

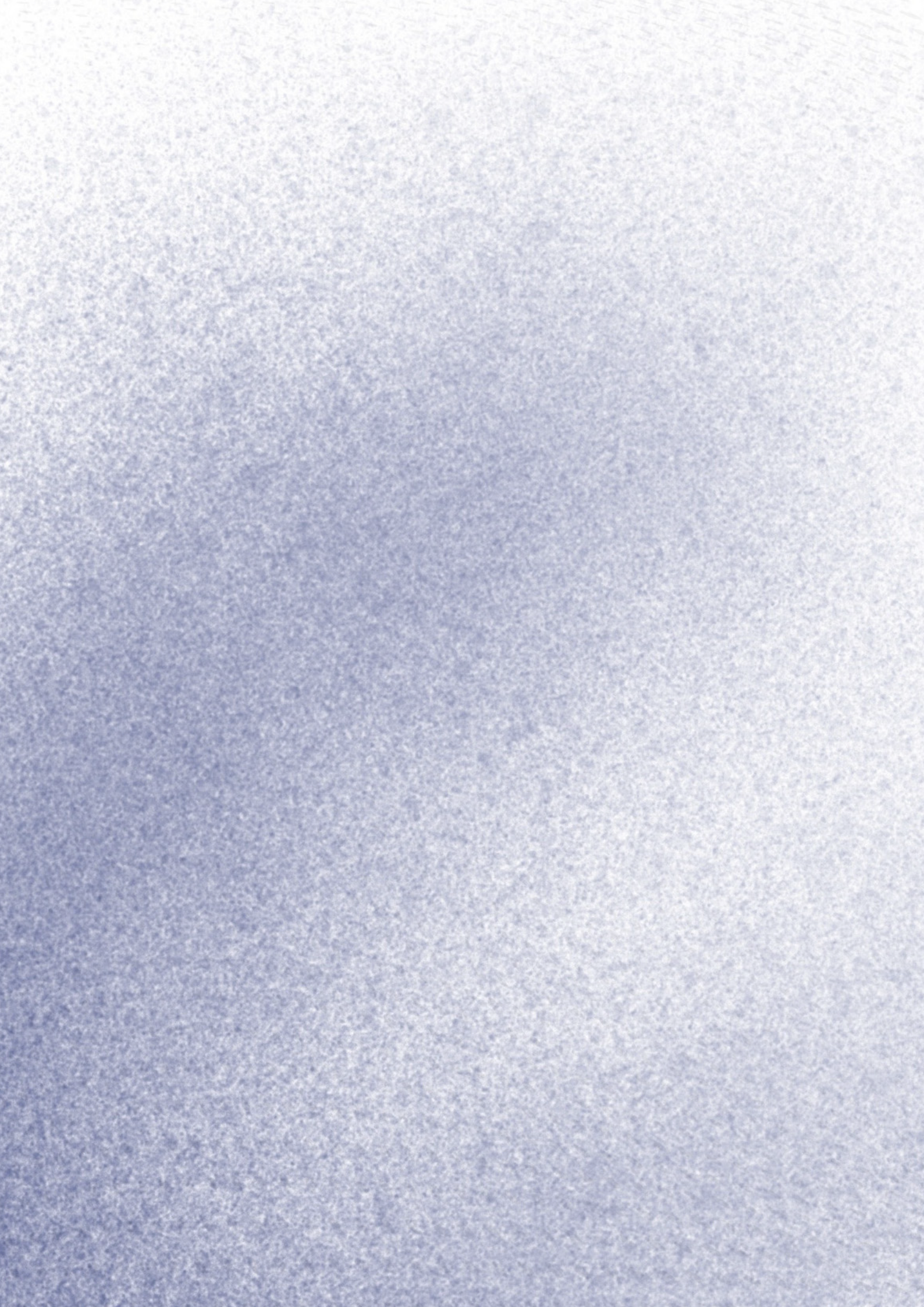


AGORA
CENTRAL EUROPE



ŽIJEME S MÉDII

Metodika (nejen) pro knihovníky

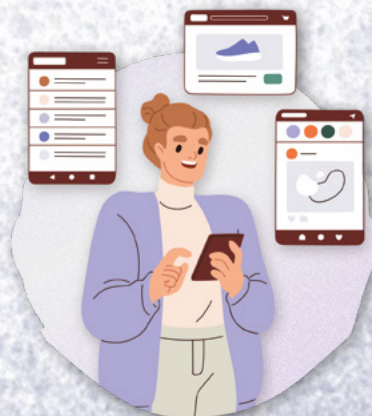


Obsah



1. LEKCE Ve světě médií

strana 8



2. LEKCE Ve světě informací

strana 11



3. LEKCE Ve světě dezinformací

strana 14



4. LEKCE Bojujeme proti lžím

strana 16

Úvod

Vážené knihovnice, vážení knihovníci a milí příznivci mediálního vzdělávání,

již rok a půl realizujeme projekt Mediální vzdělávání prostřednictvím knihoven, který je určen dospělým lidem nad 65 let. Právě pro ně jsme připravili Průvodce na cestu informačním bludištěm, e-learningový kurz, informační videa a uspořádali 24 workshopů, kterých se zúčastnilo přes 200 seniorů. Všechny tyto aktivity a zkušenosti nás inspirovaly k tomu, abychom připravili metodiku Žijeme s médii, kterou právě držíte v rukou.

Na metodiku navazují prezentace a pracovní listy ke každé kapitole. Jako doplňkový informační zdroj slouží již zmíněný Průvodce na cestu informačním bludištěm, který byl též zpracován do podoby e-learningového kurzu pro lektory. V metodice najdete i naše tipy a zkušenosti s vedením workshopů pro seniory. Domníváme se, že většinu aktivit je možné využít i pro jiné věkové skupiny.

Naším cílem při přípravě metodiky bylo poskytnout vám, knihovnicím a knihovníkům, ucelený soubor materiálů, který by Vás motivoval k tomu, pokračovat ve výuce mediální gramotnosti u vás v knihovnách.

Budeme moc rádi, když naše materiály využijete.

Mgr. Dominik Voráč, hlavní autor

Vystudoval obor učitelství českého jazyka a společenských věd na Pedagogické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci, kde nyní působí jako vyučující českého jazyka a mediální výchovy. Zároveň zde studuje doktorský studijní program v oboru Čtenářství a mediální výchova ve vzdělávání. Během svých studií pracoval v regionálním deníku, nyní se ovšem zaměřuje hlavně na mediální vzdělávání. Je spoluautorem příručky Na pravdě záleží, ve které jsou shrnuty aktivity pro učitele v oblasti mediálního vzdělávání, zároveň se podílel na řadě odborných článků a studií zaměřujících se na dezinformace, mediální výchovu na školách či na sociální síti.

Agora CE, o.p.s.

Hlavní náplní naší činnosti je podpora demokratických procesů s cílem zlepšit komunikaci a spolupráci mezi občany a radnicemi, vzbudit zájem občanů o věci veřejné, rozšířit občanské povědomí mladých a vést je k aktivním občanským postojům, podpořit rozvoj demokracie a přispět ke zvýšení politické kultury v ČR i zahraničí. Projekt mediálního vzdělávání dospělých navazuje na naše know-how v oblasti občanského vzdělávání.

Tato metodika vznikla v rámci projektu Mediální vzdělávání prostřednictvím knihoven, který realizuje Agora CE, o.p.s. ve spolupráci s Krajskou vědeckou knihovnou v Liberci a Studijní a vědeckou knihovnou v Hradci Králové. Projekt finančně podpořily Fondy EHP/Norské fondy 2014 – 2021, program Vnitřní věci.

Tipy, které vám usnadní průběh workshopu

- 1** Na začátku workshopu upozorněte posluchače, že se budete zabývat pouze daným tématem a že nebudete prosazovat svůj politický názor nebo náhled na svět. Pokud uvedete příklady dezinformace, tak jen ty, které byly vyvráceny vědeckými výzkumy, popřípadě pro ně existuje takové množství důkazů (svědci, potvrzení oficiálních institucí), že je pravdivost zprávy naprosto vyvrácena.
- 2** Přednášku veďte tak, aby z vás posluchači nepoznali, jakého jste politického či náboženského vyznání. Důležité je zachovat si názorovou neutralitu a zaměřit se na to, o čem workshop opravdu je.
- 3** Předtím, než začnete s výkladem, se účastníků zeptejte, jaké mají zkušenosti s používáním internetu, kolik času na něm tráví, jaký na něj mají názor a jaké aktivity dělají nejčastěji. To vám pomůže své publikum lépe poznat a workshop pak můžete přizpůsobit potřebám účastníků.
- 4** Workshopy trvají většinou hodinu a půl až dvě hodiny. V obou případech důrazně doporučujeme zařadit v polovině přestávku. Délka přestávky se pohybuje obvykle v rozmezí 10 až 15 minut.
- 5** Zohledněte specifika seniorů – mluvejte pomaleji a zřetelně. Nepoužívejte cizí a nové výrazy. Pokud musíte přece jen cizí výraz použít, hned jej vysvětlíte. Pokud budete mít vlastní prezentace, doporučujeme mít na slidech co nejméně odrážek, zato velké písmo a velké obrázky.
- 6** Pokud uvádíte příklady, přesvědčte se, že jsou opravdu věrohodné, jinými slovy si problematiku, o které mluvíte, pečlivě nastudujte. Při tvoření prezentací si rovněž říkejte, jaké otázky by mohli účastníci klást.
- 7** Pokud se vás účastníci zeptají na otázku, kterou nevíte, využijte ji jako demonstraci toho, jak vyhledávat informace na internetu. Před účastníky danou informaci vyhledejte a svůj postup komentujte.
- 8** Senioři toho mají občas hodně co říci. Zde záleží na lektorovi, zdali považuje rozběhlou diskuzi za plodnou, nebo ne. Díky diskuzi může vzniknout prostor pro důležitá témata, která lektor nezmínil. Pokud ovšem diskuze směřuje spíše ke konfliktu, je lepší ji přerušit.
- 9** Někdy se stane, že účastníci sklouznou k filozofickým diskuzím typu „existuje jedna pravda?“ a „co je to vlastně pravda?“ s tím závěrem, že nemůžeme věřit ničemu – ani oficiálním médiím. V tomto případě se nám vyplatilo říkat, že sice nemáme nikdy jistotu, že je něco stoprocentní pravda, ale díky vyhledávání kvalitních zdrojů můžeme získávat takové informace, u nichž je nejvyšší pravděpodobnost pravdivosti. Jinými slovy je vyšší pravděpodobnost, že zpráva není falešná, když o ní píšou renomované mediální agentury po celém světě, než když o ní mluví člověk, kterého jste v životě neviděli a vůbec nevíte, jaké má úmysly.
- 10** Udělejte z workshopu příjemnou akci, počínaje vašim milým vystupováním přes akceptaci názorů posluchačů až po poskytnutí malého občerstvení v podobě kávy a sušenek. Pokud nebude workshop zábavný a příjemný, nebudou na něj senioři vzpomínat rádi a je šance, že poznatky z workshopu snadněji vytěsní.

Situace, na které je nutné se připravit

Dezinformace vyvolávají spoustu emocí, protože se vážou na momentální horká společenská témata. Příklady jsou uprchlická krize, politika, pandemie covid-19 či válka na Ukrajině. Předem doporučujeme se těmto tématům vyhýbat, neboť se zde dostáváme na tenký led emocí a světonázorů. Musíme ovšem přiznat, že jsme zažili konflikt i při takových situacích, kdy jsme to nečekali.

Například při kvízu, kdy měli účastníci hádat, co je pravda a co mýtus, se jedna účastnice rozohnila nad tvrzením lektora, že používáme plnou kapacitu našeho mozku (a nikoliv jen 10 %, jak je zažitý mýtus). V ten moment začala účastnice mluvit o tom, že člověk je složen z vibrací a jeho potenciál je tedy nekonečný. Při takové situaci by se mohl lektor okamžitě dostat do konfliktu, přičemž by začal s argumenty, proč je tvrzení účastnice nevědecké a neprůkazné. Toto řešení situace je ovšem ve většině případů kontraproduktivní. Lektor při vysvětlování ztratí cenné minuty, které by mohl věnovat důležitějším věcem, navíc zde hrozí zhoršení celkové atmosféry při workshopu a hlavně se lektorovi stejně s největší pravděpodobností nepodaří takovou osobu přesvědčit. V případě, kdy je osoba vystavena argumentům a důkazům, které vyvrací její přesvědčení, má tendenci se držet svého názoru ještě pevněji. Tento jev je jedním z druhů konfirmačního zkreslení a nazývá se efekt zpětného rázu.

Při popsané situaci jsme přijali tvrzení účastnice frázemi typu: „Ano, chápeme, co tím myslíte. Jsou

věci, které prozatím nevíme...“ Poté jsme ovšem dodali, že vycházíme z nejnovějších vědeckých poznatků – přesněji moderních skenů mozku, které ukazovaly jeho stoprocentní aktivitu. Závěrem jsme dodali, že tato problematika je určitě složitá a že se musíme věnovat dalším tématům. Důležité je ukázat pochopení pro jiné názory, na druhou stranu ale vytyčit hranice toho, co je tématem přednášky.

Dále jsme se často setkávali s tvrzeními týkajícími se Romů. Na seminářích se nám opakovaně stalo, že přišla řeč na téma sociálních dávek a jejich zneužívání Romů. V tomto případě je různorodost těchto „zaručených“ zpráv velká: od lístků na MHD zadarmo až po speciální sociální dávky jen pro Romů. Pokud má účastník opravdu snahu si informace tohoto typu ověřit, odkazujeme jej na správu sociálního zabezpečení, úřad práce, ministerstvo práce a sociálních věcí nebo městské úřady. Některé hoaxy jsou vyvráceny i na internetu¹.

Jak bude popsáno v další kapitole, senioři jsou různorodou skupinou lidí – někteří vás budou přesvědčovat o své pravdě, někteří si budou chtít spíš povídat. Dosud jsme se setkali ve větší míře s účastníky, kteří byli na workshopech nadšení, zajímali se o daná témata a mnohdy nás překvapili svými znalostmi a dovednostmi. Dodnes vzpomínáme na jednoho účastníka, který říkal, jak mu umělá inteligence každý den zlehčuje život.

¹ například zde:

https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/internetem-se-siri-falesne-zpravy-o-zneuzivani-davek-romy_201111080600_epres

Senioři a média

Z různých zdrojů můžeme slyšet, že senioři jsou ti, kteří nejčastěji přeposílají řetězové e-maily a věří všemu, co si přečtou na internetu. Je pravda, že podle průzkumů senioři stále patří k nejzranitelnějším skupinám obyvatel z hlediska dezinformací, musíme si ale uvědomit, že senioři nejsou homogenní skupinou, takže každý jedinec je v tomto věku jiný. Z vlastních zkušeností víme, že lektor nikdy neví, na jakou skupinu zrovna narazí. Na jednu stranu jsme se setkali se seniory, kteří nevyužívají internet vůbec, avšak ve větší míře jsme se setkali s těmi, kteří považovali internet za pevnou součást svých životů a jejich digitální kompetence někdy dokonce převyšovaly kompetence uživatelů internetu i o 30 let mladších. Níže uvádíme data z několika průzkumů, které ukazují, jaký je vztah seniorů k internetu a médiím celkově. Musíme rovněž upozornit, že na vzdělávací akce chodí většinou senioři, kteří chtějí být aktivní a vzdělávat se. Tito senioři jsou tak technicky zdatnější, než ukazují výsledky průzkumů.

Senioři dosahují nižšího stupně kritické mediální gramotnosti, nejsou v tom ovšem nejhorší.

Podle průzkumu mediální gramotnosti Čechů vytvořeného pro Radu pro rozhlasové a televizní vysílání dosahovali u položky Analýza a evaluace mediálních sdělení nižšího skóre lidé bez maturity, v důchodovém věku či nezaměstnaní. Nutno ovšem podotknout, že z těchto tří kategorií měli lidé v důchodu nejvyšší skóre. Lidé v důchodu rovněž méně často hledají dodatečné informace na internetu. Tyto výsledky mohou souviset s tím, že mezi lidmi, kteří si nepročítají žádné zpravodajské webové portály, převažuje právě tato skupina. Tento průzkum dále zjistil, že senioři jsou naopak velice dobře informováni co se týče koncesionářských poplatků. Lidé v důchodu jako jedni z nejvíce příznávají, že dosahují nižších znalostí a schopností v mediální gramotnosti.

Počet seniorů na internetu stoupá, musíme ale rozlišovat odlišné věkové skupiny.

Podle údajů českého statistického úřadu z roku 2021 používá denně internet 29 % seniorů, přičemž celkově používá internet 43 % seniorů. Každoročně podíl

seniorů, kteří používají internet, vzrůstá relativně vysokým tempem; v roce 2010 používalo internet pouze 13 % seniorů. Velké rozdíly jsou vidět podle věku: ve skupině nad 75 let používá internet 23 % osob, ve věku do 75 let 56 %. Nejčastěji používají senioři internet ke čtení zpravodajství, k zaslání e-mailů a vyhledávání informací o zdraví, zboží či službách. Internetové bankovníctví využívá čtvrtina seniorů. Na sociálních sítích se pohybuje pouze 11 % seniorů.

„Osamělejší senior“ má dobrý záměr, šíří ovšem dezinformace.

Takzvaný osamělejší senior je podle výzkumu agentury STEM jedním z typů lidí, kteří nejčastěji rozesílají falešné zprávy. Tento typ nejčastěji přeposílá e-maily, které falešné zprávy obsahují. Důležitý je však pro něj sociální rozměr, tedy možnost být v kontaktu, částečně jej to i baví a zaplní tím svůj volný čas. Většinou je důvodem přeposílání snaha být užitečný, poskytnout radu nebo ostatní pobavit.

Senioři věří více blízkým než médiím, lékařům či vědcům.

Senioři rovněž věří méně médiím než svým blízkým. Proto jsou náchylnější uvěřit hoaxům a článkům z dezinformačních webů – informace dostanou sdílením od svých přátel či rodiny. To je pro ně známka toho, že je informace ověřená. Tato tendence se projevila při pandemii onemocnění covid-19. Rodině a blízkým věřili senioři více než lékařům a vědcům, protože protichůdné rady odborníků jim mnohdy nedávaly smysl.

Zdroje:

https://www.rtrv.cz/cz/files/FFUP-RRTV_2021_Vyzkuma-zprava_Mediální-gramotnost-starsich-15let_PROSINEC.pdf

<https://www.czso.cz/documents/10180/142141241/31003421k10.pdf/c7e9d60c-c62a-4177-a783-0bbf9bdba946?version=1.7>

<https://zpravy.aktualne.cz/domaci/osamely-senior-i-zachrance-sveta-vyzkum-stem-zjistil-kdo-v-c/r~91d3e732b56b11eab0f60c-c47ab5f122/>

<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3355374-hoaxum-veri-podle-pruzkumu-nejvice-seniori-odbornici-jim-pomahaji-se-v-informacich>

1. LEKCE

Ve světě médií



CÍLE LEKCE

- Účastník dokáže vysvětlit, jaký je význam médií v jeho životě a jak média mohou ovlivnit nejen jedince, ale i celou společnost.
- Poznává rozdíl mezi médii veřejnoprávními a soukromými a dokáže pojmenovat jejich specifika.
- Dokáže posoudit, jaký výběr médií je pro něj ten vhodný.
- Rozpozná publicistický text od zpravodajského.

MATERIÁLY PRO LEKTORA

- Příručka Průvodce na cestu informačním bludištěm,
- pracovní listy,
- powerpointová prezentace.

Po přivítání a sdělení úvodních informací (představení lektora, knihovny apod.) shrne lektor ve druhém slidu v prezentaci, o čem pořádaný workshop bude. Aniž by přešel na další slide, zeptá se účastníků na jejich zkušenosti s médii (noviny, televize, internet).

Při diskuzi může použít následující otázky:

- Jaká média využíváte nejčastěji?
- Co nejčastěji sledujete v televizi?
- Jaké stanice si pouštíte v rádiu?
- Kolik času trávíte na internetu?
- Co nejčastěji na internetu či na počítači děláte?
- Když sečtete všechna média dohromady, kolik hodin denně s nimi trávíte?

Díky těmto otázkám se lektor dozví základní informace o účastnících, které mu mohou pomoci s úpravou výkladu na základě zkušeností účastníků s médii. Poslední otázka slouží k plynulému přechodu na další slide, ve kterém představí výsledky průzkumů (slidy 3 a 4). U čtvrtého slidu prezentuje následující informace:

Každý Čech strávil průměrně za jeden den v roce 2020 **sledováním televize 3 hodiny a 22 minut, posloucháním rádia 1 hodinu a 3 minuty, 2 hodiny a 57 minut trávil na internetu** a různými aplikacemi na mobilním zařízení se zabýval **46 minut**.

Závěrem by mělo být konstatování, že s médii trávíme více než jednu třetinu života a momentálně nemůžeme svět médií jen tak jednoduše opustit (například mobilní telefon máme neustále s sebou) a možná nás ovlivňuje více, než si dokážeme připustit.

Jako důkaz, jak média ovlivňují to, co známe a o čem se bavíme i v reálném životě, slouží slide 5, ve kterém jsou hlášky z reklam, filmů či jiné skutečnosti, které se šířily mediálními kanály typickými pro starší generaci. Oproti tomu na dalším slidu jsou příklady virálních skutečností, které zasáhly kanály typické pro mladší generaci, tj. internet a sociální sítě. Nachází se zde:

- **Já bych ty internety zakázala** – citát seniorky Věry, který se šířil hlavně po sociálních sítích, u mladší generace tato fráze téměř zlidověla a odkazuje na odmítání nových technologií už jen z toho důvodu, že jsou nové (viz další slide).
- **Bába pod kořenem** – odkaz na bizarní reportáž z TV Nova o paní Zdeně, která uvízla pod kořenem stromu, kde byla uvězněna 11 hodin.

- **Harlem Shake** – název virálních videí, ve kterém jeho účastníci tančí specifický tanec.
- **Meme** – určitá skutečnost, která se šíří díky internetu (ukázka typického meme na dalším slidu).
- **Obrázek Nyan cat** – název videa s animací kočky doprovázenou rytmickou melodií. V roce 2011 se umístilo na 5. místě v počtu sledujících a Nyan cat se stala tzv. meme.

Lektor se u obou slidů účastníků ptá, jestli dané pojmy a hlášky znají. Závěrem této části by mělo být uvědomění, že média nás ovlivňují v různých rovinách a mění realitu toho, co vnímáme nebo jaké věci říkáme. Proto záleží na našem výběru média. Sedmý slide může lektorovi sloužit k ilustraci toho, co je to virální výrok a takzvané meme.

Osmý slide upozorňuje na to, že doba internetu mění funkci velkých masmédií. Zatímco dříve byla masmédií nejdůležitějším prostředkem pro informování společnosti, s příchodem internetu se naprosto změnilo to, kdo nás o čem informuje. Nyní nás může téměř kdokoli informovat o skutečnostech na druhém konci světa.

Z pasivního konzumenta se v dnešní době stává aktivní tvůrce mediálního prostředí. To má v sobě nesporné výhody, dochází například k větší informovanosti, přímí účastníci určité události se mohou vyjádřit k tomu, jak ji popsala média. Na druhou stranu dochází k nárůstu falešných informací, které tvoří anonymní tvůrci zpráv na internetu. **Tyto zprávy jsou často senzační, čtivé a nepodléhají žádné kontrole.** Je nutné se zamyslet nad tím, **zda-li budeme věřit článku od anonymního uživatele, nebo článkům, u nichž známe autora a u nichž víme, že redakce si nemůže dovolit například porušení kodexu či žalobu.** Z tohoto hlediska hodnotíme zprávy z velkých masmédií jako takové, které mají vyšší pravděpodobnost, že jsou ověřené a neobsahují faktické chyby, či dokonce dezinformace (ilustruje to slide 9).

To, že mohou anonymní zprávy ovlivnit například i výsledky voleb, se přesvědčila Česká republika v roce 2017, kdy byl web Aeronet u zrodu kauzy lithia, kterou následně využil Andrej Babiš k tomu, aby vylepšil volební preference svého hnutí. Po volbách se už o lithiu nikdy nemluvilo v takové míře jako právě před volbami. Vyvolání kauzy lithia je typickým příkladem teorie nastolování agendy. Média podle této teorie nemusí přímo ovlivňovat, co si mají lidé myslet, ale mohou hrát významnou úlohu v tom, o čem se ve společnosti mluví. K popsání této kauzy slouží slide 10.

V následujících pasážích využije lektor poznatky uvedené v první kapitole příručky Průvodce na cestu informačním bludištěm. V dalších řádcích proto bude uveden jen postup, jak pracovat se slidy.

Při promítání 11. slidu proběhne výklad lektora o dělení médií na veřejnoprávní, soukromá a státní. Po tomto výkladu dostanou účastníci pracovní listy Veřejnoprávní, nebo soukromá média? s pokynem, aby postupně zkusili sami nebo ve dvojicích vyplnit první cvičení. Při druhém úkolu může proběhnout krátká diskuze, kdy se účastníci vyjádří k tomu, jaké jsou výhody či nevýhody veřejnoprávních médií. Poté lektor vysvětluje, k čemu slouží koncesionářské poplatky a jakou výhodu díky nim mají veřejnoprávní média před soukromými.

U slidu 13 může lektor vysvětlit, že Česká televize (a Český rozhlas) se řídí svým kodexem. I přesto se však mohou veřejnoprávní média dopustit chyb, což se stalo v roce 2022, kdy se v jedné z reportáží o válce na Ukrajině objevila v rámci archivních záběrů fotka z Mikulčic na Moravě zasažených tornádem. ČT se za tuto chybu omluvila, což je důležité - nejednalo se o dezinformaci, ale o chybu ve střihně (slide 14).

Před výkladem o soukromých médiích jsou účastníci vyzváni k tomu, aby vyplnili druhý pracovní list s názvem Soukromá média. Správné přiřazení je následující:

- **Zdeněk Bakala** – Hospodářské noviny, Respekt.
- **Daniel Křetínský** – Blesk, Aha!, Frekvence 1.
- **Karel Pražák** – Lidové noviny, Metro, 5plus2, Rádio Impuls.
- **Jaromír Soukup** – TV Barrandov, Týden, Sedmička.
- **Marek Španěl a Slavomír Pavlíček** – Parlamentní listy.

Poté následuje diskuze na základě druhého úkolu v pracovním listu, na který lektor naváže slidem 16, který obsahuje ukázkou toho, jak lze z pohledu vlastníka ovlivnit média.

V 17. slidu může lektor poskytnout účastníkům ukázkou, jak může vypadat reportáž na TV Nova. Daná ukáзка trochu ironicky ukazuje, kam až může redakce televizního zpravodajství při honbě za vyšším množstvím diváků dojít.

Ve slidu 18 může lektor pustit účastníkům ukázkou propagandy, která se vysílala v rámci Československé televize, kdy bylo toto médium řízeno přímo státem, jednalo se tedy o státní médium. Státní média jsou dodnes například v KLDŘ a v Číně. Je proto důležité vysvětlit rozdíl mezi státními a veřejnoprávními médii.

Nakonec může lektor účastníkům položit otázku, jakým velkým médiím může člověk podle nich věřit a proč. Lektor může doporučit Nadační fond nezávislé žurnalistiky, který hodnotí média (slide 19). Hodnocení tohoto fondu samozřejmě není absolutní, vychází však z popsané metodiky a může čtenářům a divákům posloužit jako pomůcka při výběru médií.

Podle délky workshopu pak může lektor zařadit cvičení zaměřené na rozdíl mezi publicistikou a zpravodajstvím. Před vyplněním pracovního listu si lektor ověří na slidu 20, že účastníci znají rozdíl mezi faktickým sdělením a názorovým sdělením. Správné odpovědi uvádíme níže:

- Česko sužuje vlna veder – faktické sdělení, dá se doložit a není zde subjektivní hodnocení.
- Nejlepší je odjet pryč, kde není takové horko – názorové sdělení. To, co „je nejlepší“ je subjektivní hodnocení každého jedince a nedá se posoudit objektivně.
- Nejlepším prezidentem byl T. G. Masaryk. – názorové sdělení. Nedá se posoudit podle jasných a objektivních měřítek.
- Prvním českým prezidentem byl zvolen Václav Havel – faktické sdělení. Můžeme tuto skutečnost historicky doložit.
- V Česku umírá ročně 6 500 osob v důsledku pití alkoholu – faktické sdělení. Můžeme jej statisticky doložit.
- Politici by měli omezit prodej alkoholu – názorové sdělení. To, co by politici měli a neměli, je subjektivní hodnocení každého jedince.

Po tomto cvičení dostanou účastníci pracovní list, ve kterém rozeznávají publicistický text od zpravodajského. **Cílem tohoto cvičení je, aby účastníci pochopili, že publicistická sdělení slouží k zamyšlení, přičemž s nimi nemusíme souhlasit. Názory autora nemůžeme brát jako daný fakt na rozdíl od zpravodajství, ve kterém je důležité, jestli je dané sdělení pravdivé.**

Zdroje a studijní literatura:

Průvodce na cestu mediálním bludištěm: <https://www.agorace.cz/wp-content/uploads/2022/10/Pruvodce-na-cestu-informacnim-bludistem-FIN.pdf>

Průzkum stráveného času u médií: mediaguru.cz/clanky/2020/03/admeter-lide-i-dalsi-tyden-vic-sledovali-tv-radio-i-weby

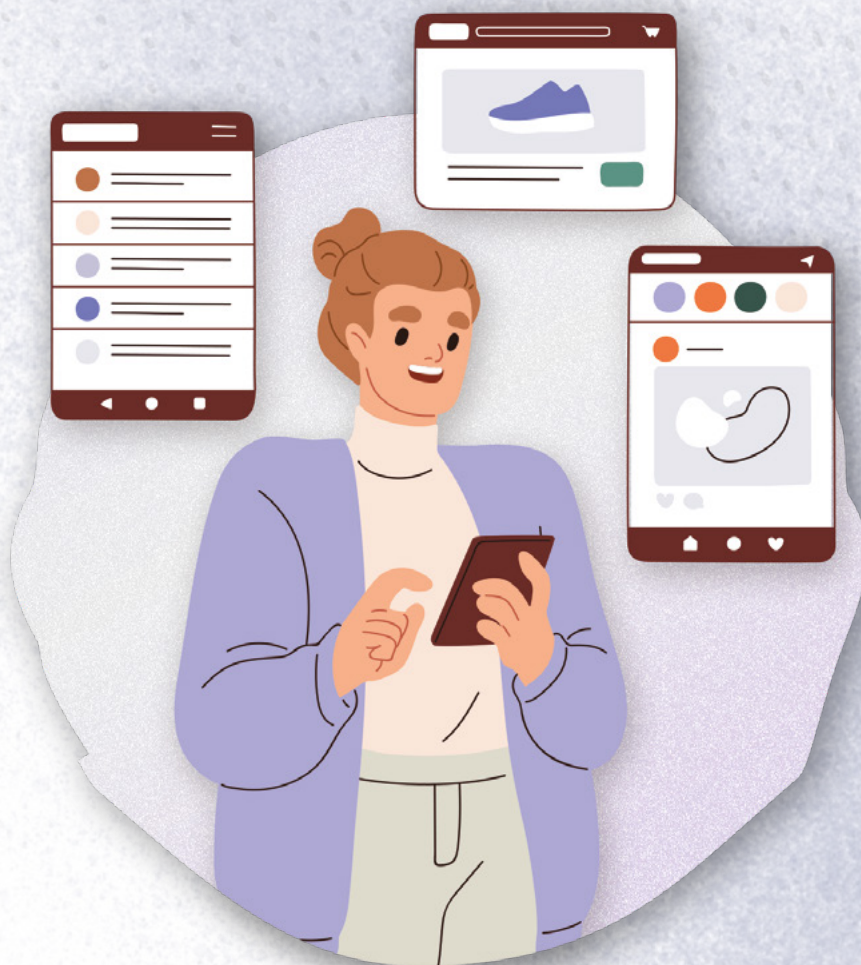
Odstartování kauzy lithium: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2472406-dezinformacni-web-aeronet-vyvolal-kauzu-lithium-reporteri-ct-odhalovali-jeho-pozadi>

Rating médií: <https://www.nz/rfnz.cating-medii>

Názory vs. fakta: <https://bezfaulu.net/clanky/o-manipulaci/nazory-vs-fakta-co-je-vlastne-nazor>

2. LEKCE

Ve světě informací



CÍLE LEKCE

- Účastník dokáže vysvětlit pojem přetížení a argumentuje, co může způsobovat jemu i celé společnosti.
- Diskutuje nad tím, proč (ne)funguje v dnešní době tzv. selský rozum.
- Rozpozná základní kognitivní zkreslení a zdůvodňuje, jak a do jaké míry jej ovlivňuje jeho samotného.
- Umí kriticky zhodnotit zdroje informací.

MATERIÁLY PRO LEKTORA

- Příručka Průvodce na cestu informačním bludištěm,
- pracovní listy,
- powerpointová prezentace,
- prázdné papíry, nůžky, pravítka (nepovinné).

Po přivítání a sdělení úvodních informací shrne lektor plánovaný program workshopu (slide 2) a rozdá první pracovní list s názvem *Svět je složitý...* Po rozdání pracovních listů lektor sdělí, že bude následovat první aktivita – kvíz, při kterém budou účastníci tipovat, která informace je pravdivá a která ne. Pro zaznačení tipů slouží účastníkům první cvičení z výše zmíněného pracovního listu. Během promítání příběhů doplní lektor níže uvedené skutečnosti (tučně). Informaci o tom, jestli je příběh pravdivý, prozradí až na konci aktivity.

1 Příběh o medvědovi Wojtkovi, kterého během druhé světové války adoptovala zásobovací armáda polské armády. Za údajnou pomoc při bojích u Monte Cassina získal titul desátníka. Tento příběh je pravdivý.

2 Albert Einstein, geniální matematik a fyzik, propadal ve škole z matematiky a fyziky. Tato informace je mýtus – Albert Einstein byl průměrný například ve francouzštině, ale v matematice a fyzice vždy exceloval. Mýtus mohl vzniknout například kvůli jinému známkování ve Švýcarsku, kde nejlepší známka byla 6 a nejhorší 1.

3 Ve 40. letech žilo v USA kuře, které chtěl jeho majitel dekapitovat (oddělit hlavu od trupu), ale i po oddělení hlavy žilo toto kuře s přezdívkou Mike ještě dalších 18 měsíců. Tento příběh je pravdivý. Kuřeti sice byla oddělena hlava, ale nebyla přeseknuta krční tepna a rovněž nebylo přerušeno centrum zadního mozku. Kuře bylo krmeno hadičkou a tekutou stravou. Majitel poté vyjel s kuřetem na turné za vidinou výdělků. Kuře zemřelo, když se začalo dusit a jeho majitel u sebe neměl stříkačku, kterou mu obvykle čistil krk.

4 Želvušky jsou maximálně 1 milimetr velcí prakticky nezničitelní bezobratlí. Dokáží přežít opakované zahřátí na 150 stupňů Celsia, několik hodin v kapalném heliu s teplotou blízkou absolutní nule nebo tisíckrát silnější radioaktivitu než člověk (viz slide). Tato informace je pravdivá.

5 Z 80. let jsou známy případy, kdy automobil Škoda 1203 černé barvy unášel v tehdejším Československu děti, aby prodal jejich orgány na Západ. Tato informace je mýtus, kterou musely uvést na pravou míru i někdejší zpravodajské orgány KSČ. Zajímavostí je, že v sousedním Polsku se šířil podobný mýtus, akorát místo škodovky jezdila černá Volha. Fámě mohl napomoci i film *Kandidáti života a smrti* s obdobnou tematikou.

Po posledním, pátém, příběhu se lektor znovu vrátí na první příběh (Medvěd Wojtek) a může se vždy zeptat na tipy účastníků. Následně uvede, zdali je příběh pravdivý a proč ano či ne. Na devátém slide je vysvětlen smysl tohoto cvičení: **cílem nebylo poukázat na neznalost účastníků, ale demonstrovat, že dnešní svět je složitý a v je prakticky nemožné uhodnout bez ověřování, co je pravda a co ne.**

Velké množství informací vede k takzvanému informačnímu přetížení. Máme k dispozici tolik informací, které nám v našem myšlení a rozhodování spíše škodí, než aby nám byly k užítku. Zajímavým příkladem je rozhodovací paralýza (slide 10), Někdy nám při výběru pomůže, když máme méně možností – například při vybírání sladkostí v supermarketu nebo jídla z rozsáhlého menu. Rozhodovací paralýza se může projevat i při tom, když máme splnit více úkolů najednou. Místo toho, abychom s plněním jednoho úkolu začali, paradoxně neděláme vůbec nic, protože nevíme s čím začít. Lektor se může na zkušenosti spojené s tímto jevem zeptat účastníků.

V takovém světě plném informací dochází k tomu, že přestává fungovat takzvaný selský rozum. Ten se totiž bez toho, aniž bychom znali danou problematiku (která bývá složitá), dopouští různých chyb. Příkladem může být případ seniorky, kterou uštkla zmije. Paní si po uštknutí začala ránu vycucávat, čímž si kvůli alergii způsobila více škody, než kdyby ránu neřešila a zavolala lékařskou pomoc (slide 11). Dalším příkladem nefunkčnosti selského rozumu je příklad z českého jazyka, na který se může lektor účastníků zeptat (slide 12). V tomto případě se píše ližiny, nikoliv lyžiny, i když nám selský rozum říká, že slovo musí být příbuzné k vyjmenovanému slovu lyže. Slovo ližina vzniklo ze staročeského slova líha, které znamená šikmý trám, po němž se přepravovala těžká břemena.

Před přepnutím na 13. slide dá lektor účastníkům pokyn, aby se podívali na druhý úkol z pracovního listu. Poskytne transparentní papíry, nůžky či pravítka, aby si sami účastníci mohli vyzkoušet, že jsou stoly stejné². Cvičení je ilustrací jednoho z nejsilnějších optických klamů, který nás může poučit, že i když si myslíme, že věci vidíme naprosto jasně, nemusí to být pravda. Naše vnímání světa je nedokonalé a je dobré na to myslet.

Poté lektor rozdá další pracovní list s názvem *Rychlé a pomalé myšlení* a požádá účastníky, aby zkusili co nejrychleji vyřešit první úkol. Následuje kontrola (slide 14). Je známo, že velké množství těch, kteří

² Další možností je, že si lektor vytiskne daný pracovní list, ze kterého plochu jednoho stolu vystřihne. Výstřížek (například i zalaminovaný) mohou účastníci přiložit ke stolu na svých pracovních listech.

se snaží tento příklad vypočítat, si mylně myslí, že správná odpověď je 10 korun. Na 15. slidu je vysvětlení, proč se tomu tak děje: při rychlém řešení tohoto úkolu probíhá nejdříve tzv. rychlé myšlení, které je náchylné k chybám. Někdy je proto nutné nad věcmi zapřemýšlet pomaleji a pečlivěji. Při výkladu o těchto dvou módech myšlení může lektorovi pomoci příručka *Průvodce na cestu informačním bludištěm*.

Po vysvětlení rychlého a pomalého myšlení se účastníci podívají na obrázek z druhého úkolu pracovního listu (rovněž také na slidu 16 spolu s jiným obrázkem) a diskutují (mezi sebou/i s lektorem) o tom, co v nich fotografie vyvolávají. Na první fotografii se nachází princ William, který na první pohled vypadá, že ukazuje prostředníček. Na druhé fotografii jsou děti, které se v muzeu, ve kterém se nachází mimo jiné i světoznámý obraz *Noční hlídka* od Rembrandta, věnují svým telefonům. Další slide ukazuje, že pravda je jiná, než se na první pohled zdálo. Princ William neukazoval prostředníček, ale číslo 3 (Američané a Britové ukazují číslo tři na prstech jinak než Češi), protože se mu právě narodil třetí potomek. Vysvětlení u dětí na mobilech je takové, že děti měly na telefonech aplikaci přímo od muzea, ve které zrovna plnily úkoly. Druhý obrázek ukazuje děti v jiném momentu, jak spořádaně naslouchají výkladu. **I toto jsou příklady rychlého a pomalého myšlení, kdy se nezamyslíme nad dalšími možnými kontexty daných situací.**

Na základě rozsáhlých výzkumů se zjistilo, že každý člověk automaticky někdy podléhá kognitivním zkreslením, což jsou jisté chyby či zkreslení v přemýšlení. Jedním z nejznámějších kognitivních zkreslení je **konfirmační zkreslení (slide 18), které se projevuje tím, že automaticky přijímáme ta tvrzení, které jsou v souladu s naším světonázorem, a naopak odmítáme ta tvrzení, která jsou s naším názorem v rozporu.** Konfirmační zkreslení má pak vliv při různých diskuzích s lidmi zastávajícími opačný názor. Může se při tom stát, že nastává takzvaný efekt zpětného rázu, kdy se diskutující v konfrontaci s jiným názorem o to víc přimkne ke svému názoru a vůbec neposlouchá protiargumenty (slide 19). Lektor může navodit diskuzi, jestli se někdy podobná situace některému z účastníků stala. Na závěr pak poradí, že je nejlepší se lidí s opačným názorem spíše ptát než s nimi argumentovat, popřípadě se zaměřit na to, s čím oba souhlasí.

Ke konci workshopu lektor zmíní, jak rychlého myšlení využívají například média či dezinformátoři. Tím, že míří na emoce jako strach a znechucení, stereotypy, základní pudy apod., spouští v nás rychlé myšlení, které není racionální. Tato poslední část může být diskutována s využitím pracovního listu *Jak evaluovat informaci?*. Nad formou zprávy pak mohou účastníci s lektorem diskutovat. Kromě tématu a stylu zprávy je rovněž důležité se podívat na zdroj zprávy, například zdali jde o velké médium, anonymní e-mail nebo o profil na sociální síti. Základní principy evaluace jsou popsány v příručce *Průvodce na cestu informačním bludištěm*.

Zdroje a studijní literatura:

Medvěd Wojtek: <https://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/89028/desatnik-wojtek-medved-ktery-miloval-pivo-a-stal-se-polskym-valectnym-hrdinou.html>

Albert Einstein: https://www.idnes.cz/technet/veda/albert-einstein-skola.A130225_173956_veda_pka

Kuře Mike: <https://www.reflex.cz/clanek/zajimavosti/66296/bezhlave-kure-mike-oslavilo-sedmdesat-let.html>

Želvušky: <https://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%BDelvu%C5%A1ky>

Černá sanitka: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/famy-za-casu-snb-jak-se-vysetrovala-cerna-sanitka-147776>

Důchodkyně a zmije: <https://cnn.iprima.cz/duchodkyni-na-sumave-ustkla-zmije-jed-z-rany-polykala-32885>

Konfirmační zkreslení: <https://bezfaulu.net/kognitivni-zkresleni/konfirmacni-zkresleni>

3. LEKCE

Ve světě dezinformací



CÍLE LEKCE

- Účastník shrne, okolo jakých témat se vytváří falešné zprávy, a vyjmenuje několik příkladů.
- Diskutuje nad tím, proč se dezinformace šíří častěji než pravdivé zprávy.
- Uvede rozdíl mezi pojmy dezinformace, misinformace, hoax a fake news.
- Dokáže popsat základní typy falešných zpráv.

MATERIÁLY PRO LEKTORA

- Příručka Průvodce na cestu informačním bludištěm,
- pracovní listy,
- powerpointová prezentace.

Po přivítání uvede lektor, čím se bude workshop zabývat (slide 2). Následně se může účastníků zeptat na tyto otázky:

- Víte, co to je dezinformace?
- Zdá se vám, že poslední roky přibyl počet dezinformací?
- S jakou dezinformací jste se v minulosti setkali?
- Uvěřili jste někdy nějaké dezinformaci?

Otázky by mohly pomoci lektorovi zjistit, jaký je počáteční stav znalostí a postojů účastníků a také sloužit k prolomení ledů na začátku setkání. Lektor poté rozdá pracovní list *Ve světě falešných zpráv* (který zatím ještě účastníci nevyplňují) a postupně ukazuje slidy 3 až 17 a zastavuje se u jednotlivých falešných informací, u kterých vysvětlí kontext situace a také proč nejsou pravdivé. K vysvětlení euromýtů poslouží lektorovi odkaz na konci kapitoly v sekci *Zdroje a studijní literatura*, u dalších příkladů je vyvrácení uvedeno přímo na slidech. Případně se může lektor sám dovzdělat a vyhledat si jednotlivé mýty na internetu. Jedná se již o klasické příklady a na internetu je dostatečný počet informací o tom, proč nejsou pravdivé. Lektor se rovněž může zeptat, zdali se účastníci s těmito zprávami setkali, zdali jim věřili, mohou také rozvést debatu, proč tomu tak bylo. Až dokončí poslední falešnou informaci, lektor vyzve účastníky, aby se podívali na první cvičení a krátce napsali, jaká témata byla obsažena ve falešných zprávách a jaké mohla vyvolat emoce.

Hlavní smysl cvičení je ukázán na slidu 18. Lektor vysvětlí, že falešné zprávy se šíří rychleji hlavně díky tomu, **že cílí na emoce jako strach, překvapení či znechucení**. Tyto emoce v kombinaci s tím, že jsou zprávy nové, vytvářejí dobré podmínky pro další šíření. Nejčastěji se šíří zprávy o politice, což jde vidět například ze zpráv o Evropské unii, uprchlické krizi či klimatické krizi a dalších témat, které s politikou souvisí. Na slidu 19 je podrobně vysvětleno, okolo jakých témat se dezinformace nejčastěji tvoří. Zde může lektor opět využít zkušenosti účastníků a zeptat se jich na to, zdali se s některými dezinformacemi v rámci těchto témat nasetkali.

Následuje druhý úkol, který se vztahuje k základním pojmům a jejich definicím. Potom lektor přepne na 20. slide, kde jsou tyto pojmy vysvětleny.

I když se zdá, že jde o formalismus, je důležité, aby účastníci základní pojmy znali, a to proto, že se v dnešní době velice často označují všechny nepravdivé informace za dezinformace, což pak hloubí příkopy mezi názorovými tábory. Ten, kdo šíří falešnou informaci, není automaticky dezinformátor!

Pokud chce lektor workshop oživit a vyhodnotí, že s tím budou účastníci souhlasit, může využít aktivitu, která demonstruje, jak se může během komunikace zkreslit informace. Tato aktivita spočívá v tom, že si účastníci vezmou papíry a fixy a vytvoří podobně jako v obchodě frontu po minimálně třech lidech, tj. každý účastník je otočen k zadům účastníka před ním. Poslední účastník (kterému se nikdo nedívá na záda), položí papír na záda účastníka stojícího před ním a začne na něj kreslit jednoduchý obrázek. Tento obrázek se bude snažit účastník před ním zreplikovat na papír na zádech dalšího účastníka atd. Poté mohou účastníci porovnat, jaký byl původní obrázek a jaký byl obrázek, který vyprodukoval člověk, jenž kreslil jako poslední. Podobným způsobem může dojít ke změně informace, které se šíří například tzv. šeptandou. V tomto případě ovšem nejde o dezinformace, ale spíše o misinformace, a to z toho důvodu, že žádný z účastníků nechtěl tuto informaci vědomě zkreslit.

Další slidy (21–31) jsou již výkladem lektora, kterému v tomto případě pomohou podrobné informace popsané v příručce *Průvodce na cestu informačním bludištěm*.

Tento workshop je více teoretický, je ale přípravou na finální workshop, který bude praktický, přičemž se zaměří přímo na to, jak odhalovat dezinformace. Teoretické poznatky uvedené v této lekci jsou potřeba znát, aby si účastník uvědomil kontext šíření dezinformací.

Zdroje a studijní literatura:

<https://czechia.representation.ec.europa.eu/takove-ty-klasicke-euromyty-existuji-jeste-vubec-2020-09-30>

4. LEKCE

Bojujeme proti lžím



CÍLE LEKCE

- Účastník porovnává jednotlivé informace mezi sebou a vyhodnocuje, která je s nejvyšší pravděpodobností pravdivá.
- Vyhledává relevantní informace pomocí vyhledávače Google, a to včetně obrázků.
- Diskutuje s respektem k jiným názorům, a to i k těm, které se blíží konspiracím.

MATERIÁLY PRO LEKTORA

- Příručka Průvodce na cestu informačním bludištěm,
- pracovní listy,
- powerpointová prezentace,
- počítače nebo tablety pro účastníky (nepovinné).

Tento workshop bude více praktický. Bylo by nejlepší, kdyby během něj mohli účastníci sami použít počítač či tablet, aby si mohli vše vyzkoušet. V případě, že nejsou k dispozici počítače, může lektor vše demonstrovat pomocí projektoru.

Po úvodním přivítání představí lektor témata, kterými se v rámci workshopu bude zabývat (slide 2). Hlavním tématem je ovšem boj proti dezinformacím v osobním životě. Důležité je účastníky upozornit, že není v silách žádného jedince ověřovat každou informaci, kterou v životě dostane (slide 3), pro zkrácení času ovšem existují techniky, jak s největší pravděpodobností nepodlehnout falešným zprávám, a to aniž by nás to stálo velké úsilí.

Základní činnosti, jak se na internetu pohybovat, jsou napsány na slidu 4, tyto činnosti jsou pak doplněny důležitou rychlou evaluací pomocí čtyř základních otázek na slidu 5. Potom lektor rozdává pracovní listy *Falešné zprávy všude, kam se podíváte* a *Zastavte se a přemýšlejte* a sdělí účastníkům, že během workshopu budou s těmito listy společně pracovat.

Nejdříve se lektor zaměří na první otázku, která se zabývá autorem mediálního sdělení (slidy 6, 7, 8). Na šestém slidu jsou ukázány k porovnání články ze Seznam zprávy, který uvádí autora článku, a příspěvek s falešnou informací od anonymního uživatele. Lektor se může účastníků ptát na tyto otázky:

- Proč je důvěryhodnější, když je uveden autor příspěvku celým jménem?
- Jaký je rozdíl v důvěryhodnosti, když příspěvek publikuje velké médium oproti neznámému uživateli na Facebooku?
- Kterým médiím věříte?

Na slidu 7 je připomínka, že jednotlivé autory či neznámá média si může každý najít na vyhledávači Google. Lektor může například účastníkům zadat, aby se dozvěděli něco o známých dezinformátorech jako Nela Lisková či Patrik Tušl.

Na slidu 8 je pak vyobrazen seznam dezinformačních webů. Zde opět doporučujeme, aby lektor účastníkům nějaký web ukázal (například aeronet.news), popřípadě si nějaký mohou zobrazit sami. Po tomto výkladu analyzují účastníci zdroj informace v pracovním listu, který předtím dostali.

U seznamu dezinformačních webů (slide 8) je důležité upozornit, že je samozřejmě všichni mohou navštěvovat, jak chtějí. Tento seznam vznikl na základě analýzy od jiných projektů (například Nadační fond nezávislé žurnalistiky či konspiratori.sk), ale nutně to neznamená, že všechny zprávy

na daných serverech jsou falešné, navíc některé weby (například Bez politické korektnosti) mohly od poslední analýzy změnit svůj obsah. Lektor by však měl upozornit, proč by si měli uživatelé na tyto weby dávat pozor, a toto upozornění zdůvodnit (například rychlou analýzou, kdy web může obsahovat spoustu reklam, neinformuje o autorech článku či míří na emoce).

Obdobně jako s prvním podotázkou postupuje lektor i u dalších slidů až do slidu 16. Níže uvádíme poznámky k určitým slidům:

- Slide 20 slouží k ilustraci, jak Wikipedia pracuje se zdroji ke svým článkům. Právě zdroje jsou důkazem toho, že je daná informace pravdivá, když o ní píšou i zdroje jiné. Tyto důkazy falešné zprávy neobsahují.
- Při slidech o vyhledávání (13–14) je lepší vyhledávání demonstrovat před účastníky, stejně tak i vyhledávání pomocí fotografií.
- Důležité je také naučit účastníky, pomocí jakých klíčových slov mají dané zprávy či obrázky vyhledávat. Kromě cvičení v pracovním listu mohou účastníci hádat na slidu 15 Pokud mají k dispozici počítače, mohou si zkusit loď sami vyhledat a zjistit, o čem obrázek skutečně je. Loď se dá vyhledat například pomocí klíčových slov *loď Vlora* či *ship Vlora*.

K tomu, aby byl člověk odolný vůči dezinformacím, a to i psychicky, je ještě důležité umět hovořit s lidmi, kteří věří konspiračním teoriím a dezinformacím. Pro výklad může lektor opět použít poznatky z příručky *Průvodce na cestu informačním bludištěm*, popřípadě doporučujeme odkaz v části *Zdroje a studijní literatura* na konci této kapitoly.

Lektor může přidat aktivitu zaměřenou na argumentaci a dialog. Může vybrat některé z následujících témat:

- Kočky jsou lepší než psi.
- Fotbal je zábavnější sport než hokej.
- Ananas patří na pizzu.
- Filmy jsou lepší médium než knihy.
- Nebo vlastní témata, která nejsou příliš vážná, ale můžeme díky nim rozdělit účastníky do názorových táborů.

Účastníci vytvoří dvojice, přičemž jeden účastník bude pro dané stanovisko a druhý bude proti. V tomto případě by bylo ideální, kdyby účastníkův soukromý názor byl v protikladu s tím, jaké stanovisko obhájí. Diskuze ale bude probíhat jiným způsobem. Nejdříve začne argumentovat jeden účastník a bude obhajovat své stanovisko a druhý účastník na něj nesmí reagovat, pouze poslouchá.

Po minutě až minutě a půl se účastníci vystřídají a ten, který obhajoval své stanovisko, tentokrát mlčí a poslouchá druhý názor. V dalším kole se účastníci opět vystřídají, tentokrát ale jeden účastník používá metodu sokratovského dialogu (argumentuje otázkami) a druhý odpovídá. Po vystřídání pak následuje poslední kolo, kdy by měli oba účastníci najít něco, na čem se shodnou. Interval střídaní jsou u všech kol minuta, popřípadě minuta a půl, pokud lektor vidí, že účastníci mají co říci. Poté následuje společná reflexe, ve které se lektor účastníků ptá:

- Jak jste se cítili, když jste nemohli ihned argumentovat?
- Jak jste se cítili, když vám nebylo hned oponováno?
- Co se stalo, když jste jen kladli otázky?
- Dokázali jste se shodnout na společných stanoviscích?

Tato aktivita procvičuje **tři důležité schopnosti při diskuzích**: V první řadě věnovat plnou pozornost druhému člověku a naslouchat jeho argumentům. V dalším kole si pak účastníci zkoušejí sokratovský dialog a poznají, že když člověk klade otázky, dostává se do diskuzní výhody, protože druhý musí obhajovat své stanovisko. Ve třetím kole je pak zdůrazňována schopnost najít to, co mají dva lidé, byť s opačnými stanovisky, společné. Kdykoliv tak účastníci budou debatovat s někým, kdo například věří konspiracím, mohou si vzpomenout na toto cvičení, kdy je nejdůležitější položit pevný společný základ, být empatický a spíše se ptát, než jen neustále opakovat svá stanoviska.

Zdroje a studijní literatura:

Seznam dezinformačních a konspiračních webů: <https://www.nfnz.cz/dezinformacni-a-konspiracni-media/>

<https://ct24.ceskatelevize.cz/veda/3566355-mene-faktu-vice-empatie-psychologove-doporucuji-pet-strategii-pro-komunikaci-s>

Závěrem

Právě jste se dostali na konec metodiky, která obsahuje celkem čtyři lekce v časovém rozmezí hodina a půl až dvě hodiny. Byť v metodice uvádíme doporučený postup, je nutné znovu zdůraznit, aby si každý lektor přizpůsobil danou lekci tak, jak vyhovuje jemu samotnému. Pokyny jsou jenom jakýmsi možným postupem, jak jsme při workshopech se seniory postupovali my. Z toho důvodu poskytujeme i prezentace v takovém formátu, aby si je mohl každý upravit podle sebe.

Budoucím lektorům tedy vřele doporučujeme nebát se experimentovat a obohatit jednotlivé lekce o smysluplné aktivity či o poznatky, které se jim zdají důležité.

Jak jste si jistě při čtení metodik všimli, několikrát odkazujeme na příručku Průvodce na cestě informačním bludištěm. Vřele doporučujeme si tuto příručku

přečíst celou, neboť obsahuje klíčové informace, které k workshopům potřebujete.

Jelikož jsme tuto metodiku chtěli zpracovat co nejpřehledněji, na příručku jsme pouze odkazovali, než abychom zde text znovu kopírovali. Důležité je rovněž samotné bádání na internetu samotného lektora; řadu zdrojů uvádíme vždy na konci kapitol, informací je ale mnoho, a proto bude nutné si některé informace ještě dohledat.

Doufáme, že vám tato metodika pomůže k tomu, aby byly vaše workshopy nejen zajímavé, ale i zábavné, poučné a hlavně aby pomohly (nejen) seniorům na cestě v informační džungli, kterou dnešní svět představuje.

Přejeme co nejklidnější průběh workshopů a aby to nejen účastníci, ale vás, lektory nejen z řad knihovníků, bavilo!

Partneři projektu



MINISTERSTVO VNITRA
ČESKÉ REPUBLIKY

Bibliothek Liberec
Knihovna Liberec
Library Liberec

Studijní a vědecká
knihovna
v Hradci Králové

Autor: Dominik Voráč

Grafika: Robert Žamboch, www.robortzamboch.cz

Věcná a jazyková korektura: Kristýna Fantová, Magda Podsedníková,

Vydavatel: Agora CE, o.p.s.

Finanční podpora projektu: Fondy EHP/Norské fondy 2014–2021,
program Vnitřní věci