



## KROK 7: VÝBĚR METOD A TECHNIK



Dalším krokem při stavbě vzdělávací aktivity je výběr vhodných metod a technik, které použijeme k dosažení vytyčených částečných cílů pro jednotlivé bloky vzdělávací aktivity. Ano, až po tolika předchozích krocích se můžeme teprve rozhodnout, jestli začneme seznamovačkou, zda po ní bude následovat kvíz nebo zda pozveme nějakého odborníka na přednášku.

O tom, jaké metody a techniky máme k dispozici a k čemu se každá z nich hodí, se dočtete v kapitole Metody a techniky neformálního vzdělávání. Pokud chceme například rozvíjet postoje, jen velmi těžko se nám to podaří prostřednictvím klasické přednášky.

Při výběru metod a technik musíme zvažovat také to, v jaké fázi vývoje týmové spolupráce se skupina účastníků nachází, aby danou metodu zvládla. Například není nejlepší nápad zařadit na začátek programu náročnou simulaci, při které účastníci zažijí, jaké to je patřit do menšinové kultury. Ze simulace velmi těžko vytěžíme její vzdělávací potenciál, pokud na to skupina ještě není připravená. O skupině, jejích potřebách a jednotlivých fázích skupinové dynamiky se dočtete víc v kapitole Skupinová dynamika

Kromě toho, že při výběru metod a technik máme vždy na paměti stanovený cíl a fázi vývoje skupiny, snažíme se také přihlídnout k tomu, aby vybrané metody a techniky respektovaly všechny styly učení. O nich

se více dočtete v kapitole Styly učení. V ní je také naznačeno, že styly učení můžeme zohledňovat v různém pořadí a různými způsoby. Stejně jako při vytváření struktury programu i tady potřebujeme jednotlivé metody a techniky za sebou vhodně zařadit tak, aby dávaly smysl nám i našim účastníkům.

V neposlední řadě budeme při výběru metod a technik zohledňovat i to, jestli máme dostatek času na reflexi, která je důležitou součástí neformálního vzdělávání v práci s mládeží. Té se podrobněji věnujeme v samostatné kapitole Reflexe.

## KROK 8: HODNOCENÍ VZDĚLÁVÁNÍ



Můžeme mít pocit, že od výběru metod a technik je krok k hodnocení příliš velký. To však platí pouze za předpokladu, že bychom hodnotili vzdělávání až na jeho konci, po celé realizaci. My však hodnotíme průběžně. Nejsou naše cíle nejsou příliš ambiciózní? Máme na jejich naplnění dostatek času? Zvolili jsme pro naplnění našich cílů vhodný obsah? Zohledňují zvolené metody a techniky všechny styly učení? Jak je vidět, mnoho věcí hodnotíme už při tvorbě vzdělávací aktivity.

Je dobré už při přípravě myslet na to, co, kdy, s kým a jak budeme hodnotit. Určitě je vhodné během vzdělávací průběžně hodnotit, jak se nám daří naplňovat stanovené cíle, abychom v případě potřeby mohli včas upravit

program. Potřebujeme mít čas a prostor také na průběžné hodnocení spolupráce v týmu. Při dlouhodobějších vícefázových vzdělávacích aktivitách často hodnotíme i to, jak se daří účastníkům přenášet naučené do praxe a jak jim vyhovuje forma podpory, kterou od týmu dostávají.

Na konci potřebujeme vyhodnotit úspěšnost naplnění cílů. Dostali se účastníci na požadovanou úroveň a osvojili si očekávané znalosti, dovednosti a postoje? Pokud chceme vidět posun v jejich kompetencích, potřebujeme mít představu o tom, s jakou úrovní kompetencí do vzdělávání vstupovali. Mělo by nás zajímat, jak budou účastníci využívat to, co se naučili, ve svém běžném životě. Náš tým by se měl z hodnocení poučit, co dělat příště jinak a lépe. Do hodnocení mohou být zapojeni i další aktéři. Této a dalším tématům se podrobněji věnujeme v kapitole Hodnocení.

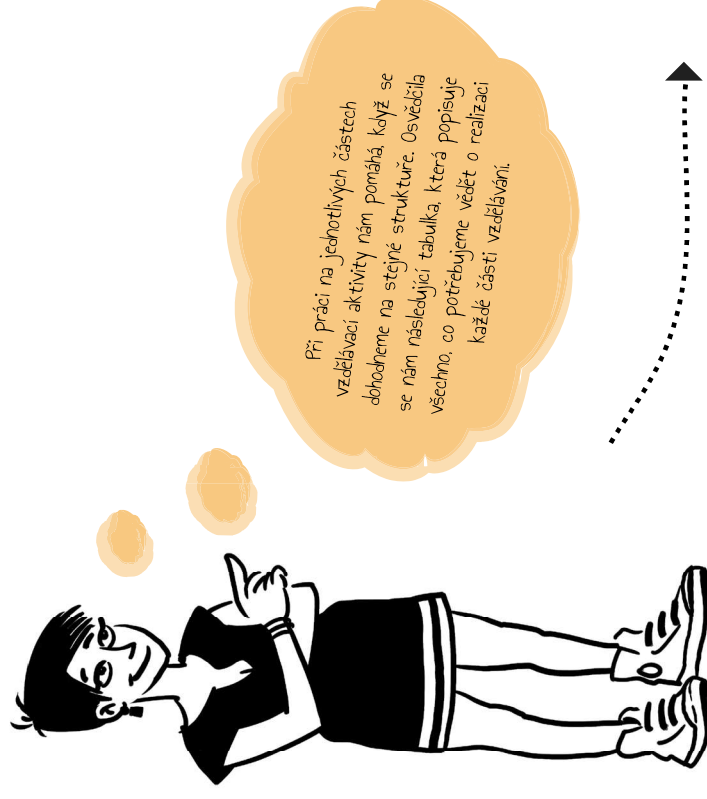
## TIPY A TRIKY



Na přípravě neformálně vzdělávacích aktivit by se měl podílet celý tým, který bude vzdělávání realizovat. Pokud jsme do přípravy zapojeni všichni, máme možnost využít naše specifické znalosti a přednosti. V našich týmech se nám osvědčil postup, při kterém na společných setkáních (osobních či virtuálních) pracujeme všichni dohromady na krocích 1 až 5. To je totiž základ, na kterém se potřebujeme všichni shodnout. Ve většině případů děláme společně i krok 6. Potom si jednotlivé části programu rozdělíme a konkrétní metody a techniky už plánujeme samostatně. Abychom zabezpečili konzistentnost programu, navzájem si naše samostatné návrhy konzultujeme

– buď' všichni najednou nebo si rozdělíme části programu do dvojic. To znamená, že jeden z dvojice připraví návrh, druhý ho poté připomínkuje a následně ho představíme celému týmu.

Takový postup je efektivní a nemusíme se bát, že jsme při sestavování programu odbočili od tématu, neboť se vždy držíme stanovených cílů. Cíle vždycky určují rámec, v němž se musíme pohybovat.



## INFORMACE O ČÁSTI VZDĚLÁVACÍ AKTIVITY

|                 |                                                                                        |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| NÁZEV           |                                                                                        |
| CÍLE            | Čeho konkrétně chceme dosáhnout?<br>částečný cíl 1    částečný cíl 2    částečný cíl 3 |
| SKUPINA         | Pro kolik lidí? V malých skupinkách? Po kolika?                                        |
| MATERIÁL        | Podrobný seznam materiálu podle metod a technik                                        |
| DÉLKA           | Kolik času bude potřeba?                                                               |
| VÝČET AKTIVIT   | Aktivita 1 (čas)    Aktivita 2 (čas)<br>Aktivita 3 (čas)    Aktivita 4 (čas)           |
| DALŠÍ INFORMACE | Zdroje k tématu<br>Podrobnější informace o metodách nebo technikách                    |
| KDO             | Kdo povede jednotlivé aktivity? S kým?                                                 |



## POPIS AKTIVIT

POPIS

Aktivita 1 (čas)  
 Konkrétní popis metod a technik  
 Aktivita 2 (čas)  
 Konkrétní popis metod a technik  
 Aktivita 3 (čas)  
 Konkrétní popis metod a technik  
 Aktivita 4 (čas)  
 Konkrétní popis metod a technik





## CVIČENÍ



V tomto cvičení si můžete vyzkoušet, jestli umíte správně propojit záměry vzdělávací aktivity a její cíle. Vyhodnoťte, nakolik jsou cíle v souladu se stanovenými záměry, a případně se je pokuste přeformulovat.

### #1

pětidení vzdělávací kurz je postaven následovně:

**Záměr:** Posílit postavení mentorů mladých lidí ze znevýhodněných skupin, zvýšit zaměstnatelnost mladých lidí s problémy a zlepšit sociální inkluzi klientů.

**Cílem** kurzu je rozvinout dovednosti mentorů.

Jak hodnotíte takto definované záměry a cíle?

*Řešení najdete v Klíči ke cvičením na konci Slabíkaře.*

### #2

Mladí vedoucí se rozhodli zorganizovat ve své obci tříhodinový workshop na téma ochrany životního prostředí. Postavili ho takto:

**Záměr:** Naučit mladé lidi třídit odpad.

**Cíle:**

- dosáhnout, aby si lidé vážili přírody,
- změnit situaci v třídění odpadu mladými lidmi,
- diskutovat o potřebě třídění odpadu.

## ZDROJE



ŠKRABSKÝ, Tibor. *Projekt je zmena*. Bratislava: IUVENTA - Slovenský inštitút mládeže, 2011. ISBN 978-80-8072-070-4.



**KOMPETENCE**

Vzdělaný člověk se stane ušlechtilým pouze tehdy, pokud opravdu v praxi používá to, co se naučil, namísto toho, aby o tom jenom hovořil.

Dalajláma

## VŠEOBECNÉ INFORMACE – ÚVOD DO TÉMATU

V předchozích kapitolách jsme několikrát zmiňovali, že se neformální vzdělávání v práci s mládeží zaměřuje na rozvoj kompetencí, tedy znalostí, dovedností a postojů. To souvisí i s tím, že se na mladé lidi díváme holisticky, tedy jako na komplexní osobnosti, které něco vědí, něco umí dělat a určitým způsobem nahlíží na svět a na to, co je a není správné. Když mluvíme o rozvoji kompetencí mladých lidí v kontextu neformálního vzdělávání v práci s mládeží, mluvíme o rozvoji všech tří složek. Toto tříslučkové chápání kompetencí je běžné i v evropské legislativě. Příkladem může být dokument Závěry Rady a zástupců vlád členských států zasedajících v Radě o podpoře nových přístupů v práci s mládeží zaměřených na identifikaci a rozvoj potenciálu mladých lidí, který byl přijat během slovenského předsednictví v Radě EU v roce 2016. V tomto dokumentu se už v druhém bodě uvádí: „*Mladé ženy a mladí muži disponují vnitřním potenciálem a nadáním, jež mohou být přínosné jak pro*

*ně samotné, tak i pro celou společnost. Na potenciál mladých žen a mužů lze nahlížet jako na kompetence (znalosti, dovednosti, postoje) vycházející z jejich tvořivosti a různorodosti.*“ Důvod, proč je v neformálním vzdělávání mladých lidí důležité zaměřovat se na všechny tři složky kompetencí, by mohla vyjádřit tato věta: „K čemu nám je nejlepší právník v Evropě, když bude doma bít svoji ženu a zakazovat dětem hrát si se sousedy, protože jsou trochu jiní?“ Dalším příkladem může být výborný řidič, který evidentně umí skvěle řídit, ale ve městě jezdí rychlostí 120 km/h, v kolonách předjíždí odstavným pruhem a ohrožuje tím ostatní řidiče. Zjevně jsme při jeho výchově a vzdělávání někde něco zanedbali.

Pro lepší porozumění pojďme využít jako příklad kompetenci řízení auta. Skládá se ze **znalostí, dovedností, ale i postojů**. Co to konkrétně znamená?

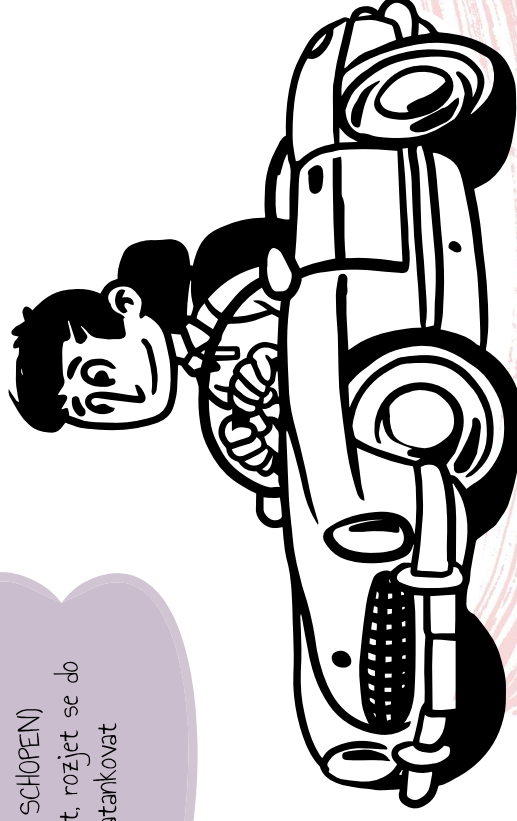


# KOMPETENCE ŘÍDIT AUTO

ZNALOST (ZNÁT)  
pravidla silničního provozu,  
základní údržbu auta

DOVEDNOST (BÝT SCHOPEN)  
nastartovat, zaparkovat, rozjet se do  
kopce, správně natankovat

POSTOJE (CHTÍT)  
používat bezpečnostní pásy, respektovat  
povolenou rychlost, být ohleduplný





V rámci znalostí musí řidič znát dopravní značky, pravidla silničního provozu a znát základní informace o autě – například jestli jezdí na benzín nebo na naftu. Z dovedností musí umět nastartovat, zaparkovat, přefazovat rychlost, couvat, natankovat a tak dále. Co se týká postojů, mělo by pro něj být důležité dodržování předpisů a povolené rychlosti, používání bezpečnostních pásů, netelefonování za volantem nebo ohleduplnost vůči ostatním řidičům.

Využijme ještě jeden příklad kompetence, která souvisí s řízením auta – schopnost poskytnout první pomoc. V tomto případě bude mezi znalosti patřit povědomí o tom, jak vypadá stabilizovaná poloha, v jakém rytmu stlačovat hrudník i kdy zavolat záchranku. Mezi dovedností bude pro změnu patřit schopnost poskytnout umělé dýchání, schopnost správně stlačovat hrudník nebo to, jak správně zkontrolovat zapadlý jazyk. Avšak i když vím, jak a kdy poskytnout první pomoc, a jsem toho také schopen, ještě to neznamená, že když uvidím někoho, kdo první pomoc potřebuje, raději z toho místa neuteču. Právě v tom jsou důležité postoje.

## K ČEMU NÁM TO JE?



Ve výše uvedených příkladech řízení a první pomoci jsme ukázali, co se může stát, když zanedbáme jednu ze složek kompetencí. Můžeme mít velmi šikovného řidiče, který nedodržuje předpisy a ohrožuje ostatní. Můžeme však také mít velmi ohleduplného zároven i šikovného řidiče, který dostatečně neumí pravidla silničního provozu, nedává správně přednost v jízdě a tím způsobí dopravní nehodu. Ještě jiným typem řidiče by byl ten, kdo pravidla zná a dodržuje je, ale kvůli nedostatečným dovednostem se nedokáže rozjet do kopce a nabourá auto před sebou.



Stejně to platí i v případě jiných kompetencí v momentě, kdy chceme naučit mladé lidi něco užitečného pro život. Je v podstatě jedno, které kompetence se na základě dobře udělané situační analýzy rozhodneme rozvíjet – zaměření na všechny tři složky platí univerzálně.

Pokud využijeme jako příklad rozvojovou zpětnou vazbu, o které si můžeme přečíst v jedné z kapitol Slabikáře, pak sice můžeme mladým lidem představit principy rozvojové zpětné vazby a klidně si i ověřit, jestli je umí vyjmenovat. To ale ještě neznamená, že jsou schopni zpětnou vazbu správně poskytnout a její principy dodržovat. A ani v případě, že se to naučí, není samozřejmé, že budou chtít rozvojovou zpětnou vazbu používat, místo aby ulevili sami sobě. Můžeme znovu zopakovat, že i v tomto případě se při rozvoji kompetencí mladých lidí musíme zaměřovat na rozvoj všech tří složek.



V některých případech jsou postoje dokonce důležitější než znalosti nebo dovednosti, například v oblasti interkulturního učení či výchově k lidským právům. Proto je důležité ještě předtím, než začneme dělat jakoukoliv vzdělávací aktivitu, přemýšlet, na kterou složku kompetencí se potřebujeme zaměřit nejvíce. Pokud chceme rozvíjet hlavně dovednosti, bude naše vzdělávací aktivita vypadat jinak, než když se zaměříme na znalosti. Úplně jinou podobu pak může mít, pokud chceme u mladých lidí rozvíjet hlavně postoje. Zaměření převážně na jednu složku kompetencí však neznamená, že ostatní složky nejsou vůbec přítomné. Jednotlivé složky spolu jdou ruku v ruce a od určité úrovně není možné rozvíjet jednu bez toho, abychom rozvíjeli i zbylé dvě. Kompetence a jejich složky souvisí se vzdělávacími cíli – těm se věnujeme v samostatné kapitole s názvem Stanovování vzdělávacích cílů.

## TIPY A TRIKY



Pokud chceme mladé lidi něco naučit, například kompetenci týmové spolupráce, musíme v prvním kroku definovat, co vlastně naši účastníci potřebují. Potřebují se seznámit s týmovými rolami a principy týmové spolupráce (znalost)? Nebo chceme, aby si uvědomili, jakou roli v týmu přirozeně přebírají (znalost)? Nebo by si měli vyzkoušet roli, kterou by si přirozeně nevybrali (dovednost)? Anebo chceme, aby primárně chtěli spolupracovat v týmu, namísto aby dělali věci na vlastní pěst (postoj)? Podle toho, jaká je naše priorita, budeme následně tvořit program vzdělávacích aktivit.



Když máme jasno v tom, které složky kompetencí chceme primárně rozvíjet, můžeme uvažovat nad tím, jak toho co nejefektivněji dosáhneme.

Tento přístup jsme během jedné vzdělávací aktivity vysvětlovali dobrovolníkům, kteří na základě svojí dobrovolnické zkušenosti chtěli v místní kavárně zorganizovat výstavu o chudobě v afrických zemích. Když jsme s nimi mluvili o tom, čeho chtějí výstavou dosáhnout, došli jsme k poznání, že by rádi ovlivnili postoje návštěvníků výstavy. Následně jsme však zjistili, že do kavárny chodí převážně mladí lidé, kteří se sami angažují v různých projektech a jejich postoje není v podstatě potřeba měnit. Výstava by na ně měla minimální dopad. Dalším nápadem bylo udělat výstavu v místě, kam chodí i lidé, kteří o tématu chudoby nic nevědí. Opět jsme se ale dostali k tomu, že statická výstava, kde se lidé podívají na fotografie a přečtou si pár informací, spíš přitáhne pozornost lidí, kteří už jsou na téma naladěni a výstava by jim

přinesla spíš nové znalosti než nové postoje. To neznamená, že by výstava nemohla mít na některé návštěvníky dopad i v postojové rovině – je to však ta nejefektivnější cesta k rozvoji postojů? Nebude efektivnější uspořádat diskusi v místní škole nebo zrealizovat simulaci či rolovou hru? Anebo udělat ještě něco úplně jiného?

Vytvořit kvalitní a efektivní neformální vzdělávání v práci s mládeží je celkem výzva. Uvažovat o kompetencích a jejich třech složkách – znalostech, dovednostech a postojích – je jedním z prvních kroků. Už i ten vám však může výrazně pomoci v tom, aby vaše vzdělávání mělo větší dopad. Teší nás, že máte chuť vzdělávání dělat lépe. A doufáme, že vám v tom pomůže další kapitola tohoto Slabikáře.

## CVIČENÍ



### Pojmenujte znalosti, dovednosti a postoje

Vezměme si jako příklad kompetenci prezentovat.

Často se setkáváme s výrazem „prezentační dovednosti“. To může být matoucí. Znamená to, že nepotřebujeme k prezentování žádné znalosti a postoje? Zamyslete se a pojmenujte alespoň tři znalosti, tři dovednosti a tři postoje, které patří ke kompetenci efektivního prezentování.



Stejně cvičení si můžete vyzkoušet i na univerzálnější kompetenci ze života – praní prádla. Zkuste si vypsát, jaké znalosti, dovednosti a postoje se mohou skrývat v kompetenci praní prádla.



### Zařadíte tři složky kompetence

V každém řádku jsou uvedeny tři složky nějaké kompetence. Zařadíte je podle toho, zda se jedná o znalost, dovednost nebo postoj.

*Řešení najdete v Klíči ke cvičením na konci Slabikaře.*

## ZDROJE

Závěry Rady a zástupců vlád členských států zasedajících v Radě o podpoře nových přístupů v práci s mládeží zaměřených na identifikaci a rozvoj potenciálu mladých lidí (2016/C 467/03) [online]. [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016XG1215\(02\)&from=CS](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016XG1215(02)&from=CS)

| umím zjistit, kolik je hodin                                | chodím včas                                            | znám hodiny                                                                           |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| opisují ve škole při testech                                | znám školní řád                                        | dokážu si vytvořit tahák                                                              |
| znám principy klentsky orientovaného přístupu k zákazníkovi | chci, aby se zákazník cítil dobře                      | dokážu být milý/a na zákazníka                                                        |
| dokážu se soustředit a být na poradě konstruktivní          | poradu si odsčítám a hraju si během porady s telefonem | chápu, proč máme v pondělí porady                                                     |
| vím, jaké jsou principy třídění odpadu                      | dokážu hodit odpad do správné nádoby                   | plást vyhazují do smíšného odpadu, protože kontejner na plást je až ve vedlejší ulici |





# SITUACNÍ ANALÝZA

Pracovat s lidmi co nechtějí, je asi jako tahat krávu na Mont Blanc. Což o to, dotáhneme ji tam, ale co potom s krávou na Mont Blancu?

účastnice školení Marker CS ke svému vnímání analýzy potřeb

## VŠEOBECNÉ INFORMACE – ÚVOD DO TÉMATU

Situační analýza je výraz, který se v práci s mládeží stále více skloňuje ve všech pádech. Někdy se používá analýza potřeb, analýza prostředí, někdy i jiné přívlastky. Pro účely této publikace budeme používat výraz „situační analýza“ – proto, že tento pojem se využívá i v jiných oblastech (například v marketingu), a také proto, že zahrnuje několik analýz do jedné – analýzu prostředí, analýzu stavu, a analýzu potřeb.

Situační analýza je prvním krokem při přípravě vzdělávací aktivity, jak už jsme uvedli v kapitole Vzdělávací aktivita krok za krokem. Je to fáze, kdy zjišťujeme, co už kolem nás je, jak to funguje a co je potřeba v realitě mladých měnit. Pro práci s mládeží je důležité se soustředit na tři části – analýzu prostředí, analýzu stavu a analýzu potřeb.

## ANALÝZA PROSTŘEDÍ

se zaměřuje na sběr informací a dat o podmínkách, v nichž chceme organizovat neformálně vzdělávací aktivitu. Snaží se posbírat data charakterizující obecně kontext, v němž žijí mladí lidé (jejich sociálně-ekonomicko-kulturní situaci), i realitu konkrétních jedinců, s nimiž pracujeme nebo chceme pracovat. Jaká je jejich rodinná situace? Jaké mají možnosti vzdělání? Jaké mají možnosti zaměstnání? Jaké možnosti mají ve volném čase? Kdo má na starosti podporu mladých lidí?



## ANALÝZA STAVU

má za účel popsat stávající stav v kontextu prostředí. Zatímco v prvním kroku, analýze prostředí, jsme sbírali informace o tom, co existuje, co je vytvořeno uvnitř i vně naší organizace, na úrovni obce i širší společnosti, v analýze stavu zjišťujeme, v jakém stavu se všechno nachází. Funguje stávající systém? Využívají mladí příležitosti, které kolem sebe mají, nebo ne? Funguje podpora, kterou mají, nebo ne? Proč ano, proč ne? V této části analýzy se snažíme najít souvislosti mezi jednotlivými částmi skládačky a porozumět tomu, proč jsou věci tak, jak jsou.

## ANALÝZA POTŘEB

zjišťuje, jaké jsou potřeby a problémy naší cílové skupiny (děti nebo mladých lidí), naší organizace nebo společnosti vzhledem k naší cílové skupině. Přestože analýzu potřeb cílové skupiny či analýzu potřeb společnosti je možné dělat nezávisle na analýze potřeb naší organizace, jedna bez druhé nám vždy poskytne jenom částečný obrázek. Pokud je tvoříme společně, pomůže nám to odlišit, kdy se zaměřujeme na svou cílovou skupinu a kdy sami na sebe.

Může se nám snadno stát, že nám mladí například řeknou, že chtějí skate park. Skate park stojí, nikdo tam nechodí a za půl roku mladí chtějí

workoutové hřiště. Tím se dostáváme k rozdílu mezi tím, co chceme a co potřebujeme. Jsou mladí schopni nám říct, po čem skutečně touží? Z vlastní zkušenosti víme, že co chtějí, jsou často schopni říct velmi jasně a zřetelně. Co však je za jejich chřením schováno za potřeby, je už vcelku rébus – a je na nás ho rozluštit.

A v tom začíná být trochu háček – jak poznáme, co mladé lidi, s nimiž pracujeme, udělá šťastnými? V tom nám mohou pomoci jiné obory. Z vývojové psychologie si můžeme vypůjčit poznatky o vývojových potřebách, které jsou pro děti nebo mladé lidi určitého věku relativně podobné. Ze sociální psychologie si můžeme vypůjčit poznání, že z nějakého důvodu nechce většina z nás žít sama na opuštěném ostrově, že potřebujeme interakci s jinými lidmi. Marketing nás učí, že lidé často kupují konkrétní produkty na základě toho, jakým způsobem reklama ukazuje možné naplnění jejich potřeb. Reklamy na Coca-Colu jsou toho zářným příkladem. Zkusme se podívat na jednu takovou reklamu. Skupina usmívajících se převážně mladých lidí sedí kolem stolu v útulném prostředí, jedna mladá žena ze skupiny přináší na stůl dobře vypadající jídlo, někdo jiný začne servírovat. Stůl. Talíře jsou téměř prázdné, všichni si spolu povídají, smějí se a občas se napijí Coca-Coly. Z toho se dá usuzovat, že pokud lidi kupují Coca-Colu na základě reklamy, tak možná chtějí být šťastní, mít kolem sebe přátele, užít si společnou večeři – a možná ji i uvařit, stejně jako v té reklamě. V našich hlavách tímto způsobem často dochází k podvědomé zkratce: když jsou šťastní ti, kteří pijí Coca-Colu, tak můžeme být šťastní i my, pokud ji budeme pít. To, co však opravdu potřebujeme, je skryté o něco hlouběji. A to nám může naplnit i něco jiného než Coca-Cola, a možná dokonce i o mnoho lépe. To ukazuje i obrázek na následující straně.

Také výzkumy nám mohou v mnohém pomoci – díky nim lze zjistit, jaké jsou trendy napříč mladou populací, co si mladí myslí o sobě nebo o světě kolem sebe, jak jsou úspěšní nebo neúspěšní ve vzdělání, práci, jak vnímají politiku a politiku a mnoho dalšího.







NAPÍT SE, MÍT KAMARÁDY,  
PROŽÍVAT S NIMI PŘÍJEMNÉ  
CHVÍLE, BÝT ŠTĚSTNÝ...



Co nám analýza potřeb může přinést? A co díky ní naopak můžeme ztratit? Možná se odpovědí na tyto dvě otázky budou prolínat, a některá zjištění pro nás budou dokonce nevýhodná. Ukáže se třeba, že děláme něco, co mladí nepotřebují. Nebože to někdo jiný dělá lépe. Nebo že to mladí vlastně zvládnou sami, jenom potřebují trochu popostrčit a podpořit.

Analýza potřeb nám může pomoci rozhodnout se, jakou cestou se vydat. Pokud zjistíme, že mladí nevěří v politické instituce, máme několik možností. Můžeme se jim snažit vysvětlit, jak politické instituce fungují. Budeme přitom vycházet z vlastního přesvědčení, že by je měli alespoň znát, než je začnou negativně hodnotit. Ale nakolik to bude odpovídat potřebám mladých lidí? Nebo se rozhodneme začít trochu blíže k jejich životu a pomůžeme jim ve škole vytvořit žákovský parlament, aby si na vlastní kůži vyzkoušeli, jak funguje demokracie, a učili se zapojovat do věcí, které se jim týkají. Anebo se vydáme úplně jinou cestou a budeme se ptát na to, co mladé opravdu zajímá a co potřebují. A možná zjistíme, že by byli ochotni se zapojit a měnit věci kolem sebe, pokud by se účastnili i jejich kamarádi a dělo se to zajímavým způsobem a mimo školu. Můžeme je potom podpořit, aby si sami vyzkoušeli vlastní malou aktivitu, která pozitivně ovlivní jejich okolí. Třeba tak zjistí, že mají možnost spolurozhodovat o věcech kolem sebe, a tato zkušenost možná posílí jejich důvěru v politické instituce.

Co z toho vyplývá?

- Analýzu potřeb lze dělat různými způsoby.
- Analýzu potřeb nemusíme dělat celou sami.
- Při analýze potřeb přicházejí odpovědi od mladých, ale klíč k jejich rozluštění máme v rukou my, pracovníci s mládeží, a je naším úkolem odpovědi rozluštit.
- Analýza nám slouží jako kompas k mapě životů mladých lidí v kontextu jejich životní reality – co v mapě uvidíme a jak se v ní budeme podle kompasu orientovat, je na nás.

*„Stalo se nám, že jsme připravili aktivitu nebo vzdělávání, které podle našeho názoru mladí lidé potřebují, nebo které je alespoň zajímavé. Odezva však nebyla taková, jakou bychom si přáli. Dnes už to děláme jinak – ptáme se mladých lidí, co potřebují a na základě jejich odpovědí připravujeme aktivitu. Najednou máme více spokojených účastníků.“*

účastník školení Marker CS

- Někdy stačí sledovat aktivitu naší cílové skupiny na Facebooku. Jaké věci píšou? Jaké věci sdílejí? Co „lajkují“, co komentují...?

Také s nimi můžeme mluvit, a hlavně se ptát. Jak se ale ptát správně? Otázka za milión. A správná odpověď neexistuje. I proto, že při kontaktu s mladými a v jejich odpovědích hrají roli i další aspekty – zda nám důvěřují, zda jsou zrovna naladěni na nějaké otázky, zda mají pocit, že máme o jejich odpovědi opravdu zájem... Jedna z mála věcí, které v této situaci pomáhají, je praxe. Stačí začít s málem.





## K ČEMU NÁM TO JE?

### Jak na situační analýzu?

#1

Ujasněte si, co a proč chcete zjišťovat.

#2

Zamyslete se nad zdroji, z nichž můžete získat různé informace.

#3

Pokud se rozhodnete ptát, vytvořte si předem sadu otázek, které vám pomohou oslovit vaši cílovou skupinu. Pokuste se oslovit také podobné skupiny kvůli doplnění a/ nebo ujasnění informací. Vytvořte si zároveň i pomocné otázky, které vám pomohou se dostat k odpovědím, které opravdu potřebujete.

#4

Vytvořte si plán, koho se chcete na co ptát, jakým způsobem a v jakém časovém horizontu. Dotazník nemusí být vždy nejefektivnějším způsobem stejně tak jako hodinový rozhovor.

#5

Sesbírejte informace a utřídte si je.





Situační analýza může být náročná, zvláště pokud ji celou chcete dělat sami. V práci s mládeží naštěstí nemusíte, protože existuje už celá řada zdrojů, které vás mohou při sběru informací alespoň inspirovat. Můžete například využít:

- **Průzkumy, výzkumy a studie** – všeobecná data na různá témata, která už někdo posbíral za vás.
- **Data sbíraná veřejnými institucemi** – obecní úřady mají obvykle informace o tom, kolik je ve městě obyvatel i v jakém věkovém spektru, kolik mladých navštěvuje které školy, kolik mladých lidí je nezaměstnaných atp. Tyto informace jsou a měly by být veřejně přístupné – nebojte se a požádejte o ně.
- **Pozorování** – může vám pomoci zahlédnout širší kontext nebo konkrétní detail, kterým se výzkumy nezabývají, a ti, kterých se ptáte, si ho možná ani neuvědomují.
- **Přímé dotazování** – ať už jednotlivě nebo ve skupinách, ústně nebo písemně – možnosti je více. Záleží na tom, kolik máte času, energie a co všechno potřebujete zjistit.

Přestože se situační analýza skládá ze tří do určité míry samostatných částí, jedna bez druhé či třetí vám vždy poskytne jenom částečný obrázek. Pokud je tvoříte společně, pomůže vám to lépe porozumět souvislostem i být důslednější v reflexi, či potřeby vlastně řešit.

**Situační analýza vám pomůže vytvořit si kompas, podle kterého se můžete orientovat v mapě stavu a prostředí, a zároveň si určovat, odkud a kam se na této mapě vydáte – to znamená, že vám odpoví na otázku „JAK BY SE SITUACE MĚLA ZMĚNIT?“**

## ANALÝZA STAVU A PROSTŘEDÍ

### Na která témata lze zaměřovat analýzu stavu?

#### Venku

Za prvé se zaměříme na to, co je kolem nás. Jací aktéři také pracují s naší cílovou skupinou (obecní úřad, jiná NNO, další organizace a instituce)? Co dělají? Proč to dělají (tzn. na jaké potřeby a problémy reagují a na jaké ne)? Jaké mají zdroje (strategie, systémy podpory atp.)? Kdo další se o naši cílovou skupinu zajímá? Jaký je jejich pohled na naši cílovou skupinu? Jaká existují data a výzkumy o naší cílové skupině? V této části má často smysl sledovat i politické, ekonomické nebo kulturní vlivy, které se v prostředí nacházejí.

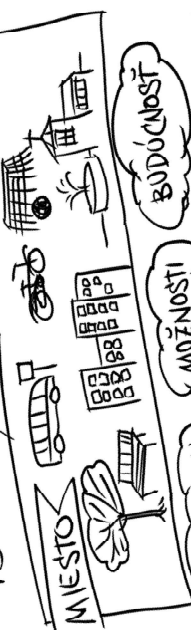
#### Uvnitř

Za druhé se zaměříme na naši práci, na aktivity, které nabízíme, jakým způsobem a proč. Kdo k nám chodí? Co u nás dělá? Co nabízíme? Jakou máme vizi, poslání, cíle a strategie? Jaké máme vybavení, další zdroje a možnosti?



# NÁZOR MLÁDEŽE

40 000 / 13-30 rokov / 17 ♀ 23 ♂



SPOKUŠINOSŤ

jamky  
festivaly  
atmosféra  
mesta

ZŠ

šport  
-workout  
-skatepark  
-florbal

MOŽNOSTI ROZVOJA

Športový priestor

klubovňa

BUDÚCNOSŤ

MY ♥ OK

migrácia  
za vzdelaním  
a prácou



## ANALÝZA POTŘEB

### Potřeby cílové skupiny

V této části zjišťujeme, co různé skupiny mladých lidí potřebují, čeho mají dostatek a co jim chybí. Dále potřebujeme zjistit, jaká témata naší cílovou skupinu zajímají, s jakými problémy se potýká, jaké problémy naší cílové skupiny/s naší cílovou skupinou vnímají ostatní (rodiče, učitelé, místní zastupitelé, zaměstnankyně sociálního odboru nebo úřadu práce, ...).

### Potřeby naší organizace

Stejně tak jako naše cílová skupina i my jako tým (skupina jednotlivců) či jako organizace máme nějaké potřeby. Je důležité těchto potřeb porozumět, abychom mohli co nejlépe najít průnik našich potřeb s potřebami naší cílové skupiny a potažmo i s potřebami „společenskými“. Při zjišťování potřeb naší organizace se můžeme zaměřit na tyto otázky: Jaké máme cíle a jak se nám je daří naplňovat a proč? Jaké máme poslání, zda nám dává smysl a zda dává smysl i naší cílové skupině? Jak se nám daří naše aktivity (z hlediska kvality, počtu účastníků, přínosu pro místní komunitu) a proč? Co si z nich naše cílová skupina odnáší a co bychom chtěli, aby si odnášela? Kde vnímáme ve své práci rezervy (nebo problémy) a co dobře funguje?

### Potřeby společnosti a „dárců“

I společnost, nebo konkrétněji místní komunita (kam může patřit obec, další aktéři v oblasti práce s mládeží nebo ve vzdělávání, rodiče, místní podnikatelé nebo kdokoliv další, kdo žije kolem nás) má nějaké potřeby. Společenské potřeby je někdy těžké odhadnout, protože není jasné, kdo

je definuje – je to ministerstvo školství, parlament, nebo média? I přesto je důležité vnímat témata, koncepce a strategie, které s naší prací souvisejí. Následující otázky nám mohou ukázat cestu: Která témata společnost v souvislosti s naší cílovou skupinou (nebo tématem) řeší a proč? Jakou změnu by společnost (nebo místní lidé či další aktéři) chtěli vidět u naší cílové skupiny? Jaké jsou nedostatky v naplňování potřeb společnosti a dalších aktérů, proč a jak vznikly a jaké existují problémy s navrhovanými řešeními?

**Z analýzy potřeb byste měli zjistit, JAK BY SITUACE MĚLA VYPADAT, V ČEM BY SE MĚLA ZLEPŠIT, TZN. JAKÉ PROBLÉMY JE TŘEBA ŘEŠIT A PROČ.**

### A co s tím dál...

Ve chvíli, kdy máte mapu i kompas, je třeba se rozhodnout, co jsou nejpálčivější potřeby, kterým se chcete věnovat. Tyto potřeby by měly splňovat několik dalších kritérií:

- neexistuje nikdo jiný nebo lepší, kdo by se měl a mohl těmto potřebám věnovat;
- naplňování těchto potřeb je v souladu s vizí a posláním vaší organizace (pokud není, buď změňte vizí a poslání, nebo přenechte tento problém někomu, kdo takovou vizí a poslání má);
- tuto potřebu vnímáte jako důležitou a jste motivováni pracovat na jejím naplňování;
- potřeba je konkrétní a umíte si představit jasnou změnu, které chcete dosáhnout.



A pak už přichází na řadu další krok přípravného procesu, o kterém jsme mluvili v kapitole Vzdělávací aktivita krok za krokem.

## TIPY A TRIKY



### Dělejme to efektivně

Udělat důslednou a kvalitní situační analýzu zabere čas a energii. Udělejte si pro sebe jasno v tom, co od ní očekáváte – byla by škoda, kdybyste ji v polovině vzdali. Využívejte prostory a informace, které už stejně máte. Již existuje mnoho zdrojů, využijte je, není potřeba znovu objevovat kolo. A také – analýza by vám přece jenom neměla zabrat víc času než samotná aktivita.



### Hledejme za chtěním potřeby

Chťt neznamená potřebovat. Když říkáme, že chceme Coca-Colu, ještě to neznamená, že ji opravdu potřebujeme – to, co potřebujeme, je za Coca-Colou pravděpodobně skryto. Pokud uslyšíte skate park, ptejte se dál, proč zrovna ten, co tam chtějí mladí lidé dělat atp. Stejně důležité jako odlišovat chtění od potřeby je odlišovat aktivitu od potřeby. Festival je jenom nástroj naplnění potřeby (setkávat se, získat úspěch nebo ocenění, strávit volný čas něčím, co nás rozvíjí...).



### Ověřujeme

Ověřujeme si informace z různých zdrojů – někdy uslyšíme, že něco neexistuje, a až po důsledném pátrání zjistíme, že o tom lidé třeba jenom nevědí. Snažme se poslouchat a slyšet – někdy se jenom snažíme potvrdit si vlastní teorii a tehdy ztrácíme možnost

opravdu pochopit problémy a potřeby jiných lidí. Z praxe víme, že naše předpoklady jsou často mylné. A proto ověřujte, ověřujte, ověřujte.



### Množství, různorodost, kvalita

Při analýze se držme tří klíčových slov – množství, různorodost, kvalita. S malým množstvím odpovědí dojdeme sice k rychlým, často však nesprávným závěrům. Pokud se ptáme velmi podobných lidí (např. pouze svých klientů ve specifické věkové kategorii), mohou nám uniknout důležité souvislosti. Nespokojíme se s jednoduchými odpověďmi – jděme hlouběji po smyslu toho, co a proč nám lidé říkají.



### Čí potřeby řešíme?

Vždy se znovu a znovu zamýšlejme nad tím, čí potřeby opravdu řešíme – jako pracovníkům s mládeží se nám (a nejen nám) někdy stává, že máme tendenci „vědět nejlépe“, co naši svěřenci potřebují. V tom momentě se ovšem zaměřujeme na to, co my chceme nabídnout, a ne to, co oni opravdu potřebují. V tom případě se nabízí otázka, zda to děláme opravdu kvůli mladým lidem nebo spíše kvůli sobě.



### Hodnoťme až na konci

Až do chvíle, kdy potřebujete ze situační analýzy vyvodit důsledky, se držte toho, abyste informace nezhodnotili. Pokud hodnotíte, co vám lidé říkají, už v okamžiku, kdy vám to říkají, velmi pravděpodobně se soustředíte více na sebe než na ně. Tehdy vám může uniknout podstata jejich sdělení. Takže pozorovat, ne hodnotit!



## CVIČENÍ



### Konkrétní účastníci

Vyberte si dva účastníky ze svojí aktivity a zamyslete se nad tím, co o nich víte:

- Jací jsou, co dělají, v jaké jsou životní situaci?
- Co je v životě trápí, jakou podporu při tom dostávají a od koho?
- Jak tráví volný čas? Jaké aktivity a organizace využívají?
- Co potřebují? Co jim chybí? Čeho mají dost?

Zamyslete se nad tím, co byste o těchto účastnících ještě potřebovali vědět, na jaké otázky se jich zeptat, abyste si mohli ověřit, zda aktivity, které pro ně organizujete, odpovídají jejich potřebám.



### Co už víme

V týmu shromažďujete všechny způsoby, jakými od účastníků a organizací kolem vás sbíráte informace o podmínkách, v nichž se pohybujete. Zamyslete se nad tím, jaké informace jsou dostačující a co byste ještě potřebovali vědět. Vymyslete dva způsoby, jakými můžete získat chybějící informace, popřípadě jaké existující zdroje můžete využít. Pomoci vám mohou následující otázky. Co víte o:

- svojí cílové skupině?
- dalších organizací/institucí/aktivitách, které se ve vašem městě/obci věnují vaší cílové skupině?
- způsobech, jimiž si ověřujete, zda to, co děláte, má smysl a je opravdu potřeba?

Na základě odpovědí na předchozí otázky se zamyslete nad tím, jaké 3 věci můžete začít dělat, dělat jinak nebo nedělat, aby vaše aktivity byly více postaveny na situační analýze?

## ZDROJE

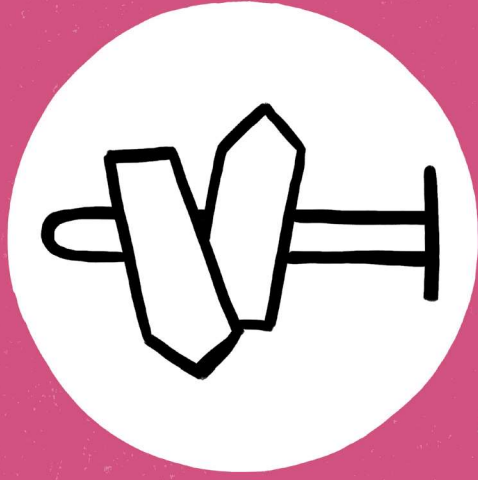


Projektová analýza [online]. Studio 20. [cit. 2019-3-5]. Dostupné z: <http://www.studio20.cz/projektova-analyza/>



Analýza potřeb dětí a mládeže ve městě Litoměřice: Závěrečná zpráva z kvalitativního šetření [online]. [cit. 2019-3-5]. Dostupné z: <http://readgur.com/doc/124835/anal%C3%BDza-pot%C5%99eb-d%C4%9Bt%C3%ADe%C5%BEe-ve-m%C4%9Bst%C4%9B-litom%C4%9B%C5%99ice>





# STANOVOVÁNÍ VZDĚLÁVACÍCH CÍLŮ



Ten nejpomalejší, který neztratil z očí cíl, jde stále ještě rychleji než ten,  
který bloudí bez cíle.

Gotthold Ephraim Lessing

## VŠEOBECNÉ INFORMACE – ÚVOD DO TÉMATU

V neformálním vzdělávání v práci s mládeží uvažujeme o rozvoji mladých lidí holisticky v kontextu kompetencí, které mají tři složky – znalost, dovednost a postoje, jak jsme již psali v kapitole Kompetence. V té samé kapitole jsme naznačili, že již v začátcích příprav vzdělávací aktivity potřebujeme mít jasno v tom, kterou složku kompetence chceme primárně rozvíjet.

V kapitole Vzdělávací aktivita krok za krokem jsme popsali, jaké kroky předcházejí definování vzdělávacích cílů, a také jsme vysvětlili, že cíle nám vytvářejí výchozí bod pro všechny další kroky v přípravě vzdělávací aktivity. Určuj, kolik času budeme věnovat kterým tématům, jaké metody a techniky vybereme a jak budou jednotlivé části vzdělávání seřazené za sebou. A proto je důležité si vzdělávací cíle dobře definovat.

Vzdělávací cíle nám mají pomoci co nejkonkrétněji definovat, co se mají účastníci během vzdělávací aktivity naučit. Tady už nám nestačí mluvit o třech složkách kompetencí, které chceme rozvíjet, potřebujeme už přemýšlet i o tom, do jaké hloubky je rozvineme. Je rozdíl, jestli z hlediska znalostí mají účastníci jenom vědět, že něco existuje, nebo tomu mají hlouběji rozumět, nebo dokonce chápat, jak je to možné využít v praxi. Z hlediska dovedností je rozdíl v tom, zda mají být účastníci schopni něco vytvořit podle návodu, nebo samostatně. Stejně tak zda se mají v rámci postojů pro něco sami nadchnout, nebo nadšení šířit mezi dalšími lidmi.

Pro konkrétní pojmenování vzdělávacích cílů se nám jako velmi praktický nástroj osvědčila tzv. Bloomova taxonomie. Tu v polovině 20. století vytvořil americký psycholog Benjamin Samuel Bloom, který se věnoval psychologii vzdělávání. Na základě jeho taxonomie byly jeho následovníky postupně rozpracovány nejrůznější verze. My jsme vybrali tu, která definuje úroveň rozvoje ve třech oblastech – kognitivní, psychomotorické a afektivní.



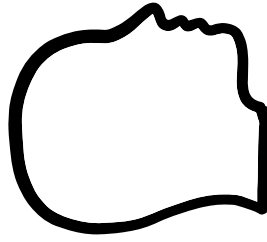
Přizpůbili jsme ji specifikům neformálního vzdělávání v práci s mládeží, zohlednili v ní rozdělení kompetencí na znalosti, dovednosti a postoje a

postupně jsme ji testovali s různými cílovými skupinami několik let v praxi. Tak jsme se dopracovali k verzi, kterou můžete vidět v následující tabulce.

| ÚROVEŇ | ZNALOSTI   | DOVEDNOSTI             | POSTOJE     |
|--------|------------|------------------------|-------------|
| 7      | PŘENOS     | VYNALÉZAVOST A INOVACE | ŠÍŘENÍ      |
| 6      | HODNOCENÍ  | ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ        | OBHAJOVÁNÍ  |
| 5      | SYNTÉZA    | AUTOMATICKÁ TVORBA     | ZTOTOŽNĚNÍ  |
| 4      | ANALÝZA    | SAMOSTATNÁ TVORBA      | PREFEROVÁNÍ |
| 3      | POUŽITÍ    | TVORBA S PODPOROU      | NÁSLEDOVÁNÍ |
| 2      | POROZUMĚNÍ | ZKOUŠENÍ               | ZVAŽOVÁNÍ   |
| 1      | POVĚDOMÍ   | POZOROVÁNÍ             | UVĚDOMĚNÍ   |



Pojďme si jednotlivé úrovně vysvětlit trochu podrobněji. U každé složky a úrovně kompetencí uvádíme nejprve stručné vysvětlení a potom příklad jednoho vzdělávacího cíle na konkrétní kompetenci – přípravě zdravého vegetariánského jídla. Pro ilustraci jsme vybrali kompetenci, která je více ze života. Následně pak uvádíme i příklad další kompetence, která se týká naší oblasti – uplatňování partnerského přístupu v práci s mládeží.



## ZNALOSTI

1.

### POVĚDOMÍ

Účastník má základní představu o tom, že něco existuje, a má několik všeobecných informací o daném tématu.

#### Příklad formulace cíle:

Vědět, že existuje zdravá vegetariánská strava, a být schopen dvěma větami říct, co to je.

2.

### POROZUMĚNÍ

Účastník rozumí širším souvislostem v určitém tématu. Dokáže souvislosti vysvětlit a uvést konkrétní příklady.

#### Příklad formulace cíle:

Dokázat vyjmenovat příklady různých zdravých vegetariánských jídel, z čeho se obvykle skládají a proč patří do kategorie „zdravé stravy“, resp. která vegetariánská jídla zdravá nejsou.

3.

### POUŽITÍ

Účastník dokáže identifikovat, kde a jakým způsobem je možné využít různé oblasti probíraného tématu v praxi.

#### Příklad formulace cíle:

Umět pojmenovat, pro koho je zdravá vegetariánská strava vhodná, v jakém rozsahu a v jaké formě (například rozdíl u dospělých, dětí, těhotných žen nebo lidí se specifickými dietami).

4.

### ANALÝZA

Účastník dokáže konkrétní situaci rozdělit na menší celky, rozeznat jednotlivé prvky a v nich analyzovat souvislosti.

#### Příklad formulace cíle:

Identifikovat, které principy přípravy zdravé vegetariánské stravy jsou využity v konkrétním receptu.



## SYNTÉZA

5.

Účastník dokáže propojovat částečné informace a vytvářet z nich větší celky na základě zadání.

### Příklad formulace cíle:

Dokázat na základě zadaných kritérií sestavit jídelní lístek se zdravými vegetariánskými jídly pro nedalekou restauraci.

6.

## HODNOCENÍ

Účastník je schopen na základě zvolených kritérií posoudit kvalitu v dané oblasti, porovnat, která z variant je lepší, nebo doporučit vylepšení.

### Příklad formulace cíle:

Na základě zvolených kritérií porovnat, která ze dvou vybraných vegetariánských restaurací vaří zdravější jídla, a odůvodnit proč.

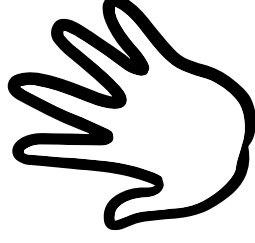
7.

## PŘENOS

Účastník dokáže vědomě přenášet některé principy či modely do jiných oblastí nebo jiným cílovým skupinám.

### Příklad formulace cíle:

Navrhnout, jak použít některé principy zdravé vegetariánské stravy v pokrmech s masem.



## DOVEDNOSTI

1.

## POZOROVÁNÍ

Účastník má první pasivní zkušenost, viděl někoho, jak něco dělá.

### Příklad formulace cíle:

Vidět někoho připravovat zdravé vegetariánské jídlo.

2.

## ZKOUŠENÍ

Účastník má první osobní zkušenost, zažije si kontakt s tématem na vlastní kůži.

### Příklad formulace cíle:

Pomáhat kamarádovi při přípravě zdravého vegetariánského jídla.

3.

## TVORBA S PODPOROU

Účastník dokáže podle návodu nebo s pomocí jiné osoby realizovat vybrané činnosti z probíraného tématu v praxi.

### Příklad formulace cíle:

Na základě receptu připravit zdravý vegetariánský oběd.



4.

#### SAMOSTATNÁ TVORBA

Účastník dokáže samostatně realizovat vybrané činnosti z probíraného tématu v praxi.

##### Příklad formulace cíle:

Umět uvařit zdravé vegetariánské jídlo bez receptu.

5.

#### AUTOMATICKÁ TVORBA

Účastník si zautomatizuje vybrané činnosti, běžně je využívá při své činnosti v praxi.

##### Příklad formulace cíle:

Automaticky při vaření využívat principy přípravy zdravých vegetariánských jídel, a to i při vaření něčeho jiného.

6.

#### ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ

Účastník dokáže flexibilně reagovat i v náročných a neočekávaných situacích, když něco nefunguje.

##### Příklad formulace cíle:

Přizpůsobit přípravu rodinného oběda, na který přijdou lidé, kteří mají rádi maso a nemají rádi vegetariánskou stravu.

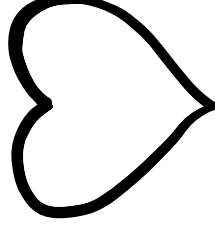
7.

#### VYNALÉZAVOST A INOVACE

Účastník dokáže navrhnout v probírané oblasti nové metody a postupy práce.

##### Příklad formulace cíle:

Přetvořit recept na zdravé vegetariánské jídlo tak, aby splnil i dietetické požadavky pro celiaky a diabetiky, popřípadě pro příznivce raw stravy.



## POSTOJE

1.

#### UVĚDOMĚNÍ

Účastník si všímá, že nějaký postoj nebo hodnota existuje, že se lidé chovají určitým způsobem.

##### Příklad formulace cíle:

Všimnout si, že někteří lidé dávají přednost zdravým vegetariánským jídlům.



## 2.

### ZVAŽOVÁNÍ

Účastník zjišťuje, v čem ho daný postoj oslovuje, a zvažuje, zda ho chce zkoumat víc.

#### Příklad formulace cíle:

Zkusit ochutnat zdravé vegetariánské jídlo.

## 3.

### NÁSLEDOVÁNÍ

Účastník se na základě vnějšího podnětu přizpůsobí a následuje příklad postoje někoho jiného.

#### Příklad formulace cíle:

Objednat si zdravé vegetariánské jídlo při návštěvě restaurace se skupinou přátel, kteří nejedí maso.

## 4.

### PREFEROVÁNÍ

Účastník si z více alternativ chování přednostně vybírá tuto.

#### Příklad formulace cíle:

Vybrat si vegetariánskou alternativu v restauraci, která nabízí kromě bezmasých pokrmů i zdravá jídla s masem.

## 5.

### ZTOTOŽNĚNÍ

Účastníkovi je tento postoj přirozený. Má tendenci se takto chovat a reagovat v různých situacích a kontextech.

#### Příklad formulace cíle:

Vařit vždy zdravá vegetariánská jídla.

## 6.

### OBHAJOVÁNÍ

Účastník je ochoten postoj obhajovat v situacích, kdy je to potřeba, aktivně však takové situace nevytváří.

#### Příklad formulace cíle:

Argumentovat proti zrušení nabídky zdravých vegetariánských jídel v místní jídelně.

## 7.

### ŠÍŘENÍ

Účastník projevuje vlastní dobrovolnou iniciativu při šíření daného postoje v různých kontextech.

#### Příklad formulace cíle:

Proaktivně přesvědčovat kamarády, aby se více stravovali zdravě vegetariánsky.



## PŘÍKLAD

Druhý příklad je z kontextu práce s mládeží. Je opět rozdělený podle jednotlivých složek a úrovní kompetence. Vybrali jsme kompetenci uplatňování partnerského přístupu v práci s mládeží.



- **Povědomí**  
Vědět, že existuje partnerský přístup v práci s mládeží, a dokázat ho dvěma větami popsat.
- **Porozumění**  
Dokázat vysvětlit, kdy jde v práci s mládeží o partnerský přístup, čím je specifický, a uvést příklady.

- **Použití**  
Umět pojmenovat situace, ve kterých je partnerský přístup v práci s mládeží vhodný.
- **Analýza**  
Být schopen pojmenovat jednotlivé prvky partnerského přístupu v pozorované situaci.
- **Syntéza**  
Dokázat sestavit pro vybranou cílovou skupinu nebo organizaci soubor pravidel, která budou vycházet z principů partnerského přístupu.
- **Hodnocení**  
Vybrat si několik kritérií/indikátorů partnerského přístupu a podle nich vyhodnotit, zda se v konkrétní situaci jedná o partnerský přístup, nebo ne.
- **Přenos**  
Navrhnout způsoby využívání partnerského přístupu při práci s malými dětmi v předškolním věku, případně se seniory.

