

Metodické pokyny pro poskytování mediálně-vzdělávacích služeb starším dospělým a seniorům

Autoři:

Jan Bartoš

Jaroslav Valůch

Elpida, o.p.s. 2024

Obsah:

1. Proč to děláme/děláte?	2
2. Specifika vzdělávání seniorů a seniorek	5
3. Dvacet zásad pro komunitní pracovníky, lektory a organizátory vzdělávacích aktivit určených seniorům	12
4. Metodické poznámky k výuce digitální a mediální gramotnosti	16
5. Zkušenosti a dobré praxe v mediálním vzdělávání pro seniory	17
6. E-learning jako nová cesta v mediálním vzdělávání seniorů	28
7. Bariéry, pasti a hrozby v mediálním vzdělávání	30

Úvod

Informační chaos a přehlčení, 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 změnil 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 metodiku, 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.

1. Proč to děláme/děláte?

Senioři, média a informační nepořádek

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.

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 zklamání.

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:

1. U svých návštěvníků či klientů pozorujete bezprecedentní nárůst frustrací, nejistoty a naštvanosti pramenící z přísunu informací, které na vyvolání těchto pocitů cílí.
2. Obracejí 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.
3. Někteří z klientů dokonce propadají konspiračním teoriím a radikalizují se.
4. Podobné situace zažíváte ve vlastní rodině či okruhu přátel.
5. Sami se cítíte nejistí – nevíte, kterým zdrojům věřit, jak se zorientovat a jak v tom pomoci vašim klientům či návštěvníkům.
6. 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.
7. Prostě hledáte další neotřelé téma pro své vzdělávací programy a nabídky.
8. Máte ještě jinou motivaci...

Naše programové motivace od roku 2018 se postupně vyvíjely:

1. **Začátky:** Motivací byla potřeba bojovat proti dezinformacím, chránit seniory před jejich vlivem a posilovat mediální gramotnost.
2. **Druhá fáze:** Zjistili jsme, že problém s dezinformacemi souvisí s hlubšími společenskými problémy, osobními nejistotami a rozpadem důvěry ve média a novinářskou práci.
3. **Vývoj programu:** Přijali jsme přístup, kde již nevystupujeme pouze jako „učitelé“, ale účastníci sami mají větší vliv na obsah.

4. **Současná podoba:** Program využívá téma dezinformací k podpoře sociálních kontaktů, sdílení zkušeností a rozšíření obzorů účastníků, čímž posilujeme jejich odolnost vůči mylným informacím.

Rozvoj programu a jeho motivace

Program jsme postupně rozvíjeli ve spolupráci se seniory a nyní se zaměřujeme na zajištění realistických očekávání, abychom předcházeli zklamání, vyhoření či nevhodným postupům. Zásadní je kritická analýza očekávání a vyjasnění cílů.

Očekávání a analýza jejich možností

1. **Senioři přestanou věřit řetězovým e-mailům a rozesílat je:** Toho lze do určité míry dosáhnout; programy už vedly k mnoha případům změny chování. Ovšem otázkou zůstává, zda je vhodné kritizovat samotnou formu této sociální komunikace, která má pro seniory emocionální význam.
2. **Senioři se naučí rozpoznávat „fake news“:** Existují praktické návody, jak identifikovat manipulativní obsah podle specifických znaků (anonymita zdroje, senzacechtivé titulky apod.). Problém však leží v tom, že mnohem častější jsou emocionální výzvy, jejichž pravdivost nelze jednoznačně posoudit.
3. **Ověřování informací z více zdrojů:** Srovnání více zdrojů může být užitečné, ale u některých uživatelů může zhoršit přehlcení informacemi. Očekávat systematické ověřování od seniorů, kteří často bojují s informačním chaosem, nemusí být vždy reálné.
4. **Důvěra v tradiční média:** Tradiční média mohou být spolehlivějším zdrojem než anonymní obsah, ale jejich honba za sledovaností může seniory odrazovat. Doporučuje se zaměřit na podporu žurnalistické integrity spíše než na konkrétní média.
5. **Zlepšení mediální gramotnosti:** Mediální vzdělávání může pomoci, ale přehnaná kritika médií může vzbudit úplnou nedůvěru ve zpravodajské instituce, což vede k větší náchylnosti k dezinformacím.

Hlavní cíle programu

1. Podpořit jistotu seniorů při posuzování informací a zdrojů.
2. Zmírnit úzkost a frustraci spojenou s hledáním spolehlivých informací.
3. Zvýšit porozumění žurnalistickým postupům a budovat důvěru v metody kvalitní práce s informacemi.

4. Poskytovat zpětnou vazbu novinářské komunitě o vnímání jejich práce seniory.
5. Posilovat sebedůvěru seniorů při práci s médii a internetem.
6. Zvyšovat odolnost vůči dezinformacím tím, že se ukáží jejich taktiky a motivace.
7. Vytvářet příležitosti k setkávání nad zajímavými tématy s hosty a podporovat sociální kontakt.

Praktické rady pro organizátory

- Neočekávejte velký zájem; důležité je oslovit aktivní jednotlivce, kteří sdílí získané poznatky s ostatními.
- Ujasněte si svou roli – můžete být moderátor, průvodce nebo odborník na téma mediální gramotnosti.
- Dobře si stanovte cíle každé akce a minimalizujte rizika kontroverze důkladnou přípravou.
- Mějte realistická očekávání a stavte na vlastních silných stránkách, jako je již existující vzdělávací program.

2. Specifika vzdělávání seniorů a seniorek

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

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.

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 Smékalová, 2015) se senioři 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 nestrukturované 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

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

Nejčastějšími motivy, které senioři na vzdělávacích či kulturních akcích vyhledávají, jsou:

- touha po sociálních kontaktech
- zvládání 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**
- **systematičnost**
- **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*)

3. 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 Centrum 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** 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 zdrobněliny, 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 (naš protějšek to velmi často pozná na základě neverbální komunikace). Při komunikaci klademe 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 nepřírozeně a někteří účastníci nemusí rozumět.
- **Úsměv nic nestojí** a většinou bývá chápán jako výraz pozitivního přístupu. Nešetřeme jím!

4. 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 vyložené 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 přezkontrolovat, že všichni umí, shrnout a pak teprve postoupit dále. Tak se vyvarovat jednolitému proudu výkladu, ve kterém se studenti ztrácejí.
- 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. Dvouhodinovku 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 pronášejí devadesát procent studentů (a zejména studentek) při setkání s lektorem, je

variaci 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.

5. Zkušenosti a dobré praxe v mediálním vzdělávání pro seniory

Zkušenosti a osvědčené postupy v mediálním vzdělávání pro seniory

V rámci přípravy metodiky zaměřené na mediální vzdělávání seniorů byl proveden rozsáhlý terénní výzkum zahrnující dlouhodobou spolupráci s místními komunitami napříč regiony České republiky. Tato činnost zahrnovala organizaci vzdělávacích akcí, odborné školení pracovníků a facilitaci interakcí se seniorskou populací, čímž byly získány cenné empirické poznatky. Výsledkem je přes 150 realizovaných vzdělávacích aktivit, z nichž vyplývají důležité závěry, jež mohou sloužit jako inspirace pro další rozvoj vzdělávacích programů.

Existuje široké spektrum přístupů k mediálnímu vzdělávání, od osobních setkání přes skupinové kurzy, online lekce, až po distribuci tematických materiálů. Cílem této části je sdílení efektivních postupů, které se ukázaly jako úspěšné, a návrh potenciálních inovací.

Praktická doporučení:

1. **Osobní setkání jako základní metoda:** Přímá interakce s cílovou skupinou představuje nezbytný prvek, který podporuje nejen aktivní zapojení účastníků, ale také budování vzájemné důvěry.
2. **Kontinuita a pravidelnost:** Opakovaná setkání umožňují postupné prohlubování vztahů mezi účastníky a facilitátory, čímž posilují dlouhodobý pozitivní dopad vzdělávání.
3. **Existence zavedeného programu:** Předem vytvořená infrastruktura určená pro seniory usnadňuje efektivní realizaci vzdělávacích aktivit.
4. **Motivace a kritické myšlení:** Zaměření na otázku motivací šíření dezinformací přináší významnější výsledky než binární hodnocení informací jako pravdivých či nepravdivých.

5. **Pozitivní příklady:** Důraz na prezentaci kvalitní žurnalistiky a zodpovědného přístupu k informacím posiluje důvěru v mediální obsah.
6. **Mezigenerační dialog:** Spolupráce mezi generacemi přináší synergické efekty, které podporují sociální soudržnost a rozvoj mediální gramotnosti.

Rozsah a témata mediálního vzdělávání

Mediální vzdělávání představuje rozsáhlý multidimenzionální koncept, který zahrnuje témata jako online bezpečnost, fungování reklam, role médií v demokratické společnosti, manipulaci s informacemi a jejich dopad na emoce jednotlivců. Redukovat tento vzdělávací přístup pouze na problematiku tzv. „fake news“ by znamenalo značné ochuzení jeho potenciálu, protože právě šíře a propojenost těchto oblastí umožňuje podnětné diskuse a budování odolnosti účastníků vůči dezinformačním vlivům.

Klíčovým faktorem při plánování a realizaci mediálního vzdělávání je množství času a prostoru, který mu mohou organizátoři věnovat. Jednorázové akce mají své opodstatnění jako úvodní fáze, během níž lze účastníky obecně seznámit s některými fenomény. Ovšem pro pokrytí širšího spektra témat a umožnění hlubšího pochopení problematiky se jako výrazně efektivnější ukázala opakovaná setkání. Ta navíc podporují interaktivitu, socializaci a praktické osvojení získaných znalostí.

Postup při organizaci cyklických vzdělávacích aktivit

Úvodní akce: První setkání by mělo účastníky přesvědčit o užitečnosti a významu mediální gramotnosti pro jejich každodenní život. Klíčovým aspektem je propojení obsahu vzdělávání s konkrétními problémy, jimž mohou senioři čelit, jako jsou například rizika internetových podvodů. Aby byla zajištěna dostatečná atraktivita akce, doporučuje se zapojení zajímavých hostů, například známých osobností z mediální sféry, či využití témat, která jsou pro cílovou skupinu čitelná, jako internetová bezpečnost nebo vliv médií na děti. Tato první akce by měla fungovat jako motivace k dalšímu zapojení účastníků do vzdělávacího cyklu, a to jak svojí obsahovou zajímavostí, tak atmosférou podporující sdílení zkušeností a navazování kontaktů.

Další témata a jejich struktura: Následující fáze vzdělávacího cyklu by se měly zaměřit na postupné prohlubování znalostí a rozvoj kritického myšlení účastníků. Doporučuje se postupovat od pozitivně laděných témat, jako je ukázka kvalitní žurnalistiky a zodpovědné práce s informacemi, směrem k problematice manipulací a fake news. Je důležité zohlednit, že účastníci nejsou pasivními příjemci informací, a proto je vhodné vybírat témata, která podněcují jejich aktivní zapojení a diskusi.

Odborná podpora: Zařazení externích specialistů, například psychologů, odborníků na sociální sítě nebo novinářů, výrazně obohacuje program a přináší další perspektivy do vzdělávacího procesu. Jejich přítomnost navíc zvyšuje kredibilitu vzdělávacích akcí.

Příklad tematického cyklu

Pro inspiraci uvádíme příklady vzdělávacích modulů, které byly úspěšně implementovány:

1. **Zdravý selský rozum v době informační:** Lekce zaměřená na orientaci v informačním chaosu a prevenci dezinformací.
2. **Jak se rodí zprávy:** Účastníci analyzují proces tvorby mediálního obsahu a naučí se číst mezi řádky. Setkání může probíhat i formou návštěvy regionální redakce.
3. **Sociální síť:** Diskuse o vlivu a rizicích aplikací, jako je Facebook, a o tom, jak nás technologie přitahují i ovlivňují.
4. **Média a naše emoce:** Rozbor manipulace emocemi ze strany médií a nástroje pro zachování mediální hygieny. Zapojení psychologického experta je zde zvláště cenné.
5. **Fake news a dezinformace:** Pojmy jako dezinformace, poplašné e-maily nebo hoaxy jsou ilustrovány na konkrétních příkladech. Diskutuje se o dopadech na společnost.
6. **Factchecking:** Praktická výuka ověřování informací pomocí osvědčených metod a nástrojů. Lze zapojit organizace, jako jsou Demagog.cz nebo Zvol si info.
7. **Pozitivní role médií:** Ukázky, jak lze média a komunikační technologie využít k řešení sociálních a humanitárních problémů.

Pro realizaci vzdělávacího cyklu s omezeným časovým a organizačním rámcem lze zvolit tři základní setkání:

1. Úvodní lekce – Zdravý selský rozum.
2. Diskuze o novinářské praxi – Jak se rodí zprávy.
3. Praktická aplikace – Jak nenaletět fake news.

Realizace vzdělávacích akcí pro seniory

Typologie formátů

Vzdělávací a osvětové akce zaměřené na seniorskou populaci mohou být realizovány prostřednictvím různorodých formátů, přičemž výběr konkrétního typu závisí na předchozích zkušenostech organizátorů s danou komunitou a na charakteru plánovaného vzdělávání. Mezi nejčastěji využívané formáty patří besedy s odbornými hosty, přednášky, praktické dílny, tréninky či exkurze. Každý z těchto formátů má své specifické výhody i limity, které je třeba zohlednit při návrhu programu.

Besedy a přednášky jako vstupní formát: Pokud je cílem oslovit širší seniorskou veřejnost,

kteřá s organizátory nemá dosavadní zkušenosti, je vhodné začít s konzervativními a méně interaktivními formáty, například besedou s hostem nebo přednáškou. Tyto akce vytvářejí bezpečné prostředí, v němž senioři nepociťují tlak na vlastní zapojení, což je klíčové zejména pro účastníky, kteří vykazují vyšší míru ostýchavosti. Tento formát zároveň umožňuje, aby si účastníci na průběh akcí zvykli a lépe porozuměli jejich přínosu.

Postup k interaktivním formátům: S postupným zapojením účastníků do kontinuálních aktivit je možné volit formáty, které kladou vyšší důraz na interaktivitu. Zejména v dlouhodobějších vzdělávacích programech je prostor pro zařazení metod podporujících diskusi a aktivní zapojení, například prostřednictvím praktických cvičení či tréninků. Tento přístup zvyšuje zapojení účastníků a posiluje jejich ochotu spolupracovat v rámci vzdělávacího procesu.

Příklady osvědčených formátů

Jednorázová beseda s odborníky: Standardní formát, který je mezi seniory široce známý a oblíbený. Účast hostů, odborníků či praktiků, obohacuje obsah akcí o nové perspektivy a zajišťuje odborné pokrytí tématu, které by organizátor nemusel sám zvládnout. Doporučuje se však omezit počet účastníků na menší skupiny (do 30 osob), aby byla zachována intimní atmosféra, podporující osobní kontakt a bezpečnost diskuse. Příliš velké akce mohou být méně efektivní z důvodu formalizace interakcí a rizika nedorozumění.

Cyklus vzdělávacích lekcí: Nejeefektivnějším přístupem se jeví organizace vzdělávacích cyklů, které umožňují kontinuální práci na tématech a průběžný rozvoj vztahů mezi účastníky. Díky postupnému opadávání ostychu mohou být do programu zařazovány i novější a experimentální metody výuky, které přispívají k rozšíření obzorů a upevnění získaných znalostí.

Exkurze: Návštěvy redakcí televizí, rozhlasových stanic či novin patří mezi velmi atraktivní a oblíbené formáty. Přestože mohou být organizačně náročné, umožňují účastníkům nahlédnout do zákulisí mediální práce. Vhodná je jak spolupráce s redakcemi na centrální úrovni v Praze, tak zapojení regionálních redakcí, například Českého rozhlasu či místních periodik.

Praktické dílny: Praktické dílny se osvědčily zejména při zavádění dovedností, jako je ověřování informací. Vzdělávací cykly mohou zahrnovat například sérii ověřovacích přípravků, jejichž absolventi zakládají vlastní ověřovací kluby, kde samostatně řeší navržené úkoly a podněty. Tento formát podporuje nejen dovednosti, ale také pocit úspěchu a kompetence při práci s informačním chaosem.

Online vzdělávání: Pandemie přinesla zrychlenou adaptaci online vzdělávacích metod i mezi seniory. Webináře se ukázaly jako užitečný nástroj zejména pro zapojení účastníků z odlehlejších oblastí. S ohledem na přístupnost je však doporučeno vnímat tento formát jako doplňkový a nevyčleňovat seniory, kteří nejsou ochotni nebo schopni online nástroje využívat.

Rozsah a struktura vzdělávacích akcí pro seniory

Na základě specifických potřeb vzdělávání seniorské populace se doporučuje organizovat mediálně-vzdělávací akce v časovém rozsahu nepřesahujícím 90 minut. Ideální struktura zahrnuje 45 minut lekce, následujících 15 minut přestávky, a poté maximálně dalších 45 minut pokračující aktivity. Typická lekce s hostem, realizovaná v rámci vzdělávacího cyklu, může být rozčleněna následujícím způsobem:

1. **Úvod:** Zahrnuje shrnutí obsahu předchozích lekcí, vyhodnocení případných domácích úkolů a zopakování kontextu celého vzdělávacího cyklu.
2. **Aktivita na zahřátí:** Například krátký kvíz nebo jiná forma cvičení, která slouží jako evokace tématu.
3. **Představení hosta:** Beseda s hostem, který může využít vizuální materiály, jako jsou prezentace, pro ilustraci svého výkladu.
4. **Moderovaná diskuze:** Otevřená výměna názorů, kterou facilitátor řídí, aby byla strukturovaná a přínosná.
5. **Zadání domácího úkolu:** Stanovení úkolu na základě probíraného tématu a představení obsahu následující lekce.

Po skončení lekce je doporučeno celou akci zrekapitulovat, neboť senioři si rádi zapisují poznatky získané během setkání. Účastníci často oceňují domácí úkoly, které jim umožňují procvičit nabyté dovednosti. Závěrem je důležité zaměřit se nejen na nové poznatky, ale také na posílení pocitu jistoty a důvěry. V případě besedy s novinářem by měl edukační prvek převažovat nad sdílením „veselých historek z natáčení“, a měl by být kladen důraz na prezentaci novinářské práce jako profesního řemesla. Účastníci by z akcí měli odcházet nejen se získanými znalostmi, ale také s pozitivním pocitem ze setkání s inspirativními osobnostmi. V případě nutnosti je vhodné upřednostnit tyto cíle i za cenu mírné redukce množství předávaných informací.

Hosté a náklady spojené s jejich účastí

Zapojení hostů, zejména odborníků, je klíčovým aspektem úspěšného mediálního vzdělávání pro seniory. Krize mediální gramotnosti se totiž často neodvíjí pouze od nedostatečné znalosti, ale zejména od ztráty vzájemné důvěry v moderní společnosti. Pozitivní změna může být dosažena právě prostřednictvím mezilidského setkávání, navazování kontaktů a podpory empatie. Přestože může být oslovování hostů spojeno s určitým ostychem, zejména pokud je vyžadováno delší cestování, doporučuje se tuto překážku překonat. Novináři i redakce si dobře uvědomují rostoucí nedůvěru veřejnosti, a často se sami snaží být otevřenější vůči občanským iniciativám.

Poskytnutí odpovídající odměny za účast hostů je nejen gestem uznání, ale často nezbytným praktickým krokem. Odměna by měla zohlednit časové nároky spojené s přípravou a samotnou účastí. V případě hostů působících lokálně (např. brněnský novinář na akci v Brně) může být odměna menší (např. 1500–2000 Kč). U hostů, kteří musí absolvovat delší cestu, je vhodné reflektovat čas strávený na cestě, což může znamenat vyšší odměnu. Někteří hosté mohou být ochotni vystupovat zdarma za podmínky pokrytí cestovních nákladů.

Doporučuje se také předem informovat hosty o charakteru publika, například o jeho předchozích zkušenostech s podobnými vzdělávacími aktivitami. Klíčovým faktorem úspěchu je apel na srozumitelnost výkladu, eliminaci cizích výrazů a zajištění strukturovaného projevu.

Mezigenerační akce: propojení věkových skupin

Jedním z nejúspěšnějších konceptů mediálního vzdělávání je realizace mezigeneračních akcí, které spojují seniory s mladými lidmi. Naše zkušenosti z více než 150 akcí ukazují, že právě tato forma propojení přináší významné výsledky. Inspirací byla původně iniciativa studentů žurnalistiky, zaměřená na znevýhodněné skupiny, jako jsou senioři. Nejlépe hodnocené akce byly vždy ty, při nichž mladí lidé aktivně spolupracovali s seniorským publikem, což napomáhá prolomení stereotypů a předsudků mezi generacemi.

Pro dosažení úspěchu je nutné pečlivé plánování, které zohledňuje specifické potřeby obou skupin. Mladší účastníci mohou například sdílet své znalosti o sociálních sítích či technologických nástrojích, zatímco senioři přispívají svými životními zkušenostmi a perspektivou. Tato forma spolupráce nejen posiluje vzájemnou důvěru, ale také přispívá k rozvoji respektu mezi generacemi, což je zásadním faktorem nejen pro mediální vzdělávání, ale i pro zdravý sociální dialog.

Časové a prostorové aspekty vzdělávacích akcí pro seniory

Časové plánování akcí

Z hlediska časového harmonogramu vzdělávacích aktivit je klíčové zohlednit specifické potřeby seniorské populace. Na základě dosavadních zkušeností se osvědčily následující zásady:

1. **Dopolední a denní hodiny:** Akce by měly probíhat během dne, ideálně v ranních či dopoledních hodinách, aby senioři mohli bezpečně cestovat domů za denního světla. Zvláštní opatrnost je třeba věnovat zimnímu období, kdy mohou nepříznivé podmínky, jako námraza na chodnících, ztížit jejich pohyb.
2. **Vyloučení letních měsíců:** Organizace akcí v období červen–září není obvykle efektivní, neboť senioři se v tomto čase věnují jiným činnostem, jako je zahradničení nebo trávení času s vnoučaty.
3. **Přístupnost prostor:** Prostory by měly být snadno dostupné a přizpůsobené potřebám osob se sníženou mobilitou. Uspořádání místnosti by mělo umožňovat bezpečný pohyb, dobré osvětlení a ozvučení. Dále je žádoucí zatemňovací systém pro kvalitní projekci vzdělávacích materiálů.

Propagace vzdělávacích akcí

Pokud organizátor nedisponuje zavedeným publikem, které je zvyklé na pravidelné účasti, je klíčové efektivně komunikovat a propagovat vzdělávací aktivity. V takovém případě mohou být užitečné následující doporučení:

1. **Maximální srozumitelnost pozvánky:**
 - Používejte větší písmo s vysokým kontrastem.
 - Uveďte jasné informace o začátku i předpokládaném konci akce.
 - Zahrňte informace o přístupnosti prostor (např. přítomnost výtahu).
 - Specifikujte případnou cenu nebo zdůrazněte, že akce je zdarma.
 - Uveďte kontaktní telefonní číslo pro případné dotazy.
2. **Distribuční kanály:** Rozsah a výběr distribučních kanálů závisí na místním kontextu. Mezi osvědčené metody patří:
 - Plakáty na viditelných místech (čekárny lékařů, radnice, komunitní centra).
 - Oznámení v místním rozhlasu, radničních listech a regionálním tisku.
 - Zapojení mladších generací, které mohou na akci upozornit své rodiče či prarodiče.
3. **Jazyk a terminologie:**

- Vyhněte se pojmům jako „mediální vzdělávání“ či „mediální gramotnost“, které mohou být obtížně srozumitelné nebo vyvolávat negativní asociace.
- Místo toho zdůrazněte konkrétní přínosy akce pro účastníka, například nové dovednosti nebo nástroje pro orientaci v informačním prostředí.

Příklad názvu a popisu akce

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

Popis: „Pro orientaci v dnešním mediálním a informačním světě čelíme četným výzvám. Jak se nenechat zmást záplavou informací? Jak rozpoznat falešné zprávy a důvěryhodné zdroje? Cílem tohoto setkání je nabídnout praktické tipy a postupy, které mohou účastníkům usnadnit porozumění mediálnímu obsahu a ochránit je před manipulací.“

Vyhodnocení vzdělávacích akcí

Pro posouzení úspěšnosti vzdělávacích aktivit a zajištění jejich maximálního přínosu je klíčové provádět systematickou evaluaci. Tato reflexe slouží k ověření, zda daná akce naplnila předem stanovené cíle a přinesla pozitivní dopad. Existují tři hlavní přístupy k vyhodnocování vzdělávacích akcí.

1. Vlastní evaluace organizátory: Základní formou hodnocení je sebereflexe organizátorů spolu s kolegy. Důležitým předpokladem je jasná definice očekávání a cílů před samotnou realizací akce. Po skončení je možné porovnat skutečné výsledky s původními ambicemi a zhodnotit míru jejich dosažení. Organizátoři mohou rovněž intuitivně posoudit, zda akce splnila svůj účel a měla zamýšlený dopad.

2. Hodnocení účastníky: Důležitou součástí evaluace je získání zpětné vazby od samotných účastníků. Po ukončení jednotlivých akcí nebo celého vzdělávacího cyklu je možné uspořádat strukturovanou diskusi, během níž se účastníků ptáme na jejich spokojenost, přínos akce a oblasti, které je zaujaly. Další možností je využití hodnotících dotazníků, které mohou účastníci anonymně vyplnit. Tyto dotazníky obvykle zahrnují otázky zaměřené na kvalitu obsahu, práci lektora a prostor pro zpětnou vazbu. Avšak vzhledem k tomu, že senioři nejsou na tento způsob hodnocení zvyklí, je doporučeno s touto metodou zacházet citlivě, aby nedocházelo k nepříjemným pocitům či pochybnostem o smyslu akce.

Ukázka stručného dotazníku

- 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:

Obecně je vhodné prezentovat akce jako součást experimentálního přístupu, kde senioři plní roli expertů, kteří svými postřehy pomáhají definovat další směřování vzdělávání. Tento přístup senioři oceňují, neboť jim dává pocit důležitosti a aktivního zapojení.

3. Evaluace třetí stranou: V případech, kdy donor či jiný zainteresovaný subjekt najme nezávislé evaluátory, lze využít hodnocení třetí stranou. Tento přístup je ideální, protože umožňuje objektivní pohled na průběh akce i její dopad. Součástí profesionální evaluace bývají strukturované osobní rozhovory s účastníky, analýza jejich zpětné vazby a posouzení dlouhodobého efektu. Tento typ hodnocení poskytuje organizátorům cenné informace, které mohou být využity pro další zkvalitnění programu.

Role lektorů ve vzdělávání seniorů

Vedení vzdělávacích akcí pro seniory vyžaduje specifický přístup, který zohledňuje věkové, psychologické i individuální charakteristiky cílové skupiny. S ohledem na tyto specifika je nutné, aby lektori dbali na následující principy:

1. **Individuální přístup:** Každý účastník má své tempo učení a preferovaný styl osvojování nových poznatků. Lektor respektuje tyto individuální odlišnosti a přizpůsobuje jim svůj přístup.
2. **Trpělivost a vstřícnost:** Hlavním cílem je podpora účastníků v procesu učení, nikoli dosažení rychlých výsledků. Trpělivost a přívětivé vystupování lektora vytváří příznivé vzdělávací prostředí.
3. **Jasná a zřetelná komunikace:** Lektor mluví pomalu, srozumitelně a dostatečně nahlas, aby byl snadno slyšitelný i účastníky, kteří sedí dále od centra dění.
4. **Orientace na proces:** Cílem vzdělávání není pouze dosažení konkrétních výstupů, ale i samotný proces učení a vytváření příležitostí k interakci a sdílení poznatků.
5. **Přizpůsobení obsahu:** Obsah vzdělávání a jeho náročnost jsou vždy přizpůsobeny aktuálním potřebám a možnostem účastníků. Lektori reagují na poptávku cílové skupiny a respektují její očekávání.
6. **Aktivní komunikace:** Lektor se průběžně ujišťuje, zda účastníci rozumí probírané látce, a aktivně vnímá atmosféru ve skupině, včetně případných dotazů či organizačních požadavků.

7. **Respekt k seniorům:** Přístup lektora musí zohledňovat věkové, psychické a fyzické odlišnosti jednotlivců, včetně jejich limitů. Tento respekt je klíčový pro budování důvěry a motivace k učení.
8. **Podpora pozitivního myšlení:** Lektori vědomě posilují sebevědomí účastníků, čímž přispívají k jejich psychické pohodě a celkovému osobnímu rozvoji.
9. **Využití pracovních a životních zkušeností:** Vzdělávání seniorů je obohaceno, pokud lektori zapojují do výuky zkušenosti účastníků z jejich pracovního i osobního života.
10. **Podpora sebeaktualizace:** Lektor povzbuzuje účastníky k vlastnímu růstu, sebedůvěře a pozitivnímu hodnocení vlastních schopností a výsledků.

Dodržování těchto principů napomáhá vytvoření bezpečného a podporujícího vzdělávacího prostředí, které reflektuje specifické potřeby seniorské populace.

Doporučení pro zvládání krizových situací

Úspěšná realizace mediálně-vzdělávacích setkání pro seniory závisí na důkladné přípravě organizátora či lektora. Pečlivé plánování a dodržování osvědčených postupů minimalizují riziko vzniku konfliktních situací a přispívají k vytvoření příjemného a konstruktivního prostředí. Mezi hlavní preventivní opatření patří:

- **Jasná formulace pozvánky:** Popis tématu a zaměření akce musí být přehledný a jednoznačný.
- **Uspořádání místnosti:** Doporučuje se uspořádání do půlkruhu, kdy host či lektor sdílí stejnou úroveň jako účastníci.
- **Registrace účastníků:** Pokud je to možné, registrace předem poskytne organizátorovi přehled o očekávané účasti.
- **Informovanost hostů:** Hosté by měli být předem seznámeni s charakterem publika, probíranými tématy z předchozích setkání a specifiky cílové skupiny.
- **Srozumitelný výklad:** Důraz na eliminaci cizích výrazů, použití příměrů a přizpůsobení tempa prezentace potřebám seniorů.
- **Aktuálnost znalostí:** Organizátor by měl být obeznámen s aktuálními otázkami daného tématu, včetně monitorování webů zaměřených na ověřování informací, jako jsou Ověřovna serveru iRozhlas, AFP nebo České elfy.

Reakce na krizové momenty během akce

1. Odlišná očekávání účastníků: Pokud část účastníků přišla s jinými očekáváními, je důležité toto nedorozumění co nejdříve vyjasnit. Vhodným řešením je na začátku akce shrnout její obsah, stanovené cíle a přínosy. Pokud i nadále přetrvává zájem o jiné téma, je možné nabídnout zaměření na toto téma během následujících setkání.

2. Nízká účast: Pokud na akci dorazí pouze dvě osoby, není nutné ji rušit. Místo toho ji lze využít jako příležitost k diskusi a sběru zpětné vazby o tom, jak přizpůsobit propagaci a formát k dosažení vyšší účasti.

3. Citlivé politické téma: Vyhněte se debatám o politických preferencích a zaměřte se na otázky spojené s mediálním zpracováním aktuálních témat. Moderátor by měl převzít kontrolu nad diskusí a klást otázky směřující k analýze zdrojů informací a návrhů na zlepšení mediálního reportování.

4. Ventilování frustrace: Pokud účastníci využívají akci k vyjádření nespokojenosti, je třeba tuto situaci obrátit v příležitost k diskusi. Zkušenosti ukazují, že skupina si často situaci vyřeší sama, neboť ostatní účastníci chtějí využít čas k diskusi s hostem.

5. Pohrdání lektorem či hostem: Klíčovým krokem je najít nejmenší společný jmenovatel, na kterém se většina účastníků shodne. Téma kvalitní novinářské práce nebo důležitost důvěryhodné žurnalistiky často působí jako sjednocující prvek.

6. Dominantní účastník: Pokud jeden účastník přebírá roli a omezuje zapojení ostatních, lektor by měl situaci citlivě řešit individuálně a zdůraznit důležitost rovného přístupu během lekce.

7. Různá úroveň dovedností: V případě různorodé úrovně dovedností je vhodné využít princip sdílení – kombinovat zkušenější účastníky s méně zkušenými.

8. Nekonečné diskuze: Pokud diskuze odbíhá od hlavního tématu, je vhodné moderovaně navrhnout vyhrazení samostatné akce pro dané téma a zaměřit se zpět na obsah dnešní lekce.

9. Obavy z věkové nerovnosti: Mladí lektori či hosté mohou snížit bariéry přiznáním vlastních omezení a posilovat své odborné kompetence v oblasti, která je seniorům obtížněji uchopitelná.

10. Neznalost odpovědi: Pokud lektor nezná odpověď na položenou otázku, je lidské a profesionální to přiznat. Nabídka samostatné akce zaměřené na dané téma může situaci elegantně vyřešit.

11. Arogantní host: Je nezbytné hosta předem seznámit s charakterem akce a stanovit jasné hranice, například v otázce politické neutrality.

12. Konspirační teorie: V diskusi o konspiračních teoriích je klíčové postupovat respektující cestou bez odsudků. Moderátor by měl situaci kontrolovat tak, aby každý účastník odcházel se ctí.

13. Nepřijatelné chování: Při konfliktu mezi účastníky je nezbytné rychle uklidnit situaci, nabídnout pohled z druhé strany a vrátit se k hlavnímu tématu lekce.

6. E-learning jako nová cesta v mediálním vzdělávání seniorů

Výhody e-learningového vzdělávání pro seniory

E-learning představuje flexibilní a přístupnou formu vzdělávání, která nabízí seniorům jedinečné příležitosti ke zlepšení mediální gramotnosti. Mezi jeho hlavní výhody patří:

- **Individuální tempo učení:** Senioři mají možnost přizpůsobit vzdělávání svým schopnostem a časovým možnostem, což eliminuje stres z nutnosti držet krok s ostatními účastníky.
- **Opakovatelnost obsahu:** Klíčová témata mohou být opakovány kdykoliv dle potřeby účastníka, což podporuje hlubší pochopení látky bez tlaků prostředí prezenční výuky.
- **Dostupnost odkudkoliv:** E-learning umožňuje přístup k výukovým materiálům z pohodlí domova, pokud má senior základní přístup k internetu. Tento aspekt je obzvláště cenný v regionech, kde je nabídka prezenčního vzdělávání omezená.

Tato forma vzdělávání dává seniorům svobodu volby a umožňuje jim získat nové dovednosti v prostředí, které plně respektuje jejich individuální potřeby.

Nevýhody a výzvy

Přestože e-learning přináší mnoho výhod, je třeba se zaměřit na některé jeho nevýhody a výzvy:

- **Technické nároky:** E-learning vyžaduje základní technické dovednosti a schopnost pracovat samostatně. Ne všichni senioři mají dostatečné zkušenosti s moderními technologiemi, což může být překážkou.
- **Riziko sociální izolace:** Učení bez přímého kontaktu může snížit příležitost k interakci a sdílení, což je pro seniory často důležitým motivačním prvkem vzdělávání.
- **Potřeba doplňkové podpory:** Zajištění dostupnosti technické podpory a vedení během kurzu je klíčové pro úspěšnou implementaci e-learningového programu.

Tyto výzvy je možné překonat pomocí kombinace e-learningových kurzů a prezenčních aktivit, které poskytnou seniorům nejen vzdělávací obsah, ale i potřebnou podporu a kontakt.

Výstupy v Elbotu

Na e-learningové platformě Elbot je již dostupný široký výběr kurzů zaměřených na mediální gramotnost. Mezi nejpopulárnější patří:

1. **Úvod do kritického myšlení:** Kurz zaměřený na rozvoj schopnosti analyzovat a hodnotit informace.
2. **Řetězové e-mail:** Praktické tipy na rozpoznání manipulativních zpráv a jejich šíření.

3. **Jak odhalovat podvody na internetu:** Kurz zaměřený na bezpečnostní nástroje a prevenci podvodných praktik.

4. **Fakt, jo?** Série pěti kurzů věnovaných ověřování informací a faktické analýze.

Tyto kurzy byly navrženy s ohledem na potřeby seniorů a nabízejí jak obsahovou bohatost, tak přístupnost.

Budoucí využití obsahu

Vzdělávací kurzy na platformě Elbot mají široké možnosti využití:

- **Individuální studium:** E-learning umožňuje seniorům věnovat se studiu vlastním tempem, což zvyšuje komfort a flexibilitu vzdělávání.
- **Podklad pro prezenční výuku:** Kurzy slouží jako obsahový základ pro lektory, kteří mohou vyvíjet semináře a workshopy, jež obohatí prezenční vzdělávání.
- **Podpora místních iniciativ:** V regionech, kde chybí nabídka vzdělávání pro seniory, mohou místní hybatelé využívat obsah Elbotu jako metodický návod k rozvoji vzdělávacích aktivit. Tím se podporuje samostatnost místních komunit a umožňuje vytvářet programy bez nutnosti čekání na externí pomoc.

Přínos e-learningu v oblasti mediální gramotnosti

E-learning přináší do mediálního vzdělávání seniorů zásadní hodnoty:

- **Rozvoj kritického myšlení:** Podpora schopnosti analyzovat mediální obsah a rozpoznat manipulační techniky.
- **Podpora technologické kompetence:** Senioři získávají praktické dovednosti, které jim umožňují efektivně pracovat v digitálním prostředí.
- **Zvýšení dostupnosti vzdělávání:** Díky online kurzům je mediální vzdělávání přístupné i v odlehklých regionech.
- **Vytváření komunity:** E-learning může být doplněn o prezenční aktivity, které zvyšují sociální propojení mezi účastníky.

E-learning jako forma mediálního vzdělávání nabízí seniorům nejen možnost osvojit si nové dovednosti, ale i přispívá k jejich sociálnímu a osobnímu růstu. Jeho úspěch však závisí na citlivém přístupu, který kombinuje technologické inovace s lidskou interakcí.

7. Bariéry, pasti a hrozby v mediálním vzdělávání

Mediální vzdělávání představuje komplexní koncept, který může přinášet nezamýšlené důsledky, pokud není realizován s dostatečnou citlivostí. Zde jsou čtyři klíčové oblasti rizik, kterým je třeba věnovat zvýšenou pozornost.

1. Omezený přístup k internetu jako vstupní brána: Iniciativy zaměřené na zmírnění digitální propasti prostřednictvím výuky práce s počítačem a přístupu k online prostoru jsou nepochybně záslužné. Nicméně, neodmyslitelným rizikem může být rychlá ztráta důvěry seniorů ve spolehlivost seriózních zdrojů, jako jsou například tradiční média. Vstup do online prostředí proto musí být doplněn edukací o jeho úskalích, včetně rizik šíření dezinformací a manipulačních technik. Důraz je třeba klást na rozvoj kompetencí pro bezpečnou navigaci v digitálním prostoru.

2. Mediální vzdělávání nesmí vést k mediální apatii: Zvláštní pozornost je třeba věnovat tomu, aby účastníci mediálně-vzdělávacích akcí neodcházeli s pocitem hlubší frustrace, nedůvěry či zmatku. Vzdělávací proces by měl podporovat kritické myšlení, aniž by účastníky dovedl k úplné skeptičnosti vůči médiím jako celku. Mediální vzdělávání má za cíl představit média jako nedokonalé instituce, jejichž kvalita závisí na individuálních i systémových faktorech, a současně posilovat důvěru, empatii a naději v možnost zlepšení mediálního prostředí. Hosté a lektori by měli být obezřetní, aby účastníky nevedli k negativním závěrům, které by posilovaly apatii.

3. Odhalování manipulací s důrazem na kontext: Senioři zpravidla více než mladší generace oceňují osvětlování motivací stojících za šířením dezinformací, na rozdíl od technické analýzy mediálních manipulací, jako jsou upravené fotografie či videa. Účinným přístupem je představení mechanismů a motivací, což může účastníkům pomoci rozpoznat dezinformace například v řetězových e-mailech. Je však zásadní, aby proces odhalování manipulací byl doprovázen ukázkami pozitivních zdrojů, které mezeru po zdiskreditovaném obsahu zaplní, a tím minimalizoval frustraci účastníků.

4. Požadavky na doporučení „důvěryhodných zdrojů“: Lektori a hosté se často setkávají s požadavkem, aby doporučili konkrétní mediální zdroje, kterým účastníci mohou důvěřovat, a varovali před těmi dezinformačními. Zatímco je možné sdílet vlastní preference s jasným zdůvodněním, cílem vzdělávání by mělo být rozvíjení schopnosti účastníků hodnotit kvalitu

médií na základě naučených principů. Tím se zároveň předejde riziku nařčení z manipulace. Vyhněte se vytváření seznamů dezinformačních webů, které by mohly nechtěně zvýšit jejich povědomí mezi účastníky.

Mediální vzdělávání, pokud je realizováno s ohledem na uvedené aspekty, může efektivně podporovat kritické myšlení a odolnost vůči dezinformacím, aniž by prohlubovalo skeptičnost či apatii. Tento přístup zajišťuje, že vzdělávání bude nejen efektivní, ale i pozitivně přínosné pro cílovou skupinu.

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

E-mail: jan.bartos@elpida.cz

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú však len názormi a vyhláseniami autora (-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Slovenskej akademickej asociácie pre medzinárodnú spoluprácu. Európska únia ani orgán udeľujúci grant za ne nenesú zodpovednosť.



**Co-funded by
the European Union**

