

3.17

Žebřík participace

Tabulka 8: Žebřík participace^{3, 77}

Znázorňuje různou míru zapojení účastníků do rozhodování. Tři nejnižší stupínky by vůbec neměly být jako participace označovány. Z výchovného hlediska je naším cílem, aby mladí lidé zažili a osvojili si opravdovou participaci popsanou na nejvyšších příčkách žebříku. I prostřední příčky ale někdy mají své opodstatnění, protože v praxi není vždy možné ani záhodné zapojovat všechny do každého rozhodování.



MOTIVACE
A PARTICIPACE

Ukazuje se, že programy a projekty, které umožňují participaci účastníků, mají větší výchovný i vzdělávací efekt.^{42, 44} Participativní přístup vytváří prostor, v němž si mladí lidé i dospělí trénují uplatňování svého vlivu a získávají důvěru v to, že věci mohou měnit k lepšímu. Čím více je sami utvářejí, tím více je považují za své a tím více roste i jejich přesvědčení, že na jejich úsilí opravdu záleží. Sebedůvěra a schopnosti podílet se na řešení společenských problémů se však budují postupně. Pomoci s promyšlením „jak na to“ nám pomůže tzv. žebřík participace.

Stupeň (ne)participace	Příklad	Popis
8 Nápad od žáků, vtáhnou do rozhodování i dospělí	Po zlepšení systému na třídění odpadu a založení školní zahrady žáci hledají další způsoby, jak snížit ekologickou stopu školy. Jako další krok chtějí pořídit solární panely na střechu školy. Do rozhodování zapojí některé učitele, kteří jim dále pomáhají v jednání s vedením a zřizovatelem školy a s nastartováním crowdfundingové kampaně.	Mladí lidé iniciují projekty a do rozhodování vtáhnou i dospělí. Tyto projekty zplnomocňují mladé lidi, ale zároveň jim umožňují učit se z životních zkušeností a vědomostí dospělých. Na procesu se podílejí společně.
7 Nápad od žáků, jejich vlastní realizace	Žáci se rozhodnou přidat ke globální stávce <i>Fridays for Future</i> a zorganizovat ji i v jejich obci, kde je povědomí o změně klimatu zatím nízké. Učitelstvému sboru to jen oznámí, celou organizaci zajistí sami.	Mladí lidé iniciují a vedou projekt, jsou plně odpovědní za proces i finální výstupy. Role dospělého zde může (ale nemusí) být motivační či mentorská.
6 Nápad od dospělého, žáci spolurozhodují	Učitel chce dětem ukázat dopady módy na životní prostředí a špatné pracovní podmínky výrobců oděvů. Probírá s žáky, jak téma uchopit ve škole: zajistí přednášku o fast-fashion, zorganizují výměnu oblečení, nebo založí freeshop, tj. místo, kam mohou žáci ažačky nosit nepotřebné oblečení. Společně rozhodují, do čeho se pustí.	Dospělí iniciují projekty, ale rozhodují společně s mladými lidmi. Žáci hrají významnou úlohu v rozhodovacím procesu.
5 Žáci jsou informováni a radí	Pro snížení dopadu školy na životní prostředí plánuje vedení školy do jídelničky zařadit více vegetariánských jídel. Záměr komunikují s žáky a dají jim za úkol navrhnout ideální jídelníček. Žáci ví, jak se bude s jejich podněty pracovat, i to, že výsledné rozhodnutí udělá vedení.	Dospělí iniciují projekt a přizvou mladé lidi na poradě. Žáci jsou informováni o tom, jak jejich příspěvek bude využit, ale výsledné rozhodnutí provedou dospělí.
4 Žáci jsou instruováni a informováni	Učitelé v projektu na zvýšení povědomí o změně klimatu zadají žákům úkol, aby od lidí získali odpovědi do připraveného dotazníku. Žáci ví, jaký je cíl projektu a co se bude dít se získanými daty.	Mladým lidem jsou dány specifické role a jsou informováni o tom, jak a proč jsou zapojeni.
3 Symbolická (falešná) účast	Vedení školy se rozhodne, že chce školu zapojit do ekologického programu. K poradám s pedagogickým sborem si zavolá i jednoho žáka, aby prezentoval „pohled dětí“. Není jasný výběr ani role dítěte.	Zdá se, že mladí lidé mají slovo, ale ve skutečnosti nemají reálnou možnost spolurozhodovat. Projev dětí je vítán, ale není mu opravdu nasloucháno.
2 Žáci jako dekorace	Pedagogický sbor pořádá vzdělávací večery pro rodiče a místní komunitu. Po přednášce s odborníkem na klimatickou změnu následuje krátké umělecké představení žáků.	Mladí lidé jsou používáni k podpoření cíle dospělých. Někde se objeví, ale nemají opravdové slovo a jejich zapojení nepřináší žádné důsledky.
1 Manipulace	Děti jsou učitelé posláni do ulic, aby sbíraly odpadky ve své městské části. Sběr odpadků je navíc prezentován tak, že ho vymyslely děti.	Dospělí využívají mladé lidi, aby splnili jejich cíle, a ještě předstírají, že to mladí lidé chtějí.

3.18

Tři pilíře pro komunikaci ochrany klimatu

Jak působit a vzdělávat, abychom motivovali k ochraně klimatu? V kapitole 3.6 jsme ukázali, že v komunikaci klimatické krize budeme úspěšnější, pokud ji lidé nebudou vnímat jako příliš vzdálenou a pomalou, příliš složitou a ohrožující, příliš polarizující a s příliš rozptýlenou odpovědností. Potřebujeme však víc. Na základě výzkumných poznatků^{36, 37, 73, 142} shrnujeme tři pilíře, jež by měly být vždy přítomné v komunikaci změny klimatu a jeho ochrany.

1. PROBLÉM: důvěryhodný a věcný popis

Klimatická změna je komplikovaný, mnoho-
vrstevnatý fenomén. Pro její prezentaci po-
třebujeme zjednodušovat složité, přibližovat
vzdálené a zviditelňovat neviditelné.^{23, 36, 37, 73,}
¹⁵⁰ Důvěryhodnost zvyšují odkazy na vědecké
zdroje a příklady dopadů, které předvídáme
s velkou pravděpodobností. Jen grafy a čísla
však pro většinu lidí nestačí. Použijme veške-
rou kreativitu – fotografie, příběhy, metafory,
aby naše sdělení bylo co nejméně srozumitelné
a názorné.

Protože do ochrany klimatu je třeba zapo-
jit co nejrůznější lidi a jeho změna ohrožuje
nejrůznější oblasti našich životů, je zásadní jej
prezentovat nejenom jako environmentální
problém, ale také jako problém zdravotní,
bezpečnostní, humanitární, lidskoprávní, do-
pravní, zemědělský, ekonomický a podobně.

Důležitý je věcný a otevřený přístup. Pokud
to podmínky umožňují, je prospěšné přibližovat
lidem budoucnost v podobě několika scé-
nářů. Ty ukazují možné verze dalšího vývoje,
a tím nás inspirují k přemýšlení, jak můžeme
svými současnými aktivitami přispět k napl-
nění těch lepších scénářů budoucnosti.

Paralyzující je pro většinu lidí naopak „tlačení
na pilu“^{23, 37, 150} například prezentace výhradně
katastrofických, neodvratitelných scénářů.
Výzkumy také ukazují, jak nebezpečné je
vyvolávat u veřejnosti pocity viny.^{8, 37, 191}

Přesvědčivost sdělení zvyšuje také volba
„mluvčího“. Ideální osobu či médium je vhod-
né vybrat „na míru“ cílové skupině, aby pro ni
ztělesňovala důvěryhodnou a kompetentní
autoritu.^{23, 37, 73, 90, 143, 150}

2. ŘEŠENÍ: realizovatelná a účinná

Výzkumy ukazují, že čím více máme „po ruce“
vhodná řešení, tím méně zkoušíme před pro-
blémy zavírat oči.^{118, 164, 172} Debata o širokém
spekttru systémových i drobných řešení pro
ochranu klimatu tak má dvojí význam: ote-
vívá cestu k reálnému snižování emisí a záro-
veň dodává odvahu zatím ještě pochybujícím
lidem postavit se k problému čelem.

Nejvtěšněji cílové skupiny reagují na takové
vize, politiky a opatření, které považují za re-
alizovatelná a účinná pro řešení problému.^{23,}
^{36, 61, 73} Jejich přesvědčivost můžeme posílit
příklady dobré praxe, možností osobního za-
pojení nebo zaštitěním ze strany důvěryhod-
ných autorit. Potřebné je přitom zohledňovat
hodnoty, politická přesvědčení, ale také na-
příklad kulturní zázemí a socioekonomickou
situaci cílových skupin, na které se obrácíme.

Příklady táhnou. Neříkejme proto, co špat-
ného ostatní dělají (například kolik procent
spoluobčanů netřídí odpad), ale naopak to,
co už dělají dobrého (například, že větši-
na domácností v naší čtvrti šetří energie).
Efektivita komunikace založené na sociálním
srovnání s pozitivními příklady se opakovaně
prokázala v praxi.^{2, 9, 25, 62, 71, 174}

3. PŘÍNOSY: osobní a atraktivní

Prezentaci ochrany klimatu je důležité spojit
s různými motivacemi pro nejrůznější skupi-
ny veřejnosti.

Nejvíce motivující je pro lidi odměna v podo-
bě takových přínosů, které uspokojují jejich
reálné potřeby, zájmy a hodnoty. Nejlépe
tady a teď, to znamená za pár let ve vašem
regionu. Naopak přísliby „možná někdy do
budoucna“ pro motivaci většiny nestačí. Po-
kud dnes někteří lidé pochybují, proč snižovat
emise v České republice, když se v ně-
kterých částech světa stále zvyšují, nejlepší
odpovědí je ukázat osobní a lokální přínosy
snižování emisí. Například čistší ovzduší,
a tedy méně onemocnění dýchacích cest,
méně špinavá a hlučná města, živější kraji-
nu, zdravější potraviny, spokojenější a méně
stresující život.^{23, 37, 61, 73}

Řadu lidí k ochraně klimatu ale také více mo-
tivuje společenská spravedlnost či mezigene-
rační solidarita než samotné environmentální
ohrožení.^{89, 115}

Dobrá motivace pro ochranu klimatu nesmí
být jen úzkou lávkou pro pár odhodlaných,
kteří se ve svém životě rozhodli uskromnit ve
prospěch planety. Místo toho tvoříme široký
most, po němž přejde k ochraně klimatu celá
společnost.

