-na-netu-2017-2018/file</a>
Média, informační technologie a lidé 55+ Kvalitativní výzkum	Anthropictures, Transitions	výzkum vlastní	září 2018	<a href="http://medialka.elpida.cz/pro-partnery">http://medialka.elpida.cz/pro-partnery</a>
Fake news po česku	Elpida	výzkum vlastní	září 2018	<a href="https://www.elpida.cz/novinky/fake-news-po-Cesku">https://www.elpida.cz/novinky/fake-news-po-Cesku</a>
Mediální gramotnost české populace	STEM/MARK a ČT	výzkum	prosinec 2018	<a href="https://sjmar.cz/assets/media/files/assets/uploads/SIMAR_TZ_STEMMARK_medialni_gramotnost_prosinec2018.pdf">https://sjmar.cz/assets/media/files/assets/uploads/SIMAR_TZ_STEMMARK_medialni_gramotnost_prosinec2018.pdf</a>
Mediální gramotnost české populace 55+	STEM/MARK a ČT	výzkum vlastní	leden 2019	<a href="https://ct24.ceskatelevize.cz/sites/default/files/2221556-vyzkum_mg_konferencemsmt_ct_fin.pdf">https://ct24.ceskatelevize.cz/sites/default/files/2221556-vyzkum_mg_konferencemsmt_ct_fin.pdf</a> <a href="https://www.stem.cz/nova-studie-zkouma-vztah-medialni-gramotnosti-duvery-v-media-a-nachylnosti-k-dezinformacim/">https://www.stem.cz/nova-studie-zkouma-vztah-medialni-gramotnosti-duvery-v-media-a-nachylnosti-k-dezinformacim/</a>

Média, sociální sítě, zpravodajské informace, fake news	Insightlab	výzkum	duben 2019	<a href="https://www.insightlab.cz/wp-content/uploads/2019/04/FD-duben-2019-prezentace.pdf">https://www.insightlab.cz/wp-content/uploads/2019/04/FD-duben-2019-prezentace.pdf</a>
Hry pro seniory – průzkum	Nadace O2	výzkum vlastní	květen 2019	<a href="http://medialka.elpida.cz/pro-partnery">http://medialka.elpida.cz/pro-partnery</a>
Dezinformační weby a zpravodajství v ČR	NFNZ	analýza	květen 2019	<a href="https://www.nfnz.cz/doma-ci-konspiracni-servery/">https://www.nfnz.cz/doma-ci-konspiracni-servery/</a>
Důvěra v média a mediální gramotnost	STEM a Transitions	výzkum vlastní	říjen 2019	<a href="http://medialka.elpida.cz/pro-partnery">http://medialka.elpida.cz/pro-partnery</a>
Evaluace projektu mediální vzdělávání pro seniory	Transitions	evaluace	listopad 2019	<a href="http://medialka.elpida.cz/pro-partnery">http://medialka.elpida.cz/pro-partnery</a>
Dezinformace jako byznys	PSSI	výzkum	březen 2020	<a href="https://www.pssi.cz/publications/15-studie-dezinformace-jako-byznys">https://www.pssi.cz/publications/15-studie-dezinformace-jako-byznys</a> <a href="https://www.pssi.cz/download/docs/8393_infografika-dezinformace-jako-byznys-cesty-k-reseni.pdf">https://www.pssi.cz/download/docs/8393_infografika-dezinformace-jako-byznys-cesty-k-reseni.pdf</a>
Šířitelé dezinformací	STEM, PSSI	výzkum	červen 2020	<a href="https://www.stem.cz/siritele-dezinformaci/">https://www.stem.cz/siritele-dezinformaci/</a>
Dopad covidových dezinformací na českou společnost	STEM, Transitions	výzkum vlastní	březen 2021	<a href="http://medialka.elpida.cz/pro-partnery">http://medialka.elpida.cz/pro-partnery</a>
Mediální gramotnost české populace	RPRT, Univerzita Palackého v Olomouci a STEM/MARK	výzkum	březen 2022	<a href="https://kmsz.upol.cz/veda-a-vyzkum/vyzkum-a-studium-medialni-gramotnosti/">https://kmsz.upol.cz/veda-a-vyzkum/vyzkum-a-studium-medialni-gramotnosti/</a>



## I Motivace, cíle a očekávání

Předpokládejme, že tuto příručku čtete proto, abyste se mohli do poskytování mediálně-vzdělávacích služeb pro seniory pustit. Hned zkraje je proto vhodné si vyjasnit, proč to vlastně celé děláme a čeho bychom chtěli dosáhnout. Snadno totiž můžeme zvolit nevhodný, nefunkční, či dokonce zraňující postup, brzy vyhořet či prostě skončit zklamaní. Na úvod se proto zamyslete a zkuste si upřímně zodpovědět následující otázky:

- *Proč jste se rozhodli do tématu pustit?*
- *Proč vám to přijde důležité? Jaký problém tím chcete řešit?*
- *Proč zrovna teď?*
- *Proč zrovna senioři?*

Předpokládejme, že vaší snahou, bez ohledu na mediální vzdělávání, je zkvalitnit život místní seniorské veřejnosti skrze zkvalitnění a rozšíření nabídky vzdělávacích a osvětových služeb šitých na míru jejich potřebám. Proč ale zrovna mediální vzdělávání? Pokusíme se odhadnout důvody a motivace, které vás k tomu vedou:

- U svých návštěvníků či klientů pozorujete bezprecedentní nárůst frustrací, nejistoty a naštvanosti pramenící z přísunu informací, které na vyvolání těchto pocitů cílí.
- Obracují se na vás klienti či návštěvníci s žádostí o radu – nevědí, zda mají věřit informaci, která k nim dorazila, žádají o pomoc při zorientování se v mnohdy protichůdných informacích, které se na ně hrnou z médií, od známých, z e-mailů apod.
- Někteří z klientů dokonce propadají konspiračním teoriím a radikalizují se.

- Podobné situace zažíváte ve vlastní rodině či okruhu přátel.
- Sami se cítíte nejistí – nevíte, kterým zdrojům věřit, jak se zorientovat a jak v tom pomoci vašim klientům či návštěvníkům.
- Pozorujete, jak roste popularita pojmů, jako jsou fake news a dezinformace, přijde vám to zajímavé a potenciálně užitečné, ale nemáte konkrétnější představu, o čem celý ten humbuk vlastně je.
- Prostě hledáte další neotřelé téma pro své vzdělávací programy a nabídky.
- Máte ještě jinou motivaci...

Zde by bylo férové se s vámi upřímně podělit o motivace a jejich vývoj, které provázejí vznik a rozvoj našeho programu od roku 2018:

- Nejprve jsme cítili potřebu bojovat proti dezinformacím – šokovaly nás řetězové e-maily, jejich obsah, jejich apely a to, jak se šířily. Měli jsme potřebu seniory ochránit před jejich negativními vlivy a posilování mediální gramotnosti se jevílo jako vhodný recept.
- Výzkum a praxe ukázaly, že podléhání mylným a nenávisným informacím a apelům jsou do určité míry symptomy hlubších společenských problémů a osobních nejistot. Posilování mediální gramotnosti může v některých směrech pomoci, ale samo o sobě nestačí. Pozornost si totiž zaslouží také další fenomén: rozpad důvěry – v tradiční média, v novinářskou práci, ve vlastní schopnost orientovat se v současném informačním nepořádku.
- Když jsme náš program o tyto motivace a cíle rozšířili, uvědomili jsme si, že tak trochu pořád předstupujeme před seniory z pozice těch, kteří už vědí a kteří je přišli chránit skrze osvětu a vzdělávání. Zdaleka ne všichni nicméně o něco takového stojí.



- A tak jsme dospěli až do současné fáze: využíváme téma informačního nepořádku, dezinformací a fake news, stejně jako reakcí na ně, jako šanci pro vytvoření příležitostí pro zajímavá setkání, sociální kontakt, společenské vyžití, sdílení vlastních životních zkušeností, rozšíření obzorů, setkání s inspirativními hosty. A jako vedlejší produkt věříme v posílení odolnosti vůči negativním dopadům šíření mylných informací. Program a volbu témat dáváme více do rukou účastníků, fungujeme spíše jako průvodci.

Tak zhruba v této fázi se nacházíme dnes. Nadále však hledáme a zpřesňujeme naše cíle a postupy, stále více spolu se samotnými seniory a seniorkami. Rádi v tom budeme pokračovat také společně s vámi.

Jakmile máme jasněji v motivacích, je dobré si udělat trochu pořádek v očekáváních. Je to nezbytné přinejmenším jako prevence zklamání, vyhoření či zvolení nevhodného postupu. Pojdme si ukázat, jaká očekávání se kolem tématu objevují, a proč je vhodné si je kriticky analyzovat a vyhodnotit.

### ***Senioři přestanou věřit řetězovým e-mailům a rozesílat je***

☑ ANO. Do jisté míry toho dosáhnout lze. V našich programech jsme zaznamenali hodně takových případů, a pokud bychom se zaměřili čistě na to, dopad by byl větší.

❗ ALE: Skutečně je největším problémem k řešení to, že část obyvatelstva používá konkrétní komunikační prostředek jako sociální síť? Možná nás šokuje obsah, ale upřímně si řekněme, že se v mnohém neliší od toho, co si mezi sebou posílají mladší generace na facebooku. Máme vlastně právo tuto formu komunikace a sdílení pocitů někomu upírat?

## ***Seniori se naučí rozeznávat e-maily, které šíří „fake news“***

☑ ANO. Jsou dispozici návody, tipy, instrukce, které v podstatě komukoliv, kdo má zájem, umožní rozpoznat lživou či velmi manipulující informaci podle určitých indikátorů, jako je například anonymita zdroje, forma titulků, volba jazykových prostředků atp.

❗ ALE. Jasných, prokazatelných a evidentních „fake news“ není zase tolik, byť se nám může zdát, že jsou všude kolem. V řetězových e-mailech se s nimi setkáme často, ale častěji se setkáme s obsahem, který je prostě názorový, neobsahuje tvrzení, která by šlo nebo mělo smysl ověřovat. Jsou to apely na emoce, na nostalgii. Nejsou tu však pouze e-maily – bezpočet médií, mediálních projektů, blogů chrlí obsah, v němž se zpravodajství míchá s komentáři, redakční obsah s reklamním obsahem, politický marketing s osobními příspěvky. Jak naložit s takovými sděleními? Jak na ně reagovat? A proč?

## ***Seniori se naučí ověřovat informace z více zdrojů***

☑ ANO. Koneckonců, to bychom měli dělat všichni. Pokud si jako problém definujeme fake news, tak srovnání s dalšími zdroji může fungovat dobře.

❗ ALE. Co když si jako důležitější problém definujeme informační přehlcení a nepořádek? Výzva k dohledávání dalších informací pak uživatele vystavuje jen dalšímu informačnímu zahlcení a algoritmy vyhledávačů či doporučení snadno dovedou uživatele do ještě temnějších zákoutí internetu. Je fér od seniorů takový postup očekávat, či ho dokonce vyžadovat? Kdo z nás je toho sám schopen, kdo máme čas, dovednosti a chuť neustále pátrat po dalších zdrojích?



### **Senioři začnou více věřit tradičním médiím**

☑ ANO. V porovnání s anonymními, prokazatelně lživými informacemi ze sociálních sítí a řetězových e-mailů jsou tradiční média, která podléhají určité regulaci a samoregulaci, vhodnějším zdrojem.

❗ ALE. Jsou to mnohdy právě tradiční média, která často podléhají negativním trendům v honu za sledovaností a sdílením. A jsou to mnohdy právě senioři, kteří jsou na tyto vlivy velmi citliví. Pro řadu lidí navíc nedůvěra v mainstreamová média dospěla do bodu, kdy jakákoliv snaha je propagovat vyvolá ještě větší zapření. Doporučujeme proto zaměřit se spíše než na obhajobu mediálního trhu, ať už obecně, či konkrétních značek, na obhajobu novinářského řemesla jako takového.

### **Budou více mediálně gramotní**

☑ ANO. Dovednosti mediální gramotnosti skutečně mohou v řadě ohledů pomoci.

❗ ALE. Přístupy mediálního vzdělávání mohou také přinášet určitá rizika, zvláště pokud jsou za mediální vzdělávání vydávány přístupy, které vedou k jakési totální kritičnosti a nedůvěře v jakékoliv mediální instituce. Tento přístup může snadno vzbudit dojem, že dnes je pro jistotu lepší nevěřit nikomu a ničemu, protože média obecně situaci záměrně či nezáměrně zkreslují, mají své velké nedostatky apod. A právě to je cesta do náruče obchodníkům s dezinformacemi, vztekem a strachem.



Výše uvedené body mohou naznačovat, že se vám snažíme některé motivace a cíle rozmluvit. Naším záměrem však je předem nastínit, proč je vhodné nejprve důkladně si vyjasnit, s čím do toho vstupujeme. A proč je důležité si nejprve vyjasnit, k jakým cílům vlastně chceme směřovat. My jsme po letech dospěli k cílům následujícím:

- Rozptýlení pocitů nejistoty a bezradnosti při vyhodnocování spolehlivosti zdrojů a přijímaných informací.
- Zmírnění pocitů úzkosti, marnosti, apatie a pocitů rezignace při hledání spolehlivého popisu reality v médiích a na internetu.
- Porozumění mechanismům a profesím ve světě médií a práce s informacemi. Posílení důvěry v časem prověřené praktiky a metody kvalitní žurnalistiky a zodpovědné práce s informacemi.
- Poskytnutí průběžné zpětné vazby české novinářské komunitě (i studentům) o tom, jak jejich práci vnímají senioři, co je pro ně důležité a co navrhuji pro posilování vzájemné důvěry.
- Posílení důvěry ve vlastní schopnosti vyznat se ve světě médií a internetu, ať už ověřením skrze další zdroje anebo vědomou ignorací mediálního šumu – dle potřeby – pro zachování psychického zdraví, pohody a dobrých mezilidských vztahů.
- Posilování odolnosti vůči podvodným a manipulativním praktikám obchodníků s dezinformacemi, skrze odhalování jejich taktik a motivací.
- Vytváření příležitostí pro setkávání nad zajímavými a užitečnými tématy, s milými a zajímavými hosty.

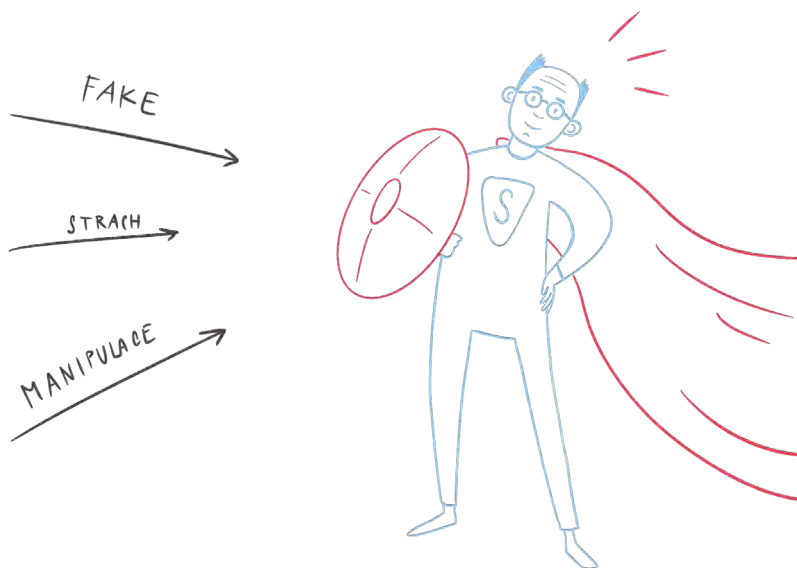
Než se do toho pustíte, je dobré si také vyjasnit očekávání, aby pak člověk nebyl zklamaný.

Na úvod je dobré si shrnout, jaké zdroje máte k dispozici, jaké máte možnosti a co jsou vaše silné stránky. Obrovskou výhodou se například ukazuje to, zda už jste zvyklí s touto věkovou skupinou pracovat a provozujete vzdělávací program, na nějž jsou lidé zvyklí docházet. Důležitým zdrojem ale také může být jen ta vyjasněná motivace a chuť se do toho pustit.

- **Očekávání a obavy:**

*O lekce nebude dostatečný zájem, bude se účastnit jen málo lidí*

Asi nečekejte davы. Vzdělávacích akcí obecně se účastní jen asi desetina seniorské populace. O toto téma projeví zájem jen část z nich. Bez ohledu na to však co nejvyšší počty stejně nejsou vhodným indikátorem. Velký dav zvyšuje pravděpodobnost nedorozumění a konfliktu. Z našich vyhodnocení vyplývá, že účastníci sdílejí nabyté zkušenosti a zážitky se svým okolím. Zaměřte se právě na to.



### ***Zapojí se jen ti, kteří to „nepotřebují“, budeme přesvědčovat „přesvědčené“***

Toto je jeden z nejčastějších mýtů – jakýsi předpoklad, že existují dvě skupiny: ti, kteří podléhají dezinformacím a fake news, a ti, kteří ne. Není tomu tak. V informačním přehlcení se ztrácíme všichni, ale volíme různé způsoby a strategie, jak se s tím vypořádat. Pokud nějaké rozdělení existuje, tak je to rozdělení na ty, kteří aktivně hledají způsoby a příležitosti, jak se dozvědět více, a ty, kteří jsou pasivní. Vaší šancí je oslovit ty aktivní. A mezi ty aktivní patří často právě také aktivní šířitelé pověstných fake news.

### ***Nemám dostatek zkušeností a znalostí, abych téma lektoroval(a)***

Zvažte svou roli. Na mediální vzdělávání nemusíte být nutně expertem. Možností je vícero:

- Buďte organizátorem a moderátorem. Sestavte program dle potřeb místní veřejnosti, pozvěte si experty a hosty, kteří pokryjí jednotlivá témata. Akce moderujte směrem k cílům a očekáváním, která jste si stanovili.
- Buďte průvodcem. Kromě role organizátora a moderátora se můžete průběžně dovzdělávat v dané oblasti tak, abyste byli schopni besedy s hosty doplnit o další zajímavé aktivity a cvičení.
- Buďte profíkem. Pokud vás téma skutečně zajímá a máte chuť získat specializaci jako lektor mediálního vzdělávání, jsme vám k dispozici my a další iniciativy, které tento typ školení nabízejí. Neváhejte se ozvat.

## ***Bojím se kontroverze, bojím se, že to dopadne špatně a situaci ještě zhorším***

Téma médií je v dnešní době velmi citlivé a chápeme obavy z toho, že se akce může zvrhnout. Pokud se však budete orientovat dle cílů, které jsme výše předložili, toto riziko se velmi snižuje. Doporučujeme si před každou akcí stanovit, co je to absolutní minimum, s nímž by měl účastník z akce odcházet a pamatovat si ho i za měsíc, a to v oblasti znalostí, dovedností, emocí.

A také si řekněte, s jakými pocity by z akce nikdo odcházet neměl.

Toto téma vlastně se seniory nikdy nikdo smysluplně neotevíral. Takže vlastně nemáte moc co zkažit. Jakákoliv, byť sebemenší nejistá aktivita, je posunem, pokud vaší motivací skutečně bude snaha o zkvalitnění života seniorů.







# Specifika vzdělávání seniorů a seniorek

Než se pustíme do doporučení týkajících se mediálního vzdělávání, je nezbytné si nejprve vyjasnit základní pojmy a porozumět obecným specifikům vzdělávání seniorů.

## I Základní pojmy

### • Kdo je to senior?

S různými pojmy označujícími „dříve narozené“ se setkáváme v novinách, televizi, ale i v rodině a každodenním životě. Pro zvolení správného pojmu je vždy třeba věnovat pozornost danému kontextu. Pojem důchodce či penzista je spojen s ekonomickým statutem, je to člověk, který ukončil aktivní pracovní život a odešel do penze, nepracuje a pobírá některý druh důchodu (invalidní, starobní). Ne všichni senioři jsou důchodci a naopak. Babička/dědeček pojmenovává a akcentuje rodinnou vazbu, je mírně citově zabarvený. Pojem geront vychází z lékařství, v obecné češtině může být jeho použití vulgární. A už jen v umělecké literatuře najdeme pojmenování stařenka, stařeček a kmet. Senior je v podstatě jediné obecné a významově neutrální označení staršího jedince, který dosáhl vyššího věku, přičemž věkové zařazení je proměnlivé. V dokumentech OSN a WHO je hranice stáří stanovena na 60 až 65 let, statistiky OSN, Eurostatu či Českého statistického úřadu pak pracují s věkovými kohortami 0–14 let, 15–64 let a 65+. Z lékařského hlediska se za stáří zpravidla považuje období života po 75. roce, ale univerzity třetího věku přijímají posluchače starší 50 let.

- **Co je stárnutí?**

Než se ale senior stane seniorem, musí zestárnout. Stárnutí je přirozený a nezvratný proces (převážně) regresivních změn kognitivních a fyziologických funkcí člověka. Tyto změny jsou individuální a specifické. Věda rozeznává stárnutí biologické, sociální, psychologické a demografické. Závěrečnou etapou stárnutí je stáří.

- **Co je stáří?**

Představuje závěrečnou etapu života. Nelze jej definovat pouze podle čísla, které se každý rok zvyšuje. Jinak své stáří pociťujeme my (ať už na těle nebo na duši), jinak nás ve stáří vnímá naše okolí a celá společnost. O tom, jestli je člověk označen za starého, rozhodují faktory biologické (funkční zdatnost těla), ekonomické (pokles příjmů), sociální (ztráta prestiže, změna sociálních rolí), technologické apod. Stáří je nutno chápat jako sociální konstrukt. Vzhledem k velkému množství kritérií je výklad tohoto pojmu historicky i kulturně proměnlivý.

Senioři bývají často považováni za homogenní skupinu právě na základě jejich vymezení z hlediska věku a ukončené pracovní činnosti. Jedná se ale o velmi rozdílnou populační skupinu. Tato odlišnost vyplývá z různé úrovně dosaženého vzdělání, předchozího pracovního zařazení, finančních možností a životních zkušeností, zdravotního stavu apod.

### ***Fáze stáří dle WHO***

- 45–59 let – střední věk
- 60–74 let – vyšší (starší) věk
- 75–89 – pravé stáří (sénium)
- 90+ – dlouhověkost.

Výzkum Vidovičové a Rabušice (*in Sýkorová, 2007*) se zabýval tím, co ovlivňuje různé osoby při vnímání stáří. Faktory, které toto ovlivňují, jsou:

- fyzický stav
- věk
- ztráta duševní svěžesti
- ztráta autonomie
- potíže přizpůsobit se změnám
- odchod do důchodu
- potíže s řešením problémů
- narození vnoučat

Zbývá ještě vysvětlit, co to znamená pojem „třetí věk“.

- 1. věk – dětství, období hry, začleňování do společnosti a vzdělávání
- 2. věk – fáze zralosti, nezávislosti, ekonomické aktivity a odpovědnosti
- 3. věk – období naplnění, nezávislosti, ale již ekonomické neaktivity; v podstatě začíná odchodem do důchodu
- 4. věk – období závislosti, sešlosti a smrti; od 3. věku se odlišuje neschopností postarat se o sebe

Přechod ze třetího do čtvrtého věku je velmi individuální. Někteří jedinci mohou „přeskočit“ třetí věk, někteří se zase nemusí dožít situace, kdy by byli na někom závislí.

A právě na třetí věk se zaměřuje vzdělávání seniorů. Zpravidla jde o zájmové vzdělávání ve volném čase. Senioři se vzdělávání zúčastňují, protože o ně mají zájem a účastnit se chtějí.

## **I Faktory ovlivňující úspěch organizátora**

Být „senior friendly“ znamená porozumět motivacím a významu vzdělávání seniorů, vnímat individualitu účastníků a pamatovat na řadu omezení a bariér způsobených stárnutím. To vše vám pomůže při plánování a organizování akcí, zvolení vhodné formy, ale i nastavení fundraisingu a PR.

***Na základě řady výzkumů a s přihlédnutím k našim zkušenostem v Centru Elpida vidíme význam a přínos vzdělávání seniorů hlavně v těchto oblastech:***

- prevence sociálního vyloučení seniorů
- prevence psychosomatických chorob a nástroj eliminace důsledků chorob ve stáří
- nástroj budování společnosti založené na vědomostech
- nástroj osobnostního rozvoje, popř. udržování osobnostního potenciálu seniorů
- vzdělávání jako smysl života
- nástroj na řešení problémů seniorů
- nástroj eliminace procesů stárnutí
- nástroj formulování nových vzorců jednání u seniorů v rámci mezigenerační komunikace
- nástroj sociální mobility (pracujících) seniorů
- nástroj zvyšování kvality života seniorů

Při komunikaci se seniory se nám vždy vyplatilo nezapomínat na jejich individualitu a vzájemnou rozdílnost, jinak řečeno „neházet všechny do jednoho pytle“. Vyhneme se tak řadě nedorozumění, budeme připraveni na různé reakce a často i protichůdné zpětné vazby.

***Dle Čornaničové (in Špatenková a Směkalová, 2015) se seniori liší zejména:***

- svými koníčky a zájmy
- motivací realizovat svoje vzdělávací potřeby a zájmy
- dosaženým vzděláním
- sociálním prostředím
- tvořivostí, pracovními nároky
- společenskou angažovaností
- zdravotním stavem
- adaptací na stáří
- hledáním nových úkolů, výzev a životního programu
- úrovni specifických kompetencí, potenciálů a schopností

Existují významné faktory, které ovlivní, s jakými pocity budou účastníci vašich akcí odcházet a jestli se k vám budou vracet.

***Na co je dobré nezapomínat a čemu věnovat pozornost při organizování a vedení akcí pro seniory?***

- respektovat osobnost seniorů, jejich možnosti a limity
- pomoci stárnoucím a starým lidem v adaptaci na stáří
- podporovat pozitivní myšlení a posilovat jejich sebevědomí
- brát v úvahu věkové, psychické, fyzické či individuální difference starších lidí
- efektivně s nimi komunikovat
- pečlivě volit témata vzdělávání
- co nejvíce do výuky zahrnovat využívání pracovních a životních zkušeností účastníků
- vést účastníky vzdělávání k sebevzdělávání

Je poměrně časté, že účastníci vzdělávacích akcí jsou starší než lektor a mají více životních zkušeností. Je proto žádoucí seniory zapojovat do diskuze, popřípadě výkladu témat, která sami zažili nebo se jim věnovali. Ideálním příkladem mohou být přednášky z dějin 20. století.

Senioři ve vzdělávání naráží na řadu omezení a bariér způsobených stárnutím, na které bychom jako organizátoři i lektori akcí mediálního vzdělávání neměli zapomínat. (*Šerák, in Ondráková et al., 2012*)

- osvojování nových poznatků zabere starším lidem více času
- senioři si obtížněji osvojují logicky nestructurované informace
- nedostatečně zvládnutá strategie učení ve stáří
- látka prezentovaná větší rychlostí omezuje kvalitu i kvantitu naučeného více, než je tomu u mladších
- fyzický a psychický stav a případná zdravotní omezení

## **I Porozumění procesu vzdělávání seniorů**

Nejprve si položme zdánlivě triviální otázku. Proč se senioři vlastně vzdělávají?

Tři nejčastější motivace jsou: potřeba sebeaktualizace, sebedůvěry a pozitivního sebehodnocení. Seniorům nejde o získávání znalostí a dovedností pro budoucí výkon! Jejich motivace ke vzdělávání je v drtivé většině případů vnitřní. Pokud nemají vnitřní potřebu účastnit se, tak zájem neprojeví a na akci nepřijdou.



***Z těchto tří impulzů vycházejí obecné cíle, které při vzdělávání seniorů sledujeme:***

- kultivace života seniorů a jeho obohacování
- pochopení úkolů jejich životní fáze a usnadnění adaptace na změněný způsob života
- udržování tělesné i duševní aktivity i v pozdních fázích stárnutí
- pomoc při orientaci v dnešním rychle se měnícím světě

***Nejčastější motivy, které seniori na vzdělávacích či kulturních akcích vyhledávají, jsou:***

- touha po sociálních kontaktech
- zvládnání tělesných, psychických a sociálních změn
- snaha najít smysl života ve vědomí vlastní konečnosti
- udržování vlastních sil

***U seniorů se proces učení vyznačuje specifickými znaky, na kterých je dobré stavět při organizování a přípravě vzdělávacích akcí (a podle toho koncipovat obsah a formu).***

- Kapacita učebních schopností, tj. kolik je toho jedinec schopen svým učením pojmout a zpracovat, se s věkem příliš nesnižuje. (Pouze až ve výrazně pokročilém věku.) Paměť LZE efektivně trénovat.
- S pokročilejším věkem se však snižuje RYCHLOST učení a zvyšuje doba k učení potřebná.
- Trvanlivost výsledků učení, tj. schopnost vzpomenout si, se věkem snižuje a ve větší míře závisí na tom, co si sám účastník pamatovat chce.
- Intenzita procesu učení daná ochotou se učit s postupujícím věkem klesá.

### ***Senioři potřebují:***

- ocenění za snahu
- vědět, proč něco dělají a k čemu to vede
- rozložit informace do menších částí
- mít přehledné a názorné informace
- vlastní způsob a tempo k pochopení nových poznatků
- Po seniorech nemůžeme chtít, aby se učili nazpaměť.
- Neustálá zpětná vazba – lektor by se měl ptát, zda všechno dobře vysvětlil, aby si mohl být jistý, že senior rozuměl.

### ***Nejvýznamnější tipy, které lektorovi pomohou lépe zvládnout proces výuky:***

- partnerský přístup
- systematicčnost
- redukce (vypíchnutí skutečně podstatného a klíčového, redukce „nadbytečného“)
- názornost, zajímavost a přiměřenost
- zaměření na sebeaktualizaci osobnosti seniora
- nepřetržitá zpětná vazba (umožní získávat informace v průběhu a pružně reagovat)
- operativnost (lektor by měl pružně reagovat na aktuální situace, měl by vnímat atmosféru a potřeby seniorů a umět se jim za pochodu přizpůsobit)





## **I Dvacet zásad pro komunitní pracovníky, lektory a organizátory vzdělávacích aktivit určených seniorům**

A teď si všechno výše popsané znovu zopakujeme, ovšem s větším důrazem na praxi a konkrétními doporučeními. (*Původní zdroj Michal Šerák, modifikováno podle zkušeností z činnosti vzdělávacího centra pro seniory Elpida v Praze*)

Velmi častým a bohužel velmi marginalizovaným problémem bývá celkový přístup k seniorům. Ten je často deformován převažujícími stereotypy (všichni staří lidé jsou křehcí, potřebují fyzickou pomoc, hůře slyší apod.) a lektori či organizátoři pod jejich vlivem mnohdy volí, byť s dobrými úmysly, zcela nevhodný styl komunikace. Jeho výsledkem může být narušená důstojnost a integrita účastníků, narušení celkové atmosféry. Je třeba proto dodržovat následující zásady:

### ***Důsledně se vyhýbat jakékoliv stereotypizaci.***

S každou skupinou a s každým účastníkem by se mělo pracovat individuálně a nepředjímat předpokládané typické charakteristiky.

### ***Zachovávat partnerství a rovnocennost všech účastníků.***

Pro celý průběh aktivity platí, že všichni přítomní si jsou rovni a všichni mají stejná práva.

### ***Respektovat identitu.***

Pokud je to alespoň trochu možné, oslovujeme účastníky jejich jménem a titulem, např. „paní Nováková“ nebo „inženýr Procházka“. V každém případě pak respektujeme formu oslovení, která je ze strany účastníků vyžadována.

### ***Předem stanovit veškerá pravidla.***

Která jsou potřebná pro zdárný průběh aktivity / kurzu (oslovování, časový plán, četnost přestávek, zadávání samostatných úkolů, možnost kladení otázek apod.) a důsledně trvat na jejich dodržování (týká se účastníků, organizátorů i samotného lektora).

### ***Vytvořit přátelské a kooperativní prostředí.***

Spokojenosti účastníků i efektivitě realizovaných aktivit napomůže pocit sdílené identity. Vhodné je hovořit o „našem kurzu“, „našem úkolu“, „našich cílech“ apod. Vzájemnému pozitivnímu vztahu mezi lektorem a účastníky napomáhá i možnost neformální komunikace před nebo po výuce, prozrazení vybraných a vhodných informací z osobní biografie nebo ilustrování výkladu osobními zážitky či zkušenostmi.

### ***Zachovávat úctu a slušnost.***

Nezbytným předpokladem vytvoření důstojného a kooperativního prostředí je důsledná absence familiárnosti, infantilizace a elementarizace ve vystupování komunitních pracovníků, lektorů i organizátorů. Je třeba potlačit tendenci hovořit se seniory jako s dětmi (formou i obsahem). Vyhýbáme se tendenci používat zdvořiliny, v žádném případě nepoužíváme oslovení typu „babi“, „dědo“, „starý pane“ apod. Pro tento způsob komunikace, založený na stereotypch spojených omezením osob v seniorském věku, se vžilo označení „elderspeak“. Ten je typický především zvýšenou úrovní hlasitosti, nadměrnou mimikou, používáním dětské slovní zásoby, pomalou a maximálně zjednodušenou mluvou apod.

### ***Respektovat daná omezení a bariéry.***

Jedná se např. o nedoslýchavost, částečnou imobilitu, různé problémy fyziologického rázu apod. Pokud je k tomu příležitost, měli

bychom si všechny tyto skutečnosti taktně ověřit předem a zařídit se podle nich. Pomoc – např. při pohybových problémech – bychom měli vždy nabídnout, ale nevnucovat! Výukové materiály, prezentace, zápisy na tabuli či flip apod. je nutné přizpůsobit z hlediska velikosti písma nebo kontrastu, vždy by mělo být zajištěno dostatečné osvětlení v učebně atd.

### ***Udržovat oční kontakt a maximalizovat srozumitelnost výkladu.***

Platí pravidlo, že zásadně vždy hovoříme otočení čelem ke svým posluchačům! Zvyšuje to porozumění sdělovaným informacím, kdy napomáhají porozumění i prvky neverbální komunikace, např. mimika či gesta. Nikdy při komunikaci se starší osobou nezvyšujeme automaticky hlas, aniž bychom si předem ověřili, že je to třeba. Samotný oční kontakt je zapotřebí udržovat přiměřenou dobu, tj. maximálně 6 sekund. Překročení tohoto intervalu již může být považováno za nepříjemné až agresivní.

### ***Omezit rušivé vlivy prostředí.***

Je třeba identifikovat přítomné zdroje hluku – např. klimatizace, rušná ulice apod. – a v případě nemožnosti jejich odstranění přizpůsobit hlasitost výkladu. Důležité je rovněž najít si správnou polohu a vzdálenost od účastníků, aby byla zajištěna oboustranná komunikace. Pokud to okolnosti dovolují, je rovněž vhodné na začátku výuky domluvit s účastníky pravidla týkající se používání mobilních telefonů.

### ***Projevovat zájem a poskytovat zpětnou vazbu.***

Vhodná interakce mezi lektorem či organizátorem a účastníky napomáhá celkové atmosféře. Důraz by měl být kladen na aktivní naslouchání, časté kladení otázek. Negativně působí tzv. pasivní naslouchání, při kterém nevěnujeme řečníkovi pozornost (náš protějšek to velmi často pozná na základě neverbální komunikace). Při komunikaci kla-

deme důraz na otevřené otázky, které umožňují i jiné odpovědi než ANO – NE. Účastník by tak měl mít možnost samostatné a neomezené formulace odpovědi. Rovněž pozor na tendenci zodpovídat si položené otázky samovolně („Jak se máte? Dobře, že?“). Vstřícně a pozitivně reagovat („To je skutečně zajímavé“, „Velmi dobrý příklad“ apod.) na prezentování vlastních názorů a životních zkušeností účastníků.

### ***Rozvíjet pozitivní přístup, poskytovat ocenění.***

Praxe ukazuje, že dospělý člověk má ve srovnání s dětmi mnohem výraznější tendenci spojovat si své úspěchy či neúspěchy s vlastním sebehodnocením. Nervozita a strach z neúspěchu proto hrají v oblasti edukace dospělých velmi výraznou roli. Z toho důvodu je zapotřebí klást důraz na pozitivní motivaci a celkově vstřícný přístup, oceňovat všechny úspěchy a pokroky, chválit za snahu.

### ***Respektovat princip zpomalení a minimalizovat projevy časového stresu.***

Senioři obvykle reagují pomaleji, je tedy zapotřebí přizpůsobit tempo práce a výkladu dispozicím účastníků a nabídnout jim dostatečný čas na zpracování předávaných informací a formulování dotazů. Rozhodně je zapotřebí vyvarovat se jakémukoliv časovému nátlaku, např. v podobě vyjádření netrpělivosti. Vhodné je hovořit pomalu, srozumitelně a v krátkých jednoznačných větách.

### ***Vybírat vhodné didaktické metody.***

Metody vzdělávání by měly být voleny s ohledem na témata a cíle vzdělávání. Lektor by měl zvážit využívání dalších metod výuky (vedle přednášky), v nichž mohou účastníci reflektovat a sdílet své různorodé zkušenosti, tedy především metody založené na diskuzi účastníků. Zde je nutné diskuzi podněcovat, podporovat, usměrňovat a shrnout její výsledky.

### ***Podporovat aktivitu účastníků.***

Ti by měli být pomocí vhodné motivace a prostřednictvím prezentovaných cílů a úkolů vedeni k vlastní tvořivé činnosti a sebevzdělávání.

### ***Orientace na praxi.***

Vzdělavatel, resp. organizátor vzdělávacích aktivit pro starší dospělé by měl v maximální možné míře poskytovat nabídku takových témat vzdělávání, která budou mít pro účastníky smysl, tedy témat, která jsou spojena s jejich životem a fungováním ve společnosti, komunitě a rodině.

### ***Uspořádat obsah do krátkých, logicky ucelených částí.***

Informace by měly být uspořádány do kontextu, propojeny navzájem a odkazovány na zkušenosti a životní praxi účastníků. Lektor by se měl vždy držet tématu, a pokud se od něj odchýlí, měl by to relevantně zdůvodnit. Kontraproduktivně působí tendence prezentovat v krátkém časovém úseku velké množství informací.

### ***Periodicky opakovat důležité informace.***

Jak již bylo výše uvedeno, stárnutí bývá obvykle doprovázeno snižováním kapacity operační paměti. Z toho důvodu je nutné zásadní informace přiměřeným způsobem opakovat, což pomáhá vytvořit paměťovou stopu. Výhodné je rozdělení učiva na menší logické celky (viz výše). Posluchačům je tak zároveň usnadněna orientace v celkové struktuře výkladu. Důležité je časté připomínání struktury výkladu (o čem se již hovořilo, o čem se hovoří a o čem se teprve hovořit bude) a vhodná vizualizace obsahu (obrázkem, grafem, tabulkou apod.).

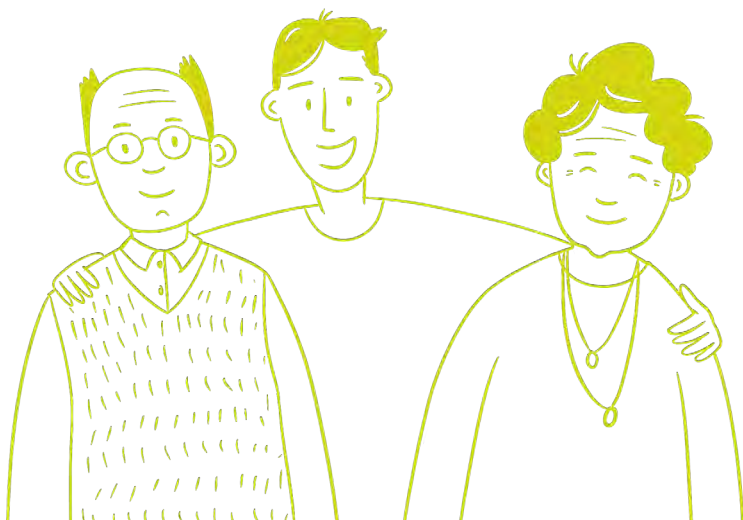
### ***Vhodně vybírat odbornou terminologii a cizí slova.***

Používáme takové výrazy, formulace a analogie, které jsou adekvátní účastnické skupině. Je třeba si dát pozor především na odborné a slangové výrazy, cizojazyčné fráze, ale rovněž na ironii a nejednoznačná sdělení. Pokud něco z výše uvedeného použijeme, samozřejmostí je důsledné vysvětlení zamýšleného významu.

### ***Úspornost sdělení.***

Vzdělavatel by neměl tvořit příliš dlouhé věty (kratší věty se lépe poslouchají i chápou, a lektor tak i lépe vystačí s dechem) a neměl by používat příliš dlouhá slova. Jeho slovník by měl být zajímavý, ale neměl by používat aktuálně módní slova – působí to nepřírozně a někteří účastníci nemusí rozumět.

### ***Úsměv nic nestojí a většinou bývá chápán jako výraz pozitivního přístupu. Nešetřeme jím!***



## I Metodické poznámky k výuce digitální a mediální gramotnosti

- Účastníci chodí do kurzů a na vzdělávací akce především ze dvou důvodů: hledají společenské vyžití a chtějí si rozšířit své obzory. Obojí je potřeba v průběhu akcí do patřičné míry zohlednit.
- Mluvit jasně, srozumitelně a nahlas. Být slušně a čistě oblečen. Vystupovat za sebe i za pořádající organizaci.
- Otázky jednotlivců řešit ve skupině. Dotaz opakovat nahlas, popř. zobecnit pro všechny. Stejně formulovat i odpověď. Mluvit na všechny, zatáhnout všechny do řešení problému. Motivovat je, aby se tím zabývali, chyba nebo překlik se totiž může stát každému.
- Popis a vysvětlování je potřeba podávat maximálně názorně a propojovat víc smyslů – zrak a sluch. Neříkáme „tady klikneme“, ale „klikneme na červené obdélníkové tlačítko vlevo nahoře v obdélné liště...“. Ukazujeme-li pracovní plochu, nejprve popíšeme, co vidí, čeho si mají všimnout, její členění.
- Lektor je stále v pohybu. Pokud neukazuje postup a nepracuje přímo s počítačem, měl by stát, chodit, měnit stanoviště, sledovat studenty, jestli stačí, jestli drží krok. Při pohledu zezadu vidí obrazovky, zepředu má vizuální kontakt... Reagovat na pomalejší studenty, popř. se vrátit, zopakovat. Na druhou stranu úkolovat ty nejrychlejší, aby v hodině vyloženě nezívali. Zabránit frustraci jedněch i druhých.
- Mluvit pomalu, zřetelně, úsporně. Mnohomluvnost a hektičnost studenty unavuje.

- Rozdělit / členit / strukturovat lekci na kapitoly, subkapitoly. Uvést, co v dané kapitole bude probíráno (např. využití konkrétního nástroje pro určení autenticity fotografie). Na konci kapitoly překontrolovat, že všichni umí, shrnout a pak teprve postoupit dále. Tak se vyvarovat jednolitému proudu výkladu, ve kterém se studenti ztrácí.
- Nevysvětlovat napoprvé dvě cesty k dosažení stejného cíle.
- Probranou dovednost dát samostatně procvičit.
- Dodržovat čas. Je možné přetáhnout, ale nikdy nekončit dříve. Před koncem hodiny dát prostor na dotazy. Dvuhodinovku nebo alespoň celý kurz zakončit „rituálem“, tj. shrnout, poděkovat, pochválit za pokroky, popřát hodně úspěchů ve využívání nových znalostí a pozvat na příště atd.
- Nehledě na úroveň je potřeba klást důraz na to, aby se účastníci nebáli promluvit. První věta, kterou pronáší devadesát procent studentů (a zejména studentek) při setkání s lektorem, je variace na následující téma: ale já to vůbec neumím, se mnou to budete mít těžké, mně to vůbec nejde. Těžko říct, je-li to vžitý zvyk podceňování, či myslí-li to upřímně, v každém případě ten pocit v sobě mají. Strach z mluvení lze odstranit mnoha způsoby: ukázat, že jde zdánlivě složité vyjádřit i docela jednoduše, využívat denních situací, zážitků a zkušeností účastníků, neklást důraz na malá pochybení, pokoušet se o individuální přístup.
- A hlavní je brát všechno s nadhledem a společně se v hodinách dobře zasmát.







# Zkušenosti a dobré praxe v mediálním vzdělávání pro seniory

V rámci přípravy této metodiky specificky zaměřené na mediální vzdělávání pro seniory jsme mnoho dní, týdnů, měsíců strávili v různých koutech České republiky, setkávali jsme se s vámi, zástupci různých místních iniciativ, spoluorganizovali akce, školili zaměstnance, ale především se setkávali s místní seniorskou veřejností. Uspořádali jsme již více než sto padesát akcí, a proto věříme, že to už je solidní zkušenost, ze které lze čerpat nějaké další nápady a náměty.

Přístupů existuje samozřejmě celá řada: od realizace setkání, přes kurzy, online lekce, po distribuci materiálů apod. V následující části se s vámi chceme podělit o naše zkušenosti a o to, co si myslíme, že má smysl a daří se. Rádi však s vámi budeme dále prozkoumávat další cesty a možnosti.

## *Pár tipů na úvod*

- Osobní setkávání je základ.
- Opakované setkávání vede k důvěře a pozitivnímu dlouhodobému dopadu.
- Předem existující program pro seniory je velkou výhodou.
- Objevnějším zjištěním pro seniory je spíše otázka motivace, proč někdo šíří nepravdivé informace, než samotné vyhodnocování zdali je něco pravda nebo lež.
- „Fake news“ jsou jen symptomem, důraz dejte na pozitivní příklady zodpovědné práce s informacemi.
- Propojení generací funguje.

## I Témata

Mediální vzdělávání je široký koncept, který zahrnuje témata online bezpečnosti, reklamu, roli médií ve společnosti, manipulace s informacemi a mnohé další. Bylo by chybou, a ochuzením, zúžit ho pouze na tzv. „fake news“.

Samozřejmě záleží na tom, kolik času a prostoru mediálnímu vzdělávání můžete či chcete věnovat. Jednorázové akce mohou místní veřejnost obecně seznámit s některými fenomény. Zůstanete ovšem pouze na povrchu. Daleko lépe se osvědčil cyklus opakovaných setkání, která umožní pokrýt více témat, více do hloubky, vytvořit více příležitostí pro setkávání a více příležitostí pro osvojení užitečných dovedností.

- **Pokud máte prostor a čas realizovat opakovaná setkání, navrhuje následující postup:**

Úvodní akce by měla prokázat užitečnost a zajímavost tématu. Musí účastníky přesvědčit, že má vztah k jejich každodennímu životu a otázkám, které řeší. Vystavíme je dovednostmi, které uplatní, a znalostmi, které je ochrání před podvodným jednáním. Sloužit by měla jako lákadlo na další setkávání, vyvolat zájem dozvědět se víc, chuť říci o akci také svým známým. Pokud neprovozujete program pro seniory a máte obavy, zda vůbec někdo na akci přijde, můžete si pomoci například zahájením skrze besedu s hostem, kterého lidé mohou znát například z TV obrazovky. Anebo zvolit téma, které je pro místní veřejnost čitelné a přitažlivé. Může to být například lekce o internetové bezpečnosti, anebo lekce o vlivu a dopadu médií a internetu na děti a mladistvé. Tyto akce pak můžete použít jako příležitost navnadit účastníky i na účast na dalších setkáních.

Téma fake news doporučujeme zařadit až v pozdější fázi. Spíše než o podvodech je dobré začít tím pozitivním – ukázkou, jak by měla vypadat zodpovědná práce s informacemi. Účastníci nejsou hloupí a snadno dokážou rozlišit řemeslo kvalitní novinářské práce od anonymního výkřiku v e-mailu.

V uplynulých letech jsme nabízeli následující cyklus akcí. Berte jej pouze jako inspiraci – netvrdíme, že je třeba pokrýt všechna témata v daném pořadí – a jako nabídku z naší strany.

### ***Zdravý selský rozum pro dobu informační – jak se vyznat v mediálním zmatku?***

Pro obyčejného člověka není snadné se v dnešní záplavě informací z médií a internetu vyznat. Najde se i řada takových, kteří se toho snaží zneužít. Jak si může každý z nás dát pozor, abychom nenaletěli na „falešné“ zprávy? Jak rozpoznat pravdu a lež o událostech kolem nás i ve světě? Kterým zdrojům informací můžeme důvěřovat? Kdo jsou původci záměrně lživých informací a co z toho mají?

### ***Jak se rodí zprávy***

Každý den se stane milion událostí, ale večerní zprávy mají jen 30 minut. Zdá se jako nemožný úkol vybrat ze všeho dění to nejdůležitější, ale přesto každý den vycházejí deníky s plnými stranami a zpravodajské relace informují o tom, co se během uplynulého dne stalo. Jde o rutinní výběr, který má svá jasná pravidla. Právě na ta se společně podíváme blíže.

Naučíte se číst mezi řádky a pochopíte, proč jsou zprávy postaveny tak, jak jsou, a proč obraz, který vykreslují média, neodpovídá úplně skutečnosti. Bývá pokřivený a nikdy neukazuje vše. Přes to všechno

však lze stále odlišit kvalitní a zodpovědné zpravodajství a publicistiku od manipulativního a škodlivého obsahu a posoudit důvěryhodnost jednotlivých zdrojů.

Lekci je možné uspořádat spolu s novinářem např. z regionální redakce.

### ***Sociální sítě***

Rozvoj a dostupnost internetu umožnily vznik celé řady aplikací, které se nám snaží usnadnit v podstatě veškeré aspekty našich životů. Mezi nejpoblárnější aplikace patří tzv. sociální sítě, tedy programy, které umožňují snadné propojování jednotlivců a skupin, sdílení obsahu a sdílení zájmů. Mezi nejpoblárnější patří Facebook, ale existuje také celá řada dalších. Vedle nepochybných silných stránek těchto aplikací se však začala projevovat také rizika a negativní dopady, které jen málokdo předpovídal. Základním způsobem prevence těchto dopadů je především pochopení toho, jak tyto aplikace fungují, čím nás tolik přitahují a čím nás také zrazují.

### ***Média a naše emoce***

Tradiční i tzv. nová média nám nepřinášejí pouze obsah, ale účinně využívají naše emoce a pracují s nimi. Naše pozornost se stala extrémně ceněnou komoditou, o kterou svádí boj inzerenti, média a internetové platformy. Vedle účinnějšího zaměření reklam a nám na míru ušitého obsahu však přináší také rizika v podobě závislosti, negativního dopadu na děti a mládež, rozdělení společnosti, uzavírání se do názorových ghet, frustraci a zmatení. Člověk by měl být proto schopen přinejmenším si vlastní emoční reakce při kon-

zumaci mediálních sdělení uvědomovat a umět odhalit, když s nimi někdo záměrně manipuluje. Součástí mediální gramotnosti je také schopnost mediální hygieny, tedy vědomá kontrola nad vlastní konzumací mediálních obsahů pro udržení nadhledu, včetně schopnosti „mediálního půstu“.

Pro tuto lekci je nutné zajistit účast experta, psychologa.

### ***Fake news a dezinformace***

V záplavě mediálních sdělení je často těžké rozlišit kvalitní zprávy od nekvalitních. Čím dál tím častěji se setkáváme se zavádějícími články a výroky a tápeme, komu věřit. Může to v nás vzbuzovat nejistotu, frustraci či zlost, ale i chuť stáhnout se do ústraní, daleko od toho chaotického světa. Jak někomu věřit, když jedni druhé zpochybňují a všechna nařčení se zdají být cílenými kampaněmi? A není také pravidlem, že na každém šprochu pravdy trochu?

Cílem tohoto setkání je najít hranici mezi smyšlenkami a fakty. Vysvětlíme si pojmy jako fáma, dezinformace, poplašný e-mail či hoax a podle pravděpodobnosti a záměru autora se pokusíme sestavit typologii zavádějících a lživých zpráv, kterým se často obecně říká „fake news“. Naučíme se posoudit kvalitu mediálních sdělení podle několika základních kritérií. A konečně, povíme si, proč je pro jedince i společnost tak důležité umět tato sdělení odhalovat.

### ***Ověřování informací a factchecking***

Představení nejčastějších způsobů manipulace s naší pozorností, představení základních dovedností a technik pro ověřování informací, představení oboru zvaného factchecking.

Lekci lze uspořádat za účasti lektora organizace *demagog.cz* či dalších iniciativ, jako např. *zvolsi.info*.

## *Když média a komunikační technologie pomáhají*

Šum a chaos v současném mediálním světě může snadno vyvolávat pocit zmatení, nedůvěry a frustrace. Zvláště prostor internetu usnadňuje šíření smyšlenek, podvodů, hloupostí a podporuje závislost především mladých lidí, kteří stále více budují své vztahy online a oddalují se tak reálnému světu a vztahům v něm.

Bylo by však příliš snadné tento svět odsoudit, neboť existuje bezpočet příkladů, které dokazují, že právě nové komunikační technologie umožňují měnit svět k lepšímu. Dávají naději, že i na zdánlivě neřešitelné neduhy a staré problémy můžeme najít nová řešení díky propojení technologie a lidské chuti a snahy pomáhat.

Seminář ukáže příklady a možnosti, jak lze skrze média a moderní technologie pomáhat v těžkých životních situacích, jako je chudoba či humanitární krize. Podíváme se na možnosti ověřování informací. Ukážeme si, jak digitální Sherlockové odhalují zdánlivě neodhalitelné záhady současnosti a něco se od nich přiučíme. Nepropadejme panice ze současného mediálního světa, naučme se ho využívat pro pozitivní změnu a vzájemnou pomoc.

Témat však může být více. Zde je seznam akcí, které jsme také realizovali, zvláště tam, kde už pokračujeme třetím rokem a původní seznam jsme již vyčerpali.

- Reklama a marketing
- Moderní propaganda
- Nenávistné projevy v médiích a na internetu
- Dopad médií a internetu na děti
- Migrace, dezinformace, integrace
- Manipulace daty a vizualizacemi



Pokud byste rádi udělali více setkání, ale máte jen omezený čas a prostor, dobrého výsledku lze docílit také cyklem 3 setkání:

- Úvodní lekce – Zdravý selský rozum pro dobu informační
- Jak se rodí zprávy – Setkání s novinářem či exkurze
- Jak nenaletět fake news – ověřovací nácvik



## I Realizace akcí

### • Typy akcí

Pro osvětové a vzdělávací akce pro seniory lze využít celou řadu formátů akcí. Vedle klasických besed s hostem či prezentací můžete také zorganizovat dílnu, trénink či exkurzi. Při volbě vhodného formátu záleží na tom, jak jste zvyklí s místní veřejností pracovat. Pokud například na akce v rámci mediálního vzdělávání hodláte pozvat širší seniorskou veřejnost, kterou zatím příliš neznáte, není vhodné začínat nějakými interaktivními formáty. Zvláště senioři jsou velmi ostýchaví a budou se cítit bezpečněji, pokud půjdou na formát, který dobře znají. Takovým typem akce je právě například beseda s hostem nebo přednáška. Nemusejí tak mít obavu, že se budou muset nějak viditelně zapojovat. To však neznamená, že by interaktivní metody neměly smysl a že by nebyly oblíbené. Spíše se prostě nehodí na úplně první akci, když nevíte, kdo dorazí. Ve chvíli, kdy máte skupinu, se kterou dlouhodobě pracujete a znáte se, je vhodné volit také formáty, kde se s větším zapojením počítá. Připravili jsme celou řadu cvičení, která je možné realizovat a která si můžete vyzkoušet.

Následující formáty akcí jsme vyzkoušeli a máme k nim pár praktických postřehů:

### ***Jednorázová beseda s hosty***

Standardní formát akce. Lidé vědí, co mají čekat. Účast hostů – expertů či praktiků – umožňuje pokrýt odborné téma, které byste jako lektori nebyli schopni pokrýt sami. Navíc je zde důležitý aspekt vytvoření nového zajímavého kontaktu a výměny pohledů a zkušeností.

Budte však obezřetní ve svých cílech. Čím větší akce, čím více účastníků, tím větší prostor pro neosobnost a případná nedorozumění. Už jen samotné uspořádání místnosti snadno rozdělí vystupující a publikum. Kvantitativní cíl akce – co nejvíce lidí – se sice možná podaří naplnit, výsledek však nemusí být žádoucí, pokud například dojde k nějaké ostřejší diskuzi a rozmlžení tématu. Čím větší akce, čím více hostů a účastníků, tím více musíte být připraveni jako moderátoři a facilitátoři situaci zvládnout. Doporučujeme pořádat raději menší akce, do 30 lidí, kde host je skutečně součástí skupiny, například při sezení v kruhu. Vzniká tam intimnější a bezpečnější prostředí pro všechny, kdy se minimalizuje možnost konfliktu a celá akce je pro vás jako moderátory snáze říditelná. Rozdělte hosty a témata spíše do více menších akcí, do vzdělávacího cyklu.

### ***Cyklus vzdělávacích lekcí***

S tímto formátem máme nejlepší zkušenosti. Umožňuje jít v řadě témat do hloubky, místní seniorské veřejnosti umožní být s tématem průběžně v kontaktu, ale také v kontaktu se skupinou a novými zajímavými hosty. Čím více se skupina zná, tím více opadá ostych, tím více lze zkoušet nové přístupy a témata, tím více si to účastníci užijí a pozitivní dopad bude hlubší a dlouhodobější.

## ***Exkurze***

Návštěva redakce patří mezi nejoblíbenější formáty. Je však také občas logisticky náročná. Každopádně, převážná většina redakcí televizí, rozhlasu, novin, časopisů a internetových médií je velmi otevřená návštěvám veřejnosti. Neváhejte se proto na ně obrátit. Přestože většina redakcí sídlí v Praze, exkurze lze domluvit také v regionálních městech, například v redakcích České televize, Českého rozhlasu či v redakcích místních periodik.

## ***Praktická dílna***

Zvláště v případě vzdělávacího cyklu je vhodné začlenit také praktické dílny, kde si účastníci skrze různá cvičení a úkoly osvojují nové dovednosti. Velmi se nám osvědčily ověřovací dílny, kdy se studenti seznamují se základními nástroji a technikami ověřování informací. Pořádáme jednak ověřovací přípravy, sérii 3 setkání, jejichž absolventi se pak stávají členy ověřovacího klubu. Ten se setkává jednou měsíčně a jsou to sami účastníci, kdo navrhuje materiály a informace k ověření. Cílem dílen není nutně vyzývat seniory, aby si každou informaci ověřovali. Cílem je především umožnit zažít pocit úspěchu při pohybu informačním nepořádkem.

## ***Online lekce (webinář)***

Doba pandemie uspíšila také adopci online nástrojů pro vzdělávání seniorů. Jedná se o vhodný nástroj, zvláště pokud chcete zapojit účastníky ze vzdálenějších koutů, kteří by na osobní akci dorazit nemohli. Online vzdělávání má svá specifika, která nebudeme v tuto chvíli rozvádět. S ohledem na seniory je především nutné klást důraz na to, aby se jednalo o formát doplňkový a aby nedocházelo k postupnému vyloučení těch, kteří se online lekcí účastnit nemohou či nechtějí.

- **Rozsah a struktura akce**

Z výše uvedených specifík vzdělávání pro seniory vyplývá, že je vhodné plánovat mediálně-vzdělávací akce jako setkání, která netrvají déle než 90 minut. Ideální rozdělení je 45 minut lekce, 15 minut přestávka, a max. 45 minut pokračování. Takto by například mohla vypadat lekce s hostem v rámci cyklu:

- Úvod – shrnutí předchozích lekcí, vyhodnocení případných domácích úkolů, zopakování kontextu celého cyklu.
- Cvičení na úvod – malý kvíz, cokoliv, co poslouží jako evokace k tématu.
- Představení hosta, beseda s hostem, ideálně za využití příkladů v podobě prezentace.
- Moderovaná diskuze.
- Zadání úkolu, představení tématu následující lekce.

Myslete na to, že po skončení akce je vhodné vše zrekapitulovat, senioři si velmi rádi zapisují poznatky. Účastníci našich akcí také mají rádi domácí úkoly, díky kterým si mohou nabyté dovednosti procvičit. Každopádně, senioři mají k domácím úkolům výrazně pozitivnější vztah než junioři. Při každé akci, ať už s hostem či bez něj, mějte na paměti cíle, které jste si v úvodu stanovili. V ideálním případě by si totiž účastníci měli odnést nejen nové poznatky a dovednosti, ale také dobrý pocit ze setkání s milým a zajímavým hostem. V případě besedy s novinářem myslíte na to, aby se nejednalo pouze o „veselé historky z natáčení“, ale aby tam byl také edukační prvek, kdy novinář vysvětluje svou práci jako řemeslo. Z akce by účastníci měli odcházet s pocitem větší jistoty, důvěry, povzbuzení. Z tohoto důvodu klidně upřednostněte dosažení těchto cílů i za cenu redukce množství předávaného „učiva“.

- **Hosté a náklady**

Při realizaci akcí budete bezpochyby do značné míry spoléhat na účast hostů. Koneckonců krize, které čelíme, není tolik o nízké mediální gramotnosti, ale spíše o korozi vzájemné důvěry. A cesta ven vede spíše skrze setkávání, navazování kontaktů, empatii a vzájemné porozumění. Možná pocítujete určitý ostych při oslovování hostů, zvláště pokud jejich účast vyžaduje dlouhé cestování. Nebojte se však toho. Pokud jde o novináře, takový výjezd bude zajímavou zkušeností i pro ně. Novináři i redakce si moc dobře uvědomují rostoucí nedůvěru a v reakci na to se snaží být více otevření veřejnosti a sdílejí své pracovní postupy. Myslete však na to, že odměna za účast je gestem ocenění, které potěší. Novináři si na takovou akci musí mnohdy vzít dovolenou. Odměna nemusí být velká, ale měla by reflektovat to, kolik času dané osobě zabere účast na akci. Pokud je host například z brněnské redakce a jde na akci v Brně, tak na cestě mnoho času nestráví. Odpovídající odměna může být v rozmezí 1500 až 2000 Kč (ale i menší, záleží na vašich možnostech). Pokud však máte hosta, který k vám musí vážit dlouhou cestu, například tři hodiny vlakem tam a tři zpět, je vhodné i tento časový úsek v odměně reflektovat. Takový člověk si totiž většinou musí vzít celodenní dovolenou. Nadále však platí, že spousta hostů je ochotná vystupovat i zcela zdarma, alespoň za pokrytí cestovních nákladů. Nebojte se hosty oslovit a předem se jich zeptat na jejich představy v tomto směru.

Hosta je však vhodné předem také informovat o předpokládaném publiku, zdali už například byla nějaká podobná akce realizována v minulosti apod.

Především je ale nutné apelovat na srozumitelnost, srozumitelnost, srozumitelnost!!! Host musí být připraven na to, že pro dané publikum je to téma nové, špatně srozumitelné. Je nezbytné vyhnout

se cizím výrazům, nestrukturovanému projevu apod. Viz kapitola Specifika vzdělávání. Je vaším úkolem na toto upozornit hosta akce.

- **Mezigenerační akce**

Pokud je něco, co se nám za těch více než 150 akcí, které jsme v posledních letech zorganizovali, opravdu osvědčilo, je to mezigenerační propojení. Kořeny našeho programu částečně vyrůstají z nápadu studentů žurnalistiky věnovat se znevýhodněným skupinám, jako jsou právě senioři. Nejlépe hodnocené akce byly vždycky ty, kterých se zúčastnili také mladí lidé. Nemusí to být nutně mladí novináři nebo budoucí novináři, to však nicméně pomáhá, protože právě žurnalistika je obor, ze kterého lze nejvíce čerpat právě v oblasti ověřování informací a vyhodnocování spolehlivosti zdrojů. Setkání s budoucím novinářem, který vnímá svou budoucí práci jako službu veřejnosti, je navíc nejlepším lékem na frustraci mnohých občanů ze současných médií a příležitostí rozbít předsudky a stereotypy, které mnozí senioři mají o „dnešní mládeži“.

Úspěšná mezigenerační akce se však nejspíše nepovede, pokud se jen tak na jedno místo sezvou různé věkové skupiny. Je nutné mít jasnou představu a plán. Mladší publikum může být například v pozici těch, kteří lépe vysvětlí seniorskému publiku specifika sociálních sítí, používání různých nástrojů. Nebo prostě jen osvětlí vztah mladé generace k médiím a technologiím. A naopak. Seniorské publikum se může podělit o životní zkušenosti, o své obavy a jejich příčiny.

Tak či onak, mezigenerační akce pomáhají prolamovat vzájemné neúčinné stereotypy, posilují mezigenerační důvěru a respekt, což jsou všechno faktory, které vedou k žádoucím výsledkům nejen mediálního vzdělávání.

## • Čas a prostory

Pokud máte bohatou praxi pořádání vzdělávacích akcí pro seniory, máte bezpochyby jasnou představu o tom, v jakých časech se vyplatí akce organizovat. Situace se může v různých místech lišit, nicméně nám se nejlépe osvědčily následující principy:

- Akce pro seniory pořádejte během dne, klidně ráno či dopoledne. V každém případě však tak, aby se domů dostali v pořádku za světla. Stejně tak opatrně v zimních měsících, kdy ráno je například ještě námraza na chodnících.
- Akce nemá smysl pořádat v období červen – září. Senioři většinou preferují jiné koníčky a zájmy – zahradničení, výlety s vnoučaty apod.
- Prostory na akci by měly být především dobře přístupné a uspořádání místnosti by mělo umožňovat i dobrou orientaci a pohyb osob se sníženou pohyblivostí. Zásadní je dobré osvětlení a ozvučení, ale také možnost zatemnění pro kvalitní zobrazení materiálů na projektoru.

## • Propagace

V případě, že nemáte ve zvyku pořádat akce pro seniory a nemáte existující publikum, které je naučené na vaše akce chodit, budete čelit výzvě, jak akci propagovat tak, aby přilákala pozornost a návštěvníky. Rovnou říkáme, že zázračný návod nemáme. Zde je nicméně pár tipů, jak by taková pozvánka měla vypadat:

- Maximální srozumitelnost – velikost písma, kontrast
- Informace o začátku, ale také předpokládaném konci akce
- Informace o přístupnosti (tedy např. zda je na místě výtah apod.)
- Informace o ceně či uvedení, že akce je zdarma
- Kontaktní telefon

Kam pozvánku distribuovat necháme na vašem zvážení s ohledem na vaši znalost místa. Pochopitelně nejzásadnějším kritériem je hledání komunikačních kanálů, které využívá místní seniorská veřejnost. Kromě plakátovacích ploch či vaší nástěnky se může jednat například o čekárny u lékaře, místní rozhlas, radniční listy, místní tisk. Stejně tak ale můžete cílit na místní mladší ročníky, které mohou mít zájem o akci říci svým rodičům či prarodičům.

Velkým otazníkem je použití slov – pojmy jako média v lidech mnohdy vyvolávají negativní emoce. Raději se také vyhněte pojům, jako je mediální vzdělávání či mediální gramotnost. Část lidí si pod tím nic nepředstaví, část lidí si to vyloží špatně. Je proto vhodné se skutečně maximálně soustředit na vyjádření toho, co akce dotyčnému přinese, co užitečného se naučí a jak se to vztahuje k jeho potřebám.

Takto jsme pojali název a popis úvodní lekce my. Stále však není dokonalý.

*Zdravý selský rozum pro dobu informační – jak se vyznat v mediálním chaosu?*

*Pro obyčejného člověka není snadné se v dnešní záplavě informací z médií a internetu vyznat. Najde se i řada takových, kteří se toho snaží zneužít. Jak si může každý z nás dát pozor, abychom nenaletěli na „falešné“ zprávy? Jak rozpoznat pravdu a lež o událostech kolem nás i ve světě? Kterým zdrojům informací můžeme důvěřovat? Kdo jsou původci záměrně lživých informací a co z toho mají?*

Experimentujte. Zde je pár námětů od účastníků setkání o mediálním vzdělávání pro seniory v říjnu 2021:



# JAK SE ZORIENTOVAT

## V INFORMAČNÍM CHAOSU

8 JAROSLAVEM VALÚCHEM

- PŘEDNÁŠKA PRO  
JENIORY

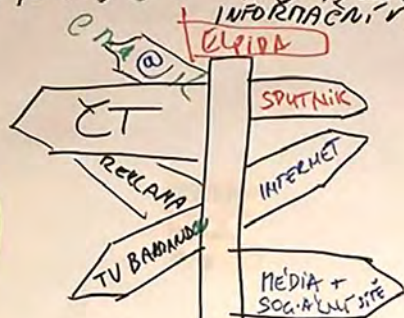


- KDY? 22.11.2021
- V KOLIK? 14-18 h.
- KDE? ELPIDA,  
PŘÍSTAV 7,  
JANKOVCOVA 86
- DROBNE  
OBČERSTVENÍ



PŘIHLAŠUJTE SE NA TEL: 123 456 786

VAJŠ  
INFORMAČNÍ KAMPANĚ  
JAK SE VYHNAT V MEDIÁLNÍM CHAOSU



BESEDA S JARNET NOVÁKEM, ŠÉFRED.  
DENÍKU PRAHA, KTERÝ JÁŠ PROVEDE SVĚT  
MÉDIÍ. AKCE JE URČENA PRO OBYVATELE 65+

VE STŘEDU 5. SRPNA 2021 v 15:00H.  
PRAHA, KD RUBEŽ, HRAVN 95, P4

1. PATRO, - VÍTAH K DISPOZICI, OBČERSTVENÍ  
ZAJIŠTĚNO, VSTUP ZDARMA. PŘIHLÁŠKY A  
INFORMACE U PAMÍ NOVOTNĚ, TEL.: 222 222 222  
(Po-Pá 8-15h).

PŘEDPOKLÁDÁME UKONČENÍ v 16:30 hod.



TIKTOK

INSTAGRAM

FACEBOOK

PRŮVAZ?

CHaos!

ŘETĚZOVÉ  
MAILY

TADY  
JE NEPORÁDEK.

TADY JE  
UKLIŽENO.

„TADY JE DOBRĚ“

Mediační  
uklid!

VPÁTEK  
29. 10.  
2021

Ve Společenském  
sále  
Knihovny  
Louny

Otevřeno  
všem  
Doporučeno  
65+

14:00 - 15:30  
hodin

Další informace na  
telefonu : 111 222 333

VSTUP VOLNÝ.

## I Vyhodnocení

Je užitečné vědět, zdali vaše akce měla nějaký, ideálně pozitivní, dopad. K tomu slouží evaluace neboli vyhodnocení. Existuje několik způsobů, jak to zjistit.

- **Akci zhodnotíte sami**

Základní vyhodnocení můžete udělat vy, spolu s kolegy. Klíčem k vyhodnocování jsou předem stanovená očekávání a cíle. Výsledek akce poměříte s tím, jakou ambici jste měli, čeho jste chtěli dosáhnout. Také lze intuitivně posoudit, zda se akce vydařila, či ne.

- **Akci hodnotí účastníci**

Po akci, či po ukončení cyklu, s účastníky vedte strukturovanou diskusi, ptejte se, jak se jim akce líbila, v čem pro ně byla přínosem apod.

Můžete také využít hodnotící dotazník. Účastníci v něm mohou anonymně ohodnotit akci, lektora, dát podněty. S dotazníky ale šetřete – senioři nejsou zvyklí tímto způsobem někoho hodnotit – může jim to být nepříjemné a může to vyvolávat otázky a pochybnosti. V některých případech to může zanechat pachut' po jinak úspěšné a příjemné akci. Obecně při akcích doporučujeme uvádět, že vše je tak trochu experiment – je to nové téma, se seniory se o něm nikdy nikdo nebavil, a není proto jasné, jak ho vlastně uchopit. Každá akce je proto určitým experimentem, kde účastníci jsou v roli expertů, kteří pomáhají určit, jakým směrem se bude aktivita dále ubírat. Tuto roli mají seniorští účastníci rádi, zároveň nejde o nějaké podbízení, ten přínos je naprosto zásadní. Zde je stručný dotazník, který používáme my:

- Jakou známkou (jako ve škole) byste ohodnotili dnešní akci?
- Co vás nejvíce zaujalo / co bylo nejdůležitější?

- Doporučili byste účast na této akci svým známým? (ANO/NE)
- O čem dalším byste se chtěli dozvědět během následujících lekcí?
- Jakýkoliv další komentář k této akci:

- **Akci hodnotí třetí strana**

V některých, ne příliš častých případech, se naskytne příležitost akci vyhodnotit třetí stranou, typicky evaluátory, které na úkol najme donor či jiný aktér, který má zájem o takto zpracované informace. Toto je ideální příležitost, protože jen taková evaluace může na celou akci pohlédnout z odstupu a věnovat čas také strukturovaným osobním rozhovorům s účastníky. S tím, jak taková evaluace třetí stranou může vypadat, se můžete seznámit tady – v roce 2019 náš projekt hodnotila nezávislá evaluátorka.

## **I Role lektorů**

Doporučením, jak při akcích vystupovat, jsme se věnovali detailně v jedné z předchozích kapitol. Pojdme si ale ještě pro jistotu v bodech uvést základní pravidla vhodného lektorování akcí pro seniory:

- Přistupuji ke každému účastníku individuálně (Každý má své učební tempo a styl učení, a to respektuji.).
- Jsem trpělivý a přívětivý (Není kam spěchat. Jsem tu pro účastníky a pomáhám jim učit se novým poznatkům.).
- Mluvím pomalu, zřetelně, jasně a nahlas, aby mě všichni účastníci slyšeli (I ti, co sedí úplně vzadu.).
- Cesta je cíl (Jde primárně o službu určenou účastníkům v podobě věnování času, pozornosti, energie a předávání informací, nikoliv nátlak na rychlé a profesionální výsledky.).

- Obsah výuky a její náročnost přizpůsobím možnostem, potřebám a poptávce cílové skupiny (Jsem zde pro účastníky.).
- Komunikuji s účastníky a vnímám atmosféru (Zjišťuji, zda mi všichni rozumí, jestli mají dotazy nebo další prosby ohledně organizace lekce nebo kurzu.).
- Respektuji osobnosti seniorů, jejich možnosti a limity (Je vysoce důležité brát v úvahu věkové, psychické, fyzické či individuální diference starších lidí.).
- Podporuji pozitivní myšlení a posiluji sebevědomí seniorů (Ovlivňuji účastníky do určité míry i psychologicky.).
- Co nejvíce při výuce využívám pracovních a životních zkušeností účastníků.
- Vedu a podporuji účastníky k sebeaktualizaci, sebedůvěře a pozitivnímu sebehodnocení.

## **I Doporučení ke krizovým situacím**

Pokud se vám podaří dodržet doporučení z předchozích kapitol, je značná šance, že ke krizovým situacím docházet nebude a mediálně-vzdělávací setkání budou příjemnou a užitečnou radostí. Klíčovým úkolem organizátora či lektora je dobrá příprava. Jen tak se totiž v ideálním případě podaří zbytečným konfliktním situacím a nedorozuměním předejít.

- Z pozvánky na akci musí být naprosto jasné, co bude tématem akce.
- Uspořádání místnosti je vhodnější například do půlkruhu, host či lektor by měl být ideálně ve stejné úrovni jako účastníci.
- Je-li to možné a vhodné, vyzvěte zájemce o akci k registraci, budete mít lepší přehled o tom, kolik přijde lidí.

- Hosty předem co nejvíce seznámte s předpokládaným publikem – kdo nejspíš dorazí, jaká témata se řešila na předchozích setkáních apod.
- Vyzvěte hosty předem, aby se vyjadřovali maximálně srozumitelně – žádné cizí výrazy, nutnost používat srozumitelné příměry a analogie, uzpůsobit tempo cílové skupině.
- Nastudujte si aktuality k danému tématu, sledujte weby, které se věnují ověřování informací a vyvracení dezinformací, abyste nebyli zaskočení a měli přehled, jak dezinformace aktuálně putují informačním prostorem (Ověřovnu serveru iRozhlas, AFP, České elfy apod.).

Bez ohledu na snahu a úsilí, na vše se nelze připravit. Pojdme si proto představit možné krizové momenty a ukázat si, jak na ně vhodně reagovat během akce:

***Polovina účastníků evidentně přišla na jinou akci, má od programu jiná očekávání, než je váš program***

Tohle se stává poměrně často, protože řada lidí neví, co může od mediálně-vzdělávacích programů očekávat. Je proto důležité tomuto nedorozumění předcházet skrze dobrou propagaci, která srozumitelně popíše, čemu se akce bude věnovat a co mohou účastníci očekávat. Následně je nutné hned v úvodu akce shrnout, co nás čeká, co si účastníci odnesou. Pokud i přesto nedorozumění přetrvává či trvá poptávka po jiném tématu, uveďte, že pokud je o dané téma zájem, je možné na něj zaměřit speciální besedu.



### ***Na akci přišly dvě osoby, jedna z toho omylem***

I to jsme zažili. Netřeba propadat panice. I takovou situaci je možné obrátit v příležitost. Akci nerušte. Zeptejte se, co je na akci přivedlo, téma proberte a zjišťujte, jak by měla akce a pozvánka vypadat, aby měla šanci přilákat více místních.

### ***Na akci se otevře citlivé téma, např. z oblasti politiky, a dojde ke střetu***

Tato situace může nastat poměrně často, zvláště v období, kdy Českem hýbe například investigativní odhalení týkající se známého a seniorskou veřejností oblíbeného politika. V každém případě se vyhněte snahám přesvědčovat o kvalitách toho či onoho kandidáta, a vyhněte se také defenzivě. Toto není cílem vaší akce. Politické preference se mohou řešit na jiných akcích k tomu určených, třeba besedách s politology. Není a nemůže být ve vašich silách řešit všechny společenské problémy. Cíle vaší mediálně-vzdělávací akce jste si nastavili v dřívějších kapitolách, držte se jich. Vzniklou situaci je třeba obrátit v příležitost. Kontrolu nad situací převzmete skrze nastolení otázek směrem do publika: Jakými způsoby se dozvídáte o dění kolem vás a o politické situaci? Které zdroje jsou pro vás důvěryhodné a proč? Jak by podle vás mělo mediální zpracování vypadat, jakými pravidly by se mělo řídit? Co byste navrhovali pro to, aby se zlepšilo reportování o tématech, která jsou pro vás a váš každodenní život důležitá?

S velkou pravděpodobností však situace bude vypadat tak, že se účastníci začnou přít sami mezi sebou. Proto je důležitá vaše role jako moderátora, abyste včas předešli eskalaci a vzniklou energii stočili užitečným směrem. Lidé jsou z hádek o politice unaveni, takže na tento postup snadno přistoupí.



### ***Jeden či vícero účastníků akci využije pro ventilování nesouvisejících frustrací***

Není nutné tuto situaci vnímat jako ohrožení. Mnoho lidí má právem pocit, že jejich pohledy, potřeby či pocity nejsou vyslyšeny. Vaše akce, zvláště pokud je na ní přítomen novinář, je pro ně mnohdy jednou z velmi mála příležitostí se o tyto pocity podělit. Někdy to může mít i hrubší formu. Reakce by měla být v podobném duchu jako rada předchozí. Snažte se situaci obrátit v příležitost. Naše zkušenost nicméně ukazuje, že nastalou situaci si rychle vyřeší skupina sama, protože ostatní účastníci často nemají chuť poslouchat něčí irelevantní komentáře a být tak ochuzeni o možnost dozvědět se zajímavé informace od hosta.

### ***Účastník dává najevo své pohrdání lektorem nebo hostem (obzvláště, pokud se jedná o novináře)***

Vždy je důležité snažit se najít nějakého nejmenšího společného jmenovatele, na kterém se všichni nebo alespoň většina účastníků shodne. V oblasti médií je to například výzkumy potvrzená shoda na tom, že potřebujeme kvalitní žurnalistiku více než kdy jindy. Vaším úkolem není obhajovat či propagovat konkrétní mediální značky, vy jen vytváříte prostor pro setkání. Svou práci si host musí obhájit sám. Nastalou situaci obraťte v příležitost – dejte nespokojenému účastníkovi příležitost definovat, co pro něj kvalitní novinářská práce znamená, jak by měla vypadat, jakými etickými a jinými pravidly by se měla řídit.

Velmi pravděpodobně se shodneme také na tom, že není dobré, když se lidé a naše společnost stále více rozpadá a neshodne. Toto vnímání je silné zvláště u seniorů. Proto například u tématu dezinformací je dobré akcentovat právě tenhle problém. To, že dezinformace mají za cíl nás rozštěpit a rozdělit kolem kteréhokoliv tématu.

***Ve skupině je klient, který na sebe strhává pozornost, říká odpovědi za ostatní, zpochybňuje zadání úkolů apod.***

Může se stávat zvláště během instruktážních lekcí. Takovému účastníkovi je třeba po konci hodiny citlivě vysvětlit, že si jeho snahy vážíme a že je super, že toho tolik ví, ale že lektor potřebuje dát prostor i dalším lidem a že i oni si musejí „látku osahat“ a mluvit. Pokud se student ani po této promluvě nezmění, připomínat mu to i během hodiny a zdůraznit, že se nové věci učíme a zapamatujeme si je tak, že na ně přijdeme sami, ne tak, že nám je někdo řekne. V těchto situacích je třeba být velmi důsledný, sice to trvá, ale lze to tyto lidi odnaučit. Je i svým způsobem lektorova povinnost postarat se o to, aby se dostalo na každého, a nikoliv jen na ty rychlé a hlasité. Pokud chce klient, aby bylo po jeho (jelo se rychleji atd.) – je třeba mu vysvětlit, že je to skupinový kurz a lektor se musí řídit podle většiny, ne podle jednoho člověka.

***V hodinách někdo výrazně zaostává či je o hodně lepší***

Tato situace může nastat v praktických dílnách, kdy se používají počítače. Vhodným řešením je sdílení – promíchejte zkušenější účastníky do páru s těmi méně zkušenými.

***Spustí se diskuze, která nemá konce a odbíhá od hlavního tématu***

Pokud je diskuze k tématu, tak je to spíše pozitivní signál toho, že je o téma zájem. Je proto vhodné diskuzi spíše moderovat tak, aby se nerozvinula do mnoha směrů. Vhodným a účinným řešením je reakce ve smyslu: „Vidím, že toto téma vás hodně zaujalo. Navrhuji proto, abychom si na toto téma vyhradili některou z dalších akcí, pozveme si na to vhodného odborníka. Nyní se pojdme vrátit k tématu dnešní lekce.“

### ***Co mi bude někdo tak mladý vykládat***

Je to jedna z nejčastějších obav mladých lektorů a novinářů, přitom tak zbytečná. Pokud lektor a host vystupuje citlivě, s respektem k publiku, je extrémně malá pravděpodobnost, že by se stal terčem takového osočení. Je zcela v pořádku přiznat své slabosti, nedostatky a snahu se učit a získávat další zkušenosti. Takovou osobní upřímnost senioři velmi ocení a rozvolní to případné bariéry. Mladí lektori se nemusí bát přiznat svá omezení (tedy například omezenou životní zkušenost), ale souběžně s tím se klidně mohou sebevědomě pasovat do role odborníka na oblast, která je seniorům vzdálená či těžko uchopitelná – například na použití konkrétních technologií a nástrojů anebo na otázku využívání nových technologií mládeží.

### ***Když neznáte odpověď***

Často se stane, že účastníci vás zahrnou dotazy, na které nebudete umět či chtít odpovědět. Nemůžete být experty na všechno a je fér a lidské přiznat, že tomu tak prostě je. Ani odborník na ověřování informací nemůže vědět všechno o všem. Využijte to jako příležitost a navrhněte, že si na dané téma můžete udělat speciální setkání, na které pozvete hosta, specialistu v oboru.

### ***Host je arogantní či prostě nedokáže vhodně reagovat na některé situace***

Klíčová je příprava. Je absolutně nezbytné hosta seznámit s chystanou akcí a specifiky publika. Stanovit si, jaké téma si například nepřejete otevírat – jako například politiku a snahy účastníkům vysvětlit, proč je nějaký politik démon a jiný není.

### ***Ve skupině je silný stoupenec nějaké konspirační teorie***

To je vhodná příležitost se o tématu pobavit. Pokládejte otázky, neútočte, neodsuzujte. Každý účastník musí odejít se ctí, nesmí se cítit poníženi lektorem či hostem před ostatními. Dojde-li k neslušným útokům, což je extrémně vzácné, účastníci se sami postaví na obranu toho slušnějšího a situaci vyřeší. Možná by vám mohl pomoci náš návod pro podobné situace.

### ***Jak rozřešit spor či nepříjemné chování mezi klienty***

Je třeba uklidnit emoce, pokusit se o to, aby se podívali na věc i z druhé strany a pokusili se pochopit druhou stranu. Snažit se situaci vyřešit co nejrychleji, aby to ostatní studenti, kteří se nepřišli hádat, nemuseli poslouchat celých 90 minut.



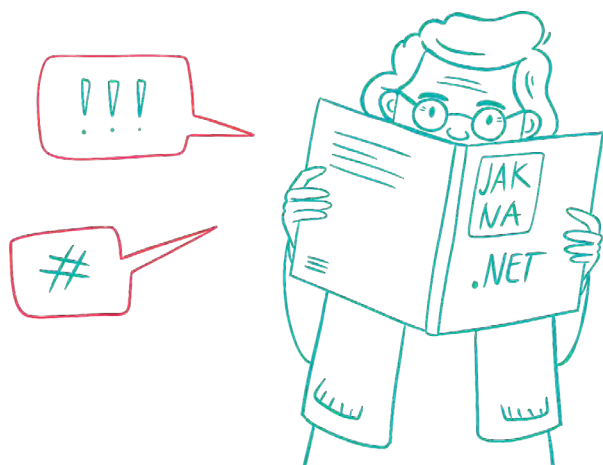


# Bariéry, pasti a hrozby

Mediální vzdělávání je široký koncept, a jako všechno ostatní, může mít i nezamýšlené negativní dopady. Pojďme si ukázat některé pasti, kterým je dobré se vyhýbat.

## I Otevření brány do světa internetu nestačí

V posledních letech se mnoho chvályhodných iniciativ věnovalo pomáhání seniorům používat počítače a uvedení do online prostoru s cílem zmenšovat takzvanou digitální propast. Náhlý vstup do online prostoru však také mnohdy může znamenat rychlý propad důvěry v seriózní zdroje informací, jako jsou některá tradiční média. Myslete proto na to, že uvedení do světa online by také mělo být provázeno intenzivní přípravou na skutečnost, že prostředí internetu a sociálních sítí přináší nejen bezpečnostní rizika, ale také celou řadu dalších rizik spojených s šířením mylných informací.



## **I Mediální vzdělávání nemá vést k mediální apatii**

Dávejte si opravdu velký pozor na to, aby účastníci vašich akcí v oblasti mediálního vzdělávání neodcházeli z akce s ještě hlubšími pocity frustrace, nedůvěry a zmatku. S pocity, že dnes už skutečně není komu důvěřovat, že se obyčejný člověk stejně nikdy nedopátrá toho, kde je pravda, protože nějaký neurčitý mediální systém ji zamlčuje. Mediální vzdělávání má sice vychovávat kritického konzumenta médií a skutečně je žádoucí, aby občané byli schopni vnímat média jako instituce, které nejsou dokonalé, a novináře jako lidi, kteří mohou mít také své nedostatky. Ale zároveň může tohle snadno sklouznout do pasti toho, že lidé budou natolik kritičtí, že nebudou věřit už nikomu a ničemu. Dávejte si velký pozor na to, aby vaše akce a hosté, kteří na nich budou prezentovat, nedovedli účastníky k těmto pocitům.

Mediální vzdělávání má vést ke kritickému pohledu, ale také k porozumění, empatii, důvěře a naději.

## **I Odhalujte šmejdy, ale s citem**

Ze zkušeností s mediálním vzděláváním pro různé věkové skupiny se ukazují některé zajímavé rozdíly. Zatímco například mladí žáci a studenti s velkým zájmem a nadšením odhalují manipulace s fotografiemi a videem, seniory spíše zajímají motivace, proč vůbec někdo má potřebu a zájem vytvářet a šířit mylné informace. Je proto účinnou taktikou tyto mechanismy a motivace odhalovat. Může se vám tak například podařit docílit toho, že účastníci tyto postupy odhalí v řetězových e-mailech a přestanou je brát jako relevantní zdroj. Buďte



ale opět na pozoru. Nestačí pouze nějaký oblíbený zdroj zdiskreditovat, je potřeba se snažit vzniklou mezeru vyplnit tak, aby z akce účastník neodcházel s pocitem ještě větší frustrace, že nikomu nelze věřit.

## I Tak už nám řekněte, kterým zdrojům můžeme věřit a kterým ne

Jeden z velmi často zaznívajících požadavků. Netrpělivi účastníci, kteří budou skutečně vnímat lektora i hosta jako odbornou kapacitu, se budou chtít jednoduše dozvědět, které mediální zdroje sledovat mají a které ne. Samozřejmě se nebojte sdělit a důkladně zdůvodnit svou vlastní preferenci, v každém případě ale dejte zcela jasně najevo, že toto není cílem vaší lekce. Vaším cílem je účastníky podpořit a posílit tak, aby si kvalitu mohli sami vyhodnotit na základě postupů, které je naučíte. Tento přístup je také dobrou obranou proti případným nařčením, že seniory manipulujete. Vyhněte se pokud možno seznamům pochybných či dezinformačních webů. Účastníci je totiž s největší pravděpodobností neznají a nechtěně jim tak můžete dělat propagaci.





# Kde najít pomoc a podporu?

Především se neváhejte obrátit na nás. Rádi poskytneme radu či podporu. Propojíme vás se zajímavými hosty, doporučíme vhodná jména, pomůžeme s výběrem vhodných témat. Rádi vás přivítáme na některé z našich akcí, pokud si budete chtít nejprve omrknout, jak to děláme my či jiní.

→ Web: [medialka.elpida.cz](http://medialka.elpida.cz)

→ E-mail: [fakt@elpida.cz](mailto:fakt@elpida.cz)

Projekt podpořila [Nadace OSF](#) v rámci programu [Active Citizens Fund](#), jehož cílem je podpora občanské společnosti a posílení kapacit neziskových organizací. Cílem programu je dále inspirace k aktivnímu občanství a pomoc znevýhodněným skupinám. Program Active Citizens Fund vstoupil do České republiky v září roku 2019 s cílem podpořit neziskové organizace neohledně na jejich velikost a zkušenosti. V České republice jej spravuje konsorcium, které tvoří Nadace OSF, Výbor dobré vůle – Nadace Olgy Havlové a Skautský institut. Program je realizován v rámci [Fondů EHP a Norska 2014–2021](#). Prostřednictvím Fondů EHP a Norska přispívají státy Island, Lichtenštejnsko a Norsko ke snižování ekonomických a sociálních rozdílů v Evropském hospodářském prostoru (EHP) a k posilování spolupráce s 15 evropskými státy. Důležitým posláním programu je také spolupráce mezi Českou republikou a dárcovskými státy. Jde o spolupráci mezi českými neziskovými organizacemi a organizacemi z Islandu, Lichtenštejnska a Norska..

The project is being supported by the [Open Society Fund Prague](#) from the [Active Citizens Fund](#). The programme promotes citizens' active participation in the public life and decision making and builds capacities of civil society organizations. It promotes respect of human dignity, freedom, democracy, equality, the rule of law and the respect for human rights including the rights of persons belonging to minorities. Active Citizens Fund came to the Czech Republic in September 2019 with the goal to support CSOs regardless of their size and experience. It is operated by the Open Society Fund Prague, Committee of Good Will - the Olga Havel Foundation and Scout Institute. The Active Citizens Fund is financed from [EEA and Norway Grants](#) 2014–2021. With EEA Grants, Iceland, Liechtenstein and Norway contribute towards a reduction in economic and social disparity and the strengthening of mutual cooperation in Europe. One of the important objectives of the programme is strengthening bilateral cooperation between donor and beneficiary states through financial contributions in specified priority sectors. It supports bilateral relations between the donor states Norway, Iceland, and Liechtenstein and the Czech Republic.

