

Komunikace s cílovou skupinou seniorů (U3V)

Bc. Mariem Bouaouiche

Diplomová práce
2007



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav marketingových komunikací

akademický rok: 2006/2007

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Mariem BOUAOUICHE**

Studijní program: **N 7202 Mediální a komunikační studia**

Studijní obor: **Marketingové komunikace**

Téma práce: **Komunikace s cílovou skupinou seniorů (U3V)**

Zásady pro vypracování:

1. Prostudujte dostupné informační zdroje zabývající se problematikou stárnutí populace jako "globální problém budoucnosti".
2. Zmapujte současné možnosti seberealizace seniorů v oblasti volnočasových aktivit a formulujte cíle práce a pracovní hypotézu.
3. Proveďte analýzu současné nabídky Univerzity třetího věku při UTB a její komunikace ve vztahu ke sledované cílové skupině.
4. S využitím výsledků analýzy navrhnete nové možnosti komunikace UTB s cílovou skupinou seniorů.
5. V závěru zohledněte ekonomickou náročnost projektu v případě jeho realizace.

Rozsah práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Jeniček, V., Foltýn, J. Globální problémy a světová ekonomika

Vysekalová, J. Psychologie spotřebitele

Vykopalová, H. Sociálně patologické jevy v současné společnosti

Knausová, I. Vybrané kapitoly ze sociální politiky

Spilková, V. Proměny primárního vzdělávání v ČR

Eger, L. Technologie vzdělávání dospělých

Stuart-Hamilton, I. Psychologie stárnutí

Eckhardtová, D. Life management

Vedoucí diplomové práce:

Ing. Radomila Soukalová, Ph.D.

Ústav marketingových komunikací

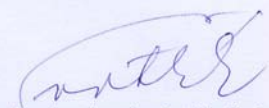
Datum zadání diplomové práce:

15. ledna 2007

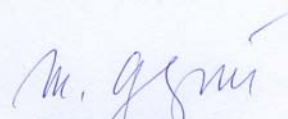
Termín odevzdání diplomové práce:

20. dubna 2007

Ve Zlíně dne 15. ledna 2007


doc. Ing. Jaroslav Světlík, Ph.D.
děkan




PhDr. Magda Gregarová
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá komunikací s cílovou skupinou seniorů. Snaží se odpovědět na otázku, proč roste význam tohoto segmentu a proč je nutno s ním efektivně komunikovat. Práce podrobně vysvětluje smysl vzdělávání osob vyššího věku, uvádí přehled vzdělávacích institucí zaměřených na seniory a v neposlední řadě mapuje nabídky univerzit třetího věku na vybraných vysokých školách v České republice. Důkladněji zkoumá současnou situaci na Univerzitě třetího věku při UTB ve Zlíně. Dále zodpovídá otázku, proč je demografické stárnutí možné chápat jako výzvu pro účastníky spotřebitelského trhu, ale i pro zaměstnavatele. Je zdůrazněna role měnící se věkové struktury, která má vliv na změny v ekonomické aktivitě obyvatel. Práce upozorňuje na to, že populační proces je nevyhnutelným atributem života moderní společnosti a je třeba se na něj připravit.

Klíčová slova:

populační stárnutí, seniorský věk, demografické změny, politika aktivního stáří, vzdělávací instituce pro seniory, univerzity třetího věku, kluby absolventů U3V.

ABSTRACT

The dissertation inquires into communication with target group of seniors. It tries to answer the question of importance of the segment and effective communication with it. The dissertation explains closely sense of education of elders, presents a summary of educational institution for them and charts the offers of universities of the third age in Czech republic. It looks about situation in the University of the third age at the Tomas Bata University in Zlin. It answers the question of demographic aging as a challenge for participators of consumer's market and for employers as well. It is emphasized a task of changing structure of the age which impact the economic activity of population. The dissertation calls attention to the population process as an essential attribute of modern society and it is necessary to prepare for it.

Keywords:

population aging, elders, demographic changes, policy of active old age, educational institution for elders, university of the third age, club of graduates U3A

Poděkování

Ráda bych poděkovala své konzultantce paní Ing. Radomile Soukalové, Ph.D.

za cenné připomínky při psaní mé diplomové práce.

Děkuji také paní Ing. Jarmile Hřebíčkové, referentce pro celoživotní vzdělávání,
za trpělivost, inspiraci a praktické rady, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Prohlášení

Prohlašuji, že diplomovou práci na téma

„Komunikace s cílovou skupinou seniorů (U3V)“

jsem vypracovala samostatně. Použitou literaturu a podkladové materiály jsem v práci citovala a uvádím je v přiloženém seznamu literatury.

Ve Zlíně dne 16. dubna 2007

Mariem Bouaouiche

Motto:

“K poznání o sobě se člověk musí dopracovat úsilím, poznatky a věkem.”

Kant

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 FORMULACE CÍLŮ A HYPOTÉZ, METODOLOGIE ZPRACOVÁNÍ	11
2 FENOMÉN STÁŘÍ	13
2.1 KDY SE ČLOVĚK STÁVÁ STARÝM?	15
3 DEMOGRAFICKÉ ZMĚNY VE SPOLEČNOSTI	16
3.1 CIVILIZAČNÍ PROBLÉM: SPOLEČNOST STÁRNE	16
3.1.1 Populace v roce 2050	17
3.1.2 Populace v roce 2100	17
3.2 ČESKÁ SPOLEČNOST STÁRNE	20
4 MOŽNOSTI SEBEREALIZACE SENIORŮ	23
4.1 VOLNOČASOVÉ AKTIVITY SENIORŮ	23
4.2 SENIOŘI JAKO SPECIÁLNÍ TRŽNÍ SEGMENT	25
4.3 EKONOMICKÁ AKTIVITA SENIORŮ	28
4.3.1 Pracující senioři v ČR	29
4.3.2 Projekt Třetí kariéra	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	34
5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU VZDĚLÁVÁNÍ SENIORŮ V ČESKÉ REPUBLICĚ	35
5.1 VZDĚLÁVACÍ INSTITUCE ZAMĚŘENÉ NA SENIORY	35
5.2 SOUČASNÁ NABÍDKA U3V VYBRANÝCH VYSOKÝCH ŠKOL V ČR	37
5.3 KOMUNIKACE U3V PŘI UTB	41
5.3.1 Studijní programy a počty posluchačů	41
5.3.2 Propagační aktivity U3V	44
5.3.3 Další aktivity a rozvoj U3V	46
6 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	47
III PROJEKTOVÁ ČÁST	54
7 NÁVRH PROJEKTU „KLUBU ABSOLVENTŮ U3V“	55
7.1 FORMY SETKÁVÁNÍ ABSOLVENTŮ	55
7.2 NÁVRH KONCEPCE KLUBU	56
8 NÁVRH NOVÉHO CYKLU U3V	61
ZÁVĚR	68
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	70
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	74
SEZNAM OBRÁZKŮ	75
SEZNAM TABULEK	76
SEZNAM PŘÍLOH	77

ÚVOD

Problém stárnutí populace patří k nejdiskutovanějším tématům současné doby. Je jasné, proč tomu tak je. Demografické změny obyvatelstva s sebou přináší řadu nových situací, které mají zásadní dopad jak na ekonomickou tak i na sociální sféru společnosti. Jmenujme alespoň některé z nich: proměny trhu práce a s tím související otázka zaměstnatelnosti, změna struktury trhu průmyslového zboží a v neposlední řadě také celková změna životního stylu společnosti stejně jako přeměna životních hodnot. Pro spotřební průmysl bude cílová skupina seniorů představovat (v mnohých případech již představuje) významný podíl zákaznické sféry. Tato myšlenka je vděčným námětem mnoha odborných studií, které se cílovou skupinou seniorů jako významným marketingovým segmentem zabývají. V mé práci bych se chtěla na cílovou skupinu seniorů podívat i z jiného úhlu pohledu, než pouze ten, který chápe starší občany jako atraktivní segment pro „marketéry“. Zajímat se budu o aktivní způsob trávení volného času seniorů, především pak o jednu z jeho významných součástí, a to **vzdělávání se**.

Ještě poměrně nedávno platilo, že znalosti, zkušenosti i dovednosti seniorů mají zásadní význam a je rozumné brát názory starších v úvahu. Vznik nového pohledu na svět však tento tok informací zastavil. Se stále narůstajícím přílivem nových technologií se znalosti seniorů staly nezajímavými. Postupně tak docházelo k informačnímu rozdělení společnosti na aktivní mladé, dívající se pouze dopředu a přehlížené staré, kteří ztratili krok s dobou. Tato skutečnost může být považována za jeden z nejvýznamnějších negativních jevů, doprovázejících současný hektický životní styl společnosti. Proto je mým záměrem v diplomové práci dokázat, že starší lidé stále více usilují o překonání této pomyslné propasti a pomocí vlastní píle chtějí „ztrátu kroku s dobou“ dohnat. Zároveň také zdůvodním, proč tento trend bude neustále nabírat na intenzitě.

Forma lidského stáří je dána obsahem a stylem celého dosavadního života a je pouze vyvrcholením individuálního přístupu jedince. Znamená to, že stáří je etapa lidského bytí, o které rozhodujeme celý život svými postoji, jednáním, chováním a celkovou pílí. Jde tedy o vyústění celoživotního snažení. Člověk, který se po celý život snažil neustále se vzdělávat, bude chtít nejspíš v tomto snažení pokračovat i nadále. To je pouze jeden z mnoha důvodů, proč se osoby vyššího věku mohou rozhodnout studovat. Zajímaly

mě však i další důvody. Proto jsem uskutečnila mezi posluchači Univerzity třetího věku při UTB průzkum, jehož výsledky budu prezentovat v rámci analytické části.

Jak jsem již výše naznačila, v diplomové práci se budu zabývat především aktivitami spojenými s celoživotním vzděláváním zaměřeným na seniory. Pokusím se zmapovat situaci s univerzitami třetího věku v rámci celé České republiky. Největší pozornost budu věnovat Univerzitě třetího věku při UTB – zaměřím se na její současnou nabídku a celkovou komunikaci ve vztahu ke sledované cílové skupině. S využitím zjištěných informací se pokusím navrhnout nové možnosti komunikace UTB s posluchači U3V. V části realizovatelný projekt se chci zabývat otázkou možnosti vzniku Klubu absolventů seniorů. Předpokládám, že mé poznatky pomohou zefektivnit komunikaci na U3V při UTB a zapojím se do řešení problému spojeného s potenciálním vznikem Klubu absolventů seniorů.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 FORMULACE CÍLŮ A HYPOTÉZ, METODOLOGIE ZPRACOVÁNÍ

Cílem mé práce je objasnit význam komunikace se seniory se zaměřením na oblast jejich vzdělávání.

V práci budu ověřovat následující **pracovní hypotézy**:

- 1) Roste význam a postavení seniorů ve společnosti
- 2) Populační stárnutí lze chápat jako výzvu (pro výrobce, marketingové pracovníky, zaměstnavatele,...)
- 3) Zvyšuje se potřeba seniorů vzdělávat se
- 4) Hlavním důvodem, proč se starší občané hlásí k dalšímu studiu, je především udržení společenského kontaktu.

Metodologie zpracování:

- 1) Sběr informací - v teoretické části využiji sběru **sekundárních** informací, tzn. zpracuji literární rešerši s využitím odborných knih, vědeckých studií a výzkumných prací. V praktické části budu vycházet z **primárních** informací získaných vlastním primárním výzkumem.
- 2) Typ výzkumu – z hlediska obecné metodologie využiji výzkum **deskriptivní**. Tento výzkum zachycuje zkoumaný stav v současném okamžiku. Dalo by se hovořit spíše o průzkumu. Na základě zmapování současného stavu zkoumané problematiky se pokusím postihnout předpokládaný budoucí vývoj. Z hlediska dalšího členění použiji **kvantitativní** výzkum, který se snaží zasáhnout dostatečně velký reprezentativní vzorek, a to především pomocí statistických postupů.
- 3) Technika výzkumu – zvolila jsem techniku **dotazování**, jehož nástrojem byl písemný **dotazník**, který jsem vytvořila. Dotazníky jsem distribuovala formou osobního předání, abych docílila vyšší návratnosti. Celkem bylo rozdáno (a zároveň i vyplněno) 100 dotazníků. Dotazník obsahuje především otázky uzavřené, a to jak

dichotomické (ano-ne), tak otázky výběrové s možností volby jedné alternativy. Pouze jedna otázka je otevřená a ponechává respondentům prostor pro formulaci vlastního názoru.

- 4) Vymezení a výběr souboru – vzorek cílových osob jsem určila pomocí záměrného typologického výběru. Tento výběr se používá při analýze typických představitelů některých skupin obyvatelstva a přichází v úvahu při segmentaci trhu. Konkrétně jsem vybrala vzorek posluchačů Univerzity třetího věku při UTB starších padesáti let. Z celkového počtu posluchačů (kterých je v současné době 470) jsem vymezila soubor sta respondentů. Pro účely mé práce by měl být tento vzorek dostačující.

V projektové části aplikuji metodu syntézy, ve které s využitím výsledků dílčích analýz navrhnu koncept Klubu absolventů U3V a naznačím, jak by mohl vypadat nový cyklus pro posluchače U3V zaměřený na média, marketingové komunikace a žurnalistiku.

2 FENOMÉN STÁŘÍ

Zkušenosti potvrzují názor, že „posuzovat kvalitu života léty je totéž jako měřit hodnotu knihy počtem stran, obraz čtverečnými decimetry a sochu na kilogramy“. Jinými slovy – délku života nelze měřit jeho kvalitou ani spokojenost jedince.

Na stáří lze nahlížet z různých úhlů pohledů. Pokusila jsem se shrnout stanoviska předních českých autorů, kteří se problematikou stáří zabývají.

Miroslav Štílec ve své publikaci *Program aktivního stylu života pro seniory* píše (s. 14): „Stárnutí lze považovat za přirozený a biologicky zákonitý proces, který se projevuje sníženou adaptační schopností organismu a úbytkem funkčních rezerv. Není však výjimkou, že jedinci stejného kalendářního věku mívají i značně rozdílný biologický věk. Většina odborníků v oblasti gerontologie uvádí, že o délce života člověka rozhodují ze 60 – 70 % genetické faktory a ze 30 – 40 % vnější podmínky.“¹

Z hlediska medicíny hovoří o procesu stárnutí akademik Vladimír Pacovský, profesor vnitřního lékařství (s. 29): „Stárnutí můžeme považovat za přechodné období mezi dospělostí a stářím. S nemalou dávkou pedagogické licence lze říci, že u většiny lidí probíhá biologické stárnutí v období 60 – 75 let věku, vlastní stáří nastupuje kolem 75 let. Výsledky gerontologického bádání poslední doby skutečně ukazují, že teprve po 75 letech lze u většiny populace zjistit specifickou fenomenologii stáří.“²

Zaujalo mě také stanovisko gerontoložky a přední odbornice v psychologii na stáří Heleny Haškovcové (s. 21): „Označení starý člověk se zakládá především na společenské konvenci, která má různé, ale převážně ekonomické důvody; současná společnost považuje za starého toho jedince, kterému vzhledem ke kalendářnímu věku vznikl nárok na starobní důchod. A protože každý starobní důchodce je pokládán za starého člověka, většina lidí považuje odchod do důchodu za počátek stáří. Ale je to správné a je tomu opravdu tak? Čas lidského života bývá různým způsobem

¹ Štílec, M. *Program aktivního stylu života pro seniory*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004. 136 s. ISBN 80-7178-920-8.

² Pacovský, V. *O stárnutí a stáří*. 1. vydání. Praha: Avicentrum, 1990. 135 s. ISBN 80-201-8076-8.

periodizován. V nejjednodušším členění hovoříme o dětství, dospělosti a stáří. Často bývá pro celý čas života člověka používáno členění na patnáctileté životní úseky. Ode dne zrození trvá člověku 15 let, než biologicky, psychicky i sexuálně dozraje; v intervalu 15-30 let zraje člověk především sociálně a dospívá v neopakovatelnou osobnost. Doba vrcholné psychofyzické zralosti trvá dalších 15 let. Období 45-60 let je typické stacionárností výkonů právě tak jako skrytými počátky nastupující involuce. Věk 60 – 75 let považuje český profesor psychologie, Václav Příhoda, za senescenci, tedy stáří, a 75-90 let za senectus, tedy kmetství. Dalších 15 let se však dožije jen několik jedinců z miliónu.“³

O rozdělení období stáří podle věkových kategorií se zmiňuje také Ian Start-Hamilton v monografii *Psychologie stárnutí* (s. 20-21): „Někteří badatelé dělí stáří na mladší stáří, vymezené roky 65-75 let, a pokročilé stáří, jež představuje kalendářní věk 75 a více let. Další varianta rozděluje lidi starší 65 let na kategorie třetího věku a čtvrtého věku. „Třetí věk“ označuje aktivní a nezávislý život ve stáří, zatímco „čtvrtý věk“ znamená období, kdy je člověk při zajišťování základních potřeb odkázán na druhé. Tyto pojmy získaly jistou oblibu, neboť postrádají pejorativní nádech, který někteří lidé cítí ve slovech starý a pokročilého věku.“⁴

V neposlední řadě bych ráda citovala profesora Ladislava Rabušice, který působí jako děkan Fakulty sociálních studií na Masarykově univerzitě v Brně a dlouhodobě se problematikou stárnutí populace zabývá: „Typická definice stáří vyhází z toho, že starým se člověk stává po dovršení určitého věku, který se většinou pohybuje v rozmezí šedesáti až šedesáti pěti let. Rituálem, jenž přechod do této fáze životní dráhy jasně vymezuje, je odchod do důchodu. Vydělení určitého věku jako práh stáří je nutno chápat jako přirozený důsledek procesu chronologizace životního cyklu. Existence jasně vymezené věkové hranice stáří je výhodná: umožňuje jedincům v předstihu dlouhodobě plánovat. Stáří je zvláštní kategorií v tom smyslu, že její příslušníci jsou často odkázáni na asistenci státu.“⁵

³ Haškovcová, H. *Fenomén stáří*. 1. vydání. Praha: Panorama, 1989. 407 s. ISBN 80-7038-158-2.

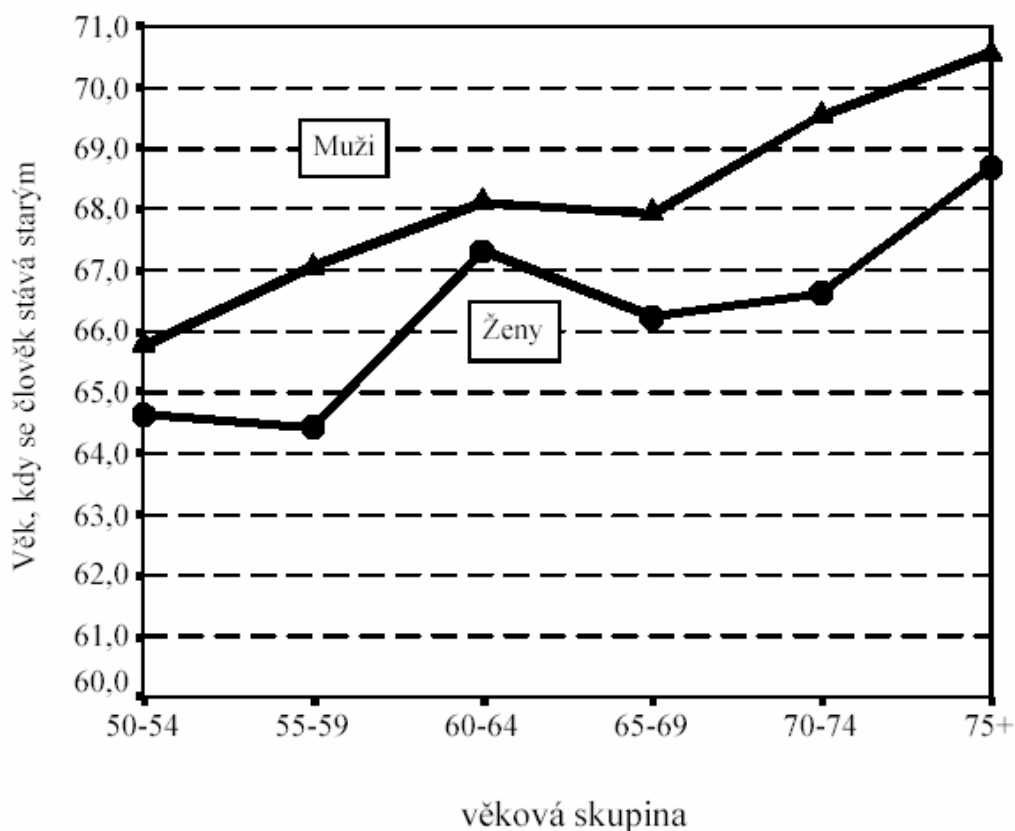
⁴ Start-Hamilton, I. *Psychologie stárnutí*. 1. vydání. Praha: Portál, 1999. 319 s. ISBN 80-7178-274-2.

⁵ Rabušic, L. *Česká společnost stárne*. Brno: Georgetown, 1995. Masarykova univerzita v Brně. 192 s. ISBN 80-210-1155-6.

2.1 Kdy se člověk stává starým?

Zdeněk Tomeš z Katedry ekonomie na Masarykově univerzitě v Brně si ve své studii nazvané „Stárnutí populace jako pohroma nebo jako sociální výzva?“ klade otázku, v jakém věku se člověk stává seniorem. V souvislosti s tím se odkazuje na reprezentativní výzkum české předseniorské a seniorské populace (osob ve věku 50 let a starších), který v roce 1996 provedl Rabušic a Mareš. Jak výzkum ukázal, podle mínění respondentů, se člověk stává starým kolem 67 roku. Určení věkové hranice stáří je ale v české populaci závislé na pohlaví respondenta: muži uváděli věk, v němž začíná stáří, v průměru u 67,8 let, ženy pak u 66,1 let. Mladší lidé určují hranici stáří níže než lidé starší. Tak např. muži ve věkové skupině 50-54 let považují za hranici stáří v průměru věk 65,8 let, ženy pak 64,6 let. Ovšem muži ve věku 70-74 let již za hranici stáří považovali v průměru věk 69,5, ženy pak 66,6 let.

Obr. 1. Názor respondentů na věk, kdy se člověk stává starým, podle pohlaví a věkových skupin



Zdroj: Rabušic, Mareš, 50 + (datový soubor), 1996

3 DEMOGRAFICKÉ ZMĚNY VE SPOLEČNOSTI

Struktura populace se mění díky třem demografickým procesům: porodnosti, úmrtnosti a migraci. V současné době se lidstvo potýká s nízkou porodností, což má za následek populační stárnutí. Společnost stárne rychleji než kdykoli předtím. Tento trend začíná být snad dramatičtější než populační exploze.

3.1 Civilizační problém: společnost stárne

K tématu stárnutí světové populace vyšla řada odborných studií a publikací. Mě osobně zaujal titul „Globální problémy a světová ekonomika“ autorů Jeníčka a Foltýna, kteří v kapitole Populační problém objasňují dané téma stručně a srozumitelně:

„Demografové OSN soudí, že v polovině tohoto století bude naši planetu obývat více lidí starších 60 let než mládeže do 15 let. Dnes patří na světě do věkové skupiny nad 60 let 629 mil. lidí, tedy každý desátý. Ovšem v roce 2050 to bude už každý pátý člověk, celkově asi dvě miliardy osob. O dalších sto let později prý už bude seniorem dokonce každý třetí pozemšťan.

Stárnutí lidstva se stává jedním ze zásadních problémů budoucnosti civilizace. Tato tendence vyvolává řadu naléhavých otázek. Například dokáže-li zbytek aktivní populace rostoucí počet starých lidí vůbec uživit? A co se stane s národy, u nichž již dnes úmrtnost převažuje nad porodností? Vymizí ze světa, nebo budou usilovat o přežití za každou cenu?

Stárnutí obyvatel ve vyspělých zemích může už brzy ohrozit jejich prosperitu. Co tedy s tím? Za jeden z nejučinnějších způsobů, jak tento vývoj alespoň zmírnit, považují demografové pozdější odchod do důchodu. Renomovaná britská analytická organizace Future Foundation si život našich potomků za sto let představuje asi takto: lidé budou žít do 120 let, do důchodu půjdou nejdříve v 80 a nejméně třikrát se vdají či ožení. Vysokou školu dokončí hned dvakrát za život. Prodlouží se pracovní aktivita, člověk si postupně osvojí více profesí. V 55 letech, kdy už dnešní generace pomalu pomýšlí na důchod, prý noví lidé zahájí svou třetí životní kariéru.“⁶

⁶ Jeníček, V., Foltýn, J. *Globální problémy a světová ekonomika*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2003. 269 s. ISBN 80-7179-795-2.

3.1.1 Populace v roce 2050

„Do poloviny století nás bude zřejmě přes 9 miliard. Drtivou populační převahu získají k roku 2050 rozvojové země, zatímco podíl vyspělých států na světové populaci klesne z dnešních 15 % na necelých 10 %. Vyplývá to z nejnovějších demografických projekcí OSN.

V dnešních zemích Evropské unie má být v roce 2050 na 154 mil. lidí v produktivním věku, zatímco před pěti lety to bylo 169 mil. Úbytek pracovních sil postihne, podle údajů statistického úřadu Eurostat, všechny evropské regiony. Je třeba se postarat, aby starší lidé působili v ekonomice déle. Další možností je reforma penzijního systému a liberálnější imigrační politika. Jedním ze způsobů, jak zvýšit počet aktivního obyvatelstva, je přivést do Evropy dynamickou a kvalifikovanou mládež zvenčí. Spojené státy ostatně imigrací „omlazují“ své obyvatelstvo již nyní. Přistěhovalci doplňují počty obyvatel i Německa, Itálie, Řecka, Portugalska a mnoha dalších evropských zemí.“⁷

Také Zbigniew Brzezinski ve své knize „Volba: Globální nadvláda nebo globální vedení“ píše, že: „...*Imigrace je v bohatších zemích světa se stárnoucím obyvatelstvem jak ekonomickou, tak politickou nutností, zatímco emigrace může být bezpečnostním ventilem narůstajících demografických tlaků, k nimž dochází v lidnatém a mnohem chudším třetím světě.*“

8

3.1.2 Populace v roce 2100

„V posledních třiceti letech klesla míra porodnosti v západních zemích, což demografové věděli. Domnívali se však, že porodnost zůstala vysoká ve velkých rozvojových zemích, míra porodnosti ovšem i tam v současnosti klesá na nižší úroveň, než předpokládali. Vůbec poprvé lze považovat za možné, že zhruba za sto let začne počet obyvatel Země klesat.

⁷ Jeníček, V., Foltýn, J. *Globální problémy a světová ekonomika*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2003. 269 s. ISBN 80-7179-795-2.

⁸ Brzezinski, Z. *Volba: Globální nadvláda nebo globální vedení*. Praha: Mladá Fronta, 2004. 290 s. ISBN 80-204-1179-8.

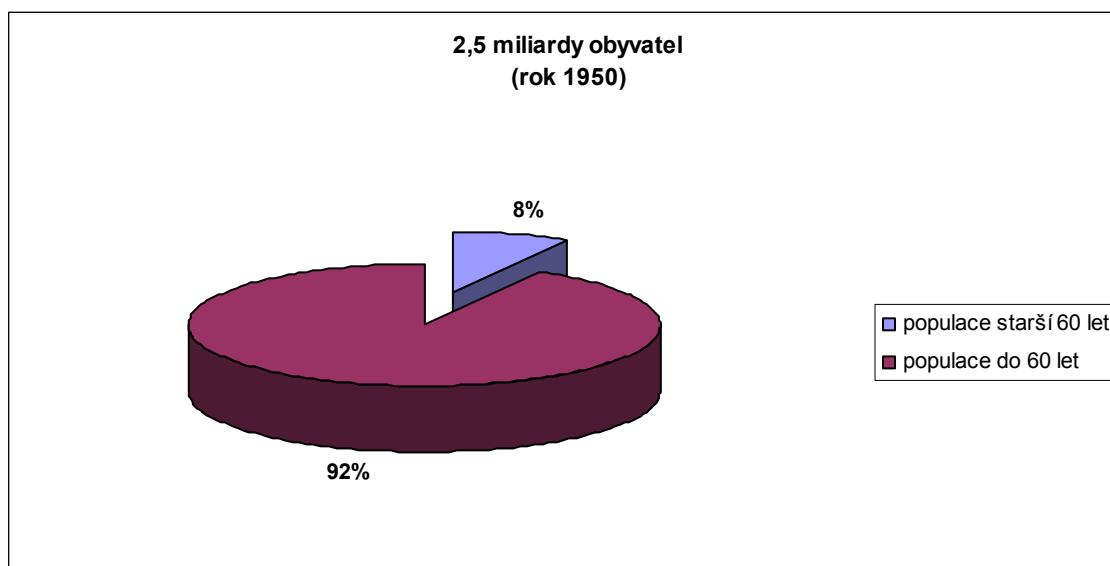
Dokonce se může z úrovně kolem 10 až 11 mld. lidí jednou vrátit k nynější úrovni, která činí 6,1 mld., případně se dostat i pod tuto úroveň.

Sedmdesát čtyři země světa, jež nyní vykazují porodnost 2,1 až 5 dětí na jednu ženu a představují celkem 43 % obyvatel země, by se mělo již do roku 2050 dopracovat k indexu porodnosti 1,85. To bude znamenat citelný pokles – kupříkladu v Indii bude v té době žít o 85 mil. lidí méně.

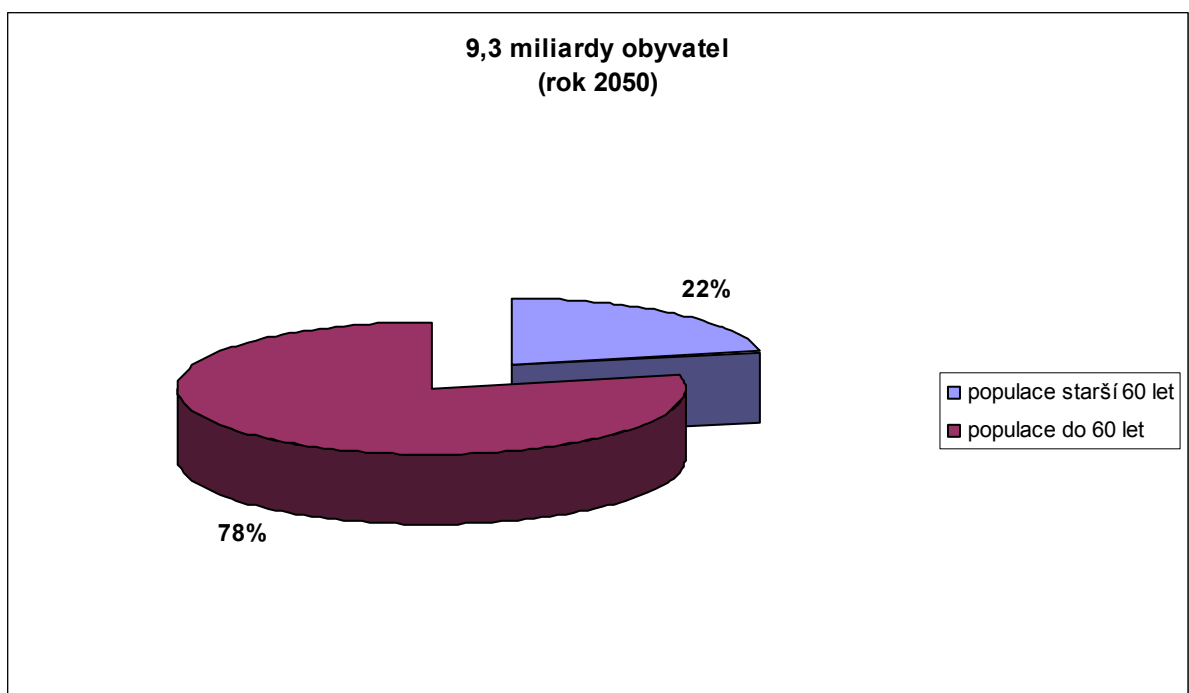
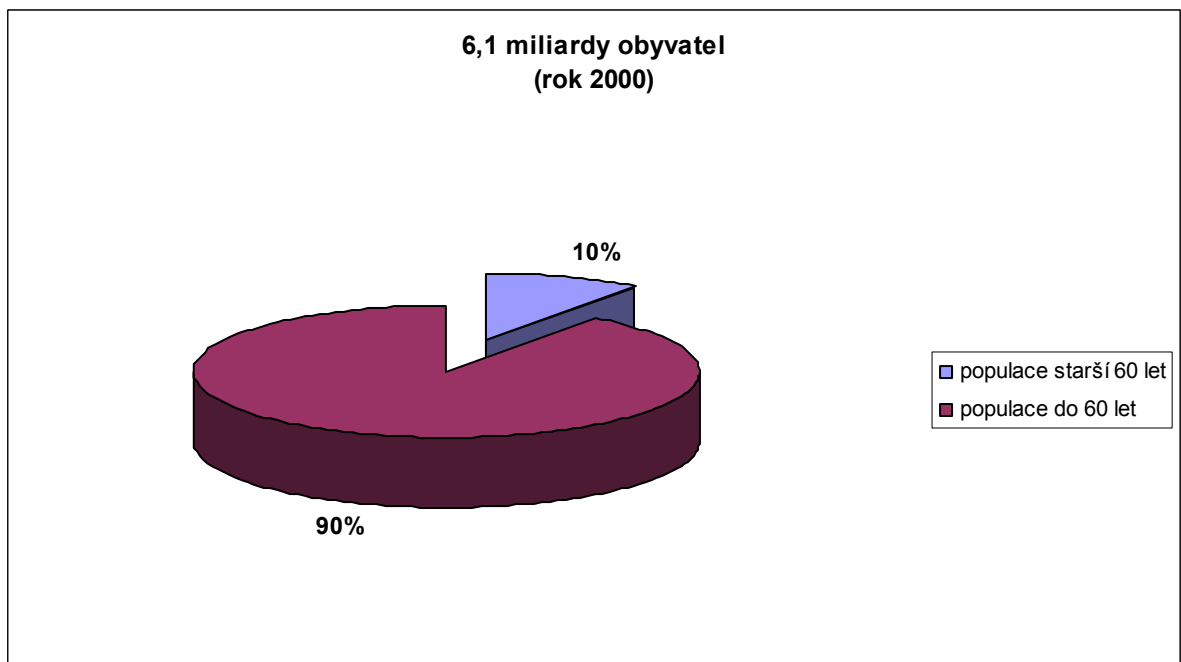
Evropa má nyní průměrnou porodnost 1,34 dítěte na ženu a je těsně za Japonskem, kde zmíněný ukazatel dosáhl hodnoty 1,33. V nejlidnatější zemi světa, v Číně, připadá nyní – po vládních opatřeních – 1,8 dítěte na jednu ženu.

A proč porodnost na planetě nestoupá tak, jak se dělo v minulých desetiletích? Lze uvést několik důvodů: jde o šíření antikoncepce, rostoucí počet pracujících žen, masivní přesun obyvatel z venkova do měst. Do všech koutů světa se šířící konzumní způsob života, jehož vyznavači s rostoucími výdaji na spotřební zboží ztrácejí ochotu vynakládat prostředky na obživu dětí, respektive chod velké rodiny.“⁹

Obr. 2. Stárnutí světové populace



⁹ Jeníček, V., Foltýn, J. *Globální problémy a světová ekonomika*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2003. 269 s. ISBN 80-7179-795-2.



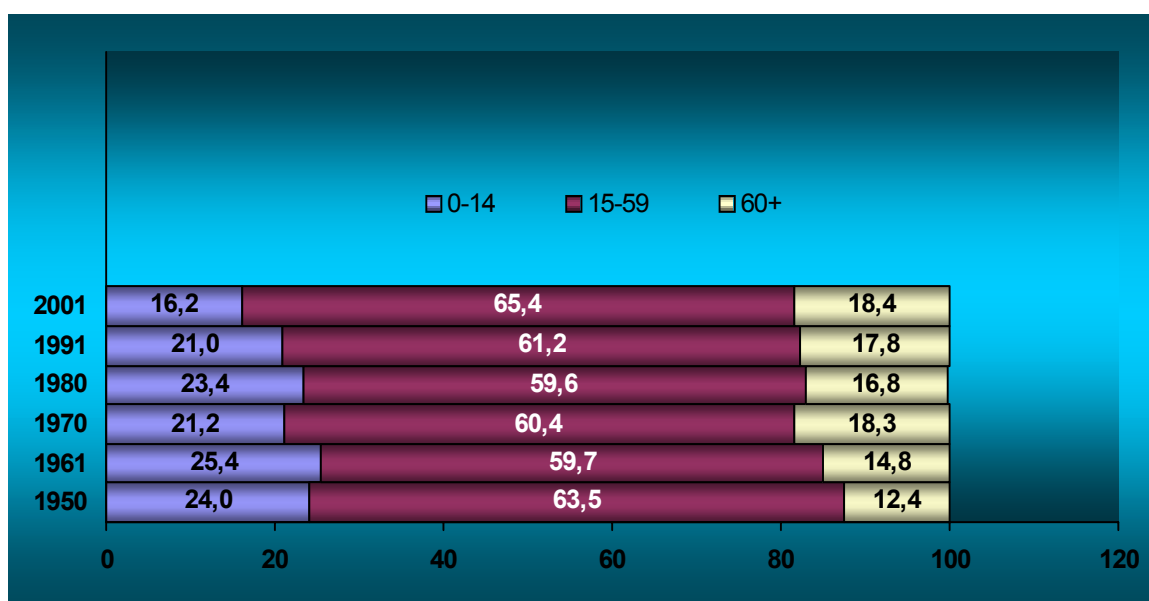
Zdroj: Foltýn, Jeníček: Globální problémy a světová ekonomika (Pramen: AFP/OSN)

3.2 Česká společnost stárne

„Česká populace začala stárnout po roce 1950, kdy proporce obyvatel starších šedesáti pěti let překročila hranici osmi procent, která je považována za hranici populačního stáří. Toto stárnutí bylo převážně způsobeno zužováním základny věkové pyramidy, které mělo dvě příčiny: snižování porodnosti a stagnace ve vývoji úmrtnosti v průběhu šedesátých let. Výrazné a plynulé zestárnutí české populace je ovšem možné očekávat v průběhu příštích 40 let, kdy po r. 2000 začnou překračovat dnešní hranici věku odchodu do důchodu silnější populační ročníky narozené v období 1940 – 1955.“¹⁰ Tento závěr vyplývá také z populační prognózy ČSÚ.

Vývoj podílu nejmladší a nejstarší věkové skupiny v populaci pak zachycuje následující graf.

Obr. 3. Podíl seniorů na věkové struktuře obyvatel (v %)



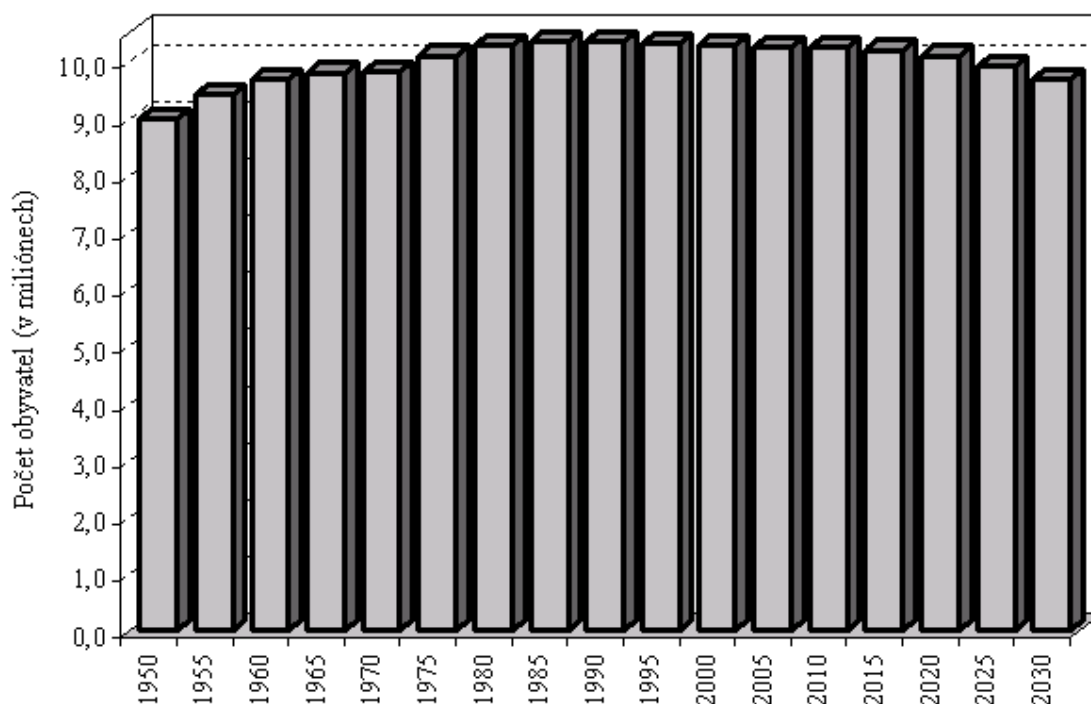
Zdroj: ČSÚ: Statistický portrét stárnoucího obyvatelstva

¹⁰ Rabušic, L. *Česká společnost stárne*. Brno: Georgetown, 1995. Masarykova univerzita v Brně. 192 s. ISBN 80-210-1155-6.

Zatímco při sčítání obyvatel z roku 1950 činil podíl osob starších 60 let 12,4 %, v r. 2001 to bylo již 18,4 %, což je 1 884 tis. osob (údaj z 1.3. 2001). V tomto roce také poprvé převýšil počet seniorů věkovou skupinu osob do čtrnácti let, která tvořila pouhých 16,2%.

„Z projektovaného vývoje populace České republiky vyplývají následující závěry: v roce 2030 je možno očekávat, že v naší populaci bude 22 % až 27 % osob starších 60 let nebo 17 % až 21 % osob ve věku 65 let a starších.

Obr. 4. Vývoj počtu obyvatel ČR 1950-2000 a prognóza vývoje do roku 2030



Zdroj: MPSV: Národní program přípravy na stárnutí

Těmito podíly se zařadíme mezi populace s atributem „staré“. V mezinárodním srovnání se Česká republika z hlediska stáří svých obyvatel (65 +) může v roce 2030 podobat Maďarsku, USA, Velké Británii či Norsku. K nejzávažnějším problémům stárnoucí společnosti patří, že vznikne mohutná skupina ekonomicky závislé populace se specifickým životním stylem a specifickými potřebami v oblasti spotřeby, zdravotní péče, bydlení.“¹¹

¹¹ Rabušic, L. *Česká společnost stárne*. Brno: Georgetown, 1995. Masarykova univerzita v Brně. 192 s. ISBN 80-210-1155-6.

Stárnoucí obyvatelstvo ve Zlínském kraji

„Obyvatel ve Zlínském kraji ubývá. A navíc stárnou. Přes rekordní počet narozených miminek se ve městech pohybuje stále více důchodců. V celkovém součtu je v regionu o sto sedmdesát lidí méně, než tomu bylo v lednu 2005. „Je to alarmující zjištění. I v takovém průmyslovém a znečištěném kraji jako je Ústecký, je porodnost větší než úmrtnost. Ale Zlínský kraj stále vymírá“, podotkl k tomu přednosta Kliniky reprodukční medicíny ve Zlíně Ladislav Pilka. Na vině přitom není jen neustálé odsouvání těhotenství do pozdějšího věku žen a nižší schopnost mužských spermií oplodnit vajíčko. Úbytek obyvatelstva způsobuje také špatná dostupnost Zlína a nečinnost úřadů. „Z obrovského areálu bývalého Svitú mohla být spousta nových bytů pro mladé rodiny s dětmi. Bytů ve Zlíně je málo, a tak jejich ceny neustále rostou“, říká Pilka.

„Ještě v roce 1991 měl Zlín třiaosmdesát tisíc obyvatel, z toho bylo jen pět procent starších pětasedmdesáti let. Dnes má krajské město jen devětasedmdesát tisíc obyvatel a starých lidí nad pětasedmdesát let tu žije už přes sedm procent,“ potvrdil nedávno zlínský radní Vladimír Řihák, který se problematikou stárnutí regionu dlouhodobě zabývá. Situace se zřejmě bude ještě zhoršovat. Za 10 let budou podle demografů senioři nad šedesát let tvořit až čtvrtinu všech obyvatel. V roce 2020 už by to mělo být téměř třicet procent. Za jednu generaci, tedy za šestadvacet let, bude v kraji o polovinu méně matek než dnes.

„Přibude starých a velmi starých lidí v důchodovém věku. Lidí starších než osmdesát let bude přes dvanáct procent. Zcela novým problémem se stanou tisíce osamělých seniorů, hlavně žen, které mají vesměs nižší penze. Budou tedy potřebovat pomoc státu při najímání ošetřovatelek,“ upozornil krajský radní pro sociální věci Zdeněk Szpak.“¹²

¹² Kapitánová, Veronika. Obyvatel kraje stále ubývá. *MF Dnes*, 2007, roč. XVIII, č. 16, s. 12.

4 MOŽNOSTI SEBEREALIZACE SENIORŮ

Cílem mé práce je dokázat skutečnost, že se starší lidé budou stále více zapojovat do aktivního stylu života. To znamená, budou chtít neustále rozvíjet své schopnosti, a to jak fyzické, tak psychické. Budou mít chuť více sportovat, cestovat, poznávat nové věci a v neposlední řadě se vzdělávat. Zkrátka budou chtít žít plnohodnotný život bez jakýchkoliv bariér. Přestože je u nás tento trend teprve v začátcích, v mnohých západních zemích se stal již zcela běžnou součástí života. „Nová vlna“ seniorů má již dokonce své označení: whoopies – čili wealthy older people, volně přeloženo: dobře zajištění starší lidé. „V zemích západní Evropy utrácejí něco mezi šedesáti až osmdesáti procenty toho, co vydávají yuppies (young urban professionals, úspěšní mladíci z města). U nás sice průměrný důchod představuje jen necelou polovinu průměrné výplaty, ale předpovědi říkají, že staří budou své peníze utrácet stále ochotněji. Lidé, kteří se do důchodového věku dostávají nyní, mají díky životním zkušenostem podle anglického seniora a psychologa Tonyho Gibsona "pozitivní myšlení a aktivní styl života". Přísnost a spořivost dnešních pětasedmdesátníků podle něj vystřídá mnohem hédoničtější generace.“¹³

4.1 Volnočasové aktivity seniorů

Abych mohla potvrdit nebo vyvrátit výše naznačenou hypotézu, považuji za vhodné nejdříve uvést, jak senioři tráví svůj volný čas. Využiji k tomu vybrané výsledky sociologického výzkumu agentury Focus, nazvaný „Senioři a média“. Výzkum byl realizován v září 2004 na reprezentativním vzorku populace ČR starší 64 let, a to formou přímých standardizovaných rozhovorů. Celkem bylo uskutečněno 423 rozhovorů. Z výzkumu vyplynuly tyto poznatky:

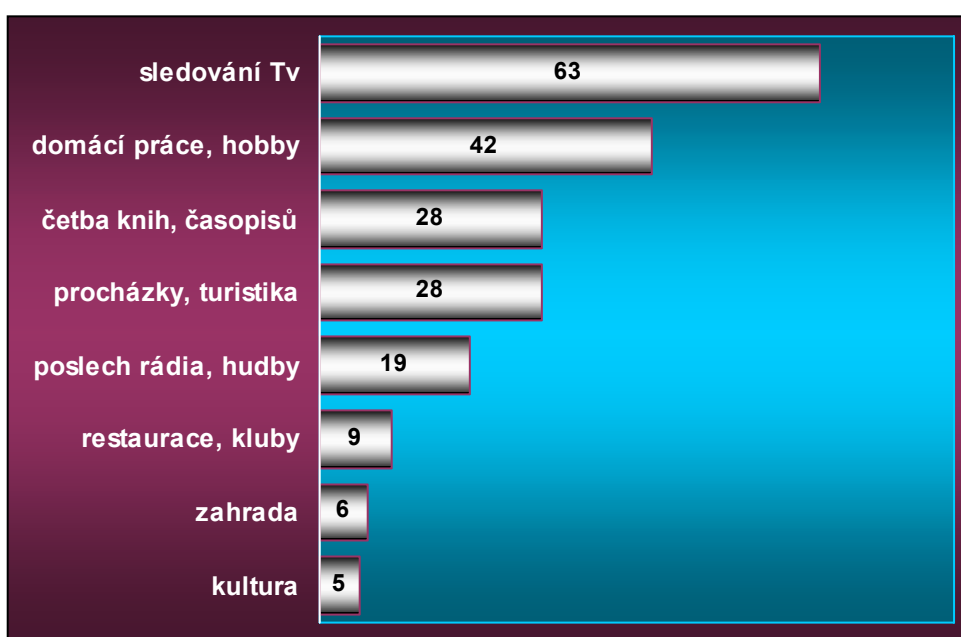
„Hlavní náplní volného času seniorů je sledování televize (63% dotázaných). Všichni respondenti, kteří ji jako volnočasovou aktivitu uvedli, ji zmínili jako první činnost, provozovanou ve volném čase. Přibližně třetina respondentů sledování televize buď nepovažuje za volnočasovou aktivitu, nebo ji mezi těmito aktivitami nechce

¹³ Vránková Karolína. Svět patří starým. *Týden*, 2004, roč. XI, č. 21, s. 100 – 102. ISSN 1210-9940.

uvést. Dominantní rolí televizního vysílání v domácnostech respondentů je poskytování informací a zábavy.

Senioři tráví svůj volný čas především pasivními činnostmi: necelé dvě třetiny respondentů sledují televizi (63%), čtenbě se věnují dvě pětiny dotázaných (40%), poslechu rádia (hudby) pak necelá třetina (28%). Mezi aktivní způsoby vyplnění volného času můžeme zařadit především domácí práce, kutilství (42%) a procházky či turistiku (28%).

Obr. 5. Jak tráví senioři svůj volný čas?



Zdroj: Závěrečná zpráva z výzkumu agentury FOCUS

Další aktivity, kterým se senioři ve volném čase věnují, jsou tyto : sport, vnučata, pes, křížovky, šachy, chata, nákupy, jízda na kole, zájezdy, účast na fotbalových zápasech, modlitba, brigáda, pletení, malování, studium, hudba, sportka nákupy, milování, sportka, vaření, houbaření, lázně, rybaření, sběratelství, kutilství, péče o rodinu, květiny.

Přestože respondenti v odpovědích neuváděli cestování (objevily se jen procházky a turistika, příp. jednodenní zájezdy), statistiky dokazují, že senioři cestují stále více. Informuje o tom i zpravodajský server ČTK *ČeskéNoviny.cz*: „Důchodci se na tuzemském

prodeji zahraničních zájezdů podílejí 12 procenty, od roku 1999 se tento podíl každým rokem zvyšuje asi o 0,7 procentního bodu, řekl ČTK analytik cestovního ruchu Jaromír Beránek. Některé cestovní kanceláře hlásí dokonce řádově vyšší nárůst počtu klientů z řad seniorů. V loňském roce, kdy Češi utratili za zájezdy poprvé více než 30 miliard korun, na důchodce připadlo 3,6 miliardy korun. Význam klientů v důchodovém věku, kterých bude stále přibývat, si uvědomují i cestovní kanceláře a přizpůsobují tomu svou nabídku. Většina cestovních kanceláří již má pro důchodce připravenou speciální nabídku a poskytuje jim až 50procentní slevy. Slev může využít i osoba, která seniora doprovází. Současná seniorská klientela je náročnější než před deseti nebo 15 lety. Senioři nyní dávají přednost leteckým zájezdům, tří- a čtyřhvězdičkovým hotelům s polopenzí nebo all inclusive. Vývoj zájmu o cestování mezi důchodci zažíval v posledních 17 letech velké výkyvy. "Po revoluci a následné deregulaci cen jsme zaznamenali velký pokles," říká Beránek. Na počátku 90. let působilo sousloví bohatý důchodce téměř jako žert. Poté ale přišla vlna restitucí, kdy se vracely činžovní domy, lesy a další nemovitosti a prodej zájezdů seniorům dosáhl svého vrcholu, vysvětluje Beránek. Po následném poklesu je růst od roku 1999 stabilní. Nyní pobírá důchod v ČR 1,42 milionu lidí a podle prognóz bude důchodců stále více. Do důchodu nyní odcházejí silné poválečné ročníky a také průměrný věk se prodlužuje.¹⁴

Kromě cestovních kanceláří seniorům vycházejí vstříc i další obchodníci, například restaurace, hotely nebo supermarkety. To jasně dokazuje, že se senioři pomalu ale jistě stávají důležitým tržním segmentem.

4.2 Senioři jako speciální tržní segment

Vymezení cílové skupiny seniorů jako specifického tržního segmentu není jednoduché. Zejména proto, že se nejedná o „jednotlivou“ skupinu, ale jsou zde zastoupeni lidé s různým socioprofesionálním statutem. Z hlediska spotřebního chování jde o velmi fragmentovaný

¹⁴ Senioři cestují stále více. *ČeskéNoviny* [online]. Leden 2007 [cit. 8. února 2007]. Dostupné na WWW:

http://www.ceskenoviny.cz/toISO-8859-2.cs/cestovani/aktualitycr/index_view.php?id=231683

segment jak z hlediska příjmů, tak životního stylu. Znalost specifík této cílové skupiny do značné míry předurčuje efektivitu oslovení zákazníků - seniorů a následně i nárůst prodejů.

Autorka Jitka Vysekalová v publikaci *Psychologie spotřebitele* definuje typologii jednotlivých „seniorských“ segmentů a demonstruje různé způsoby chování v těchto segmentech (s. 243):

Tab. 1. Rozdělení skupin na základě faktoru

„finanční svoboda“

Finanční svoboda		
Vysoká	Bohatí, ale nemohoucí	Bohatí a zdraví
	Rozpačití	Snaživí
Nízká	Přežívající	Chudí, ale otevření
	Závislí	Nezávislí

Zdroj: Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*

Příklad: „bohatí a zdraví“ jsou nezávisle bohatí, pravděpodobně před odchodem do důchodu (například ředitelé firem). Mohou mít svůj druhý domov v Evropě nebo v U.K., užívají si hektický společenský život, mají rádi dobrá vína a čtení. Podporují charitu, řídí luxusní auta... Naopak „snaživí“ – poválečná generace - , mnozí stále ještě pracují, hypotéky mají často ještě nesplacené, mají několik kreditních karet, těší je hobby-řemesnictví, zahradničení a sázení, jezdí poloterénními a rodinnými auty, chodí do restaurací zaměřených na celé rodiny.

Těmto širokým homogenním segmentům vytvářejí marketingoví pracovníci odpovídající nabídky a způsoby oslovení.¹⁵

¹⁵ Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Praha: Grada, 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9.

Jak to vypadá s přístupem k této skupině u nás? Jak jsem naznačovala v předchozí kapitole, segmentu seniorů si zatím nejvíce všímají cestovní kanceláře. Konkrétní nabídky můžeme sledovat také u produktů farmaceutického a kosmetického průmyslu (příloha č. 1). Naopak v oblasti finančních produktů, telekomunikací či potřeb pro volný čas, nabídka stále pokulhává. Například výrobce mobilních telefonů firma NOKIA uvedla na trh v posledních letech řadu nových telefonů s mnoha funkcemi. Žádný z nových přístrojů však primárně není určen pro cílovou skupinu nad 50 let. Třeba tím, že bude mít velké a čitelné klávesy, velký displej či jednoduché ovládání.

Jiná situace je v západních zemích. Produktová manažerka značky Nivea Hanna Kujdynski v německém časopise *Media&Marketing* říká: „Produkt Nivea Vital (příloha č. 2) reaguje na trend stárnoucí populace a v komunikaci také zdůrazňujeme, že péče o pleť nekončí ve 40, ale jde dál. To je také důvod, proč jsme do reklamy obsadili ženu, která vypadá, že je starší 50 let. Reakce spotřebitelek na tuto reklamu, kde hlavní úlohu nehrála dvacetiletá holka, byla úžasná.“¹⁶

Nový přístup ke skupině 50+ zdůrazňuje také společnost Allianz v tiskové inzerci německých periodik. Reklama vyjadřuje posun k aktivnímu prožívání penzijního věku. Komunikace zaměřená na tuto skupinu zdůrazňuje prožitek založený na luxusu, sebedůvěře a splněných přáních. (příloha č. 3).

To, že senioři představují tržní segment, kterému je věnována značná pozornost, dokazuje také společnost ABF, a. s., která je pořadatelem prvního ročníku veletrhu pro aktivní život ve zralém věku nazvaného *For Senior 2007* (příloha č. 4). Jak název napovídá, veletrh je zaměřený především na dříve narozenou generaci a budou na něm představeny produkty a služby v těchto kategoriích: instituce zaměřené na seniora; zdraví; domov a snadnější život; přístroje a pomůcky pro snadnější život; volný čas; sport a relaxační instituce; ostatní.

¹⁶ Walter Spitz. Senioři mají hodně času, hodně peněz a hodně síly. *Trend marketing* [online]. Říjen 2004 [cit. 8. února 2007]. Dostupné na WWW:

http://mam.ihned.cz/c4-10102480-15010680-107700_d-seniori-maji-hodne-casu-hodne-penez-a-dost-sily

4.3 Ekonomická aktivita seniorů

Ekonomické aspekty stárnutí populace jsou úzce svázány s věkem odchodu do důchodu. Ten je však často nezávislý či dokonce v protikladu k demografickému vývoji. Věk odchodu do důchodu se často snižoval tehdy, když docházelo k růstu délky dožití. Jak uvádí například Gruber a Wise ve své přehledové studii: „Populace ve všech vyspělých zemích rychle stárnou a průměrná délka života se zvyšuje. Ovšem starší pracovníci opouštějí pracovní sílu v mladších a mladších letech. V některých zemích pracovní participace mužů věku 60 - 64 let poklesla v posledních 30 letech o 75%. Tento pokles zesiluje populační trendy a přispívá k růstu poměru důchodců vůči pracujícím. Dohromady pak tyto trendy dostávají pod mimořádný tlak finanční stabilitu důchodových systémů po celém světě.“ (Gruber, Wise 1997, s.1) ¹⁷

Politiku aktivního stáří zmiňuje také Rabušic ve své práci *Stárnutí populace jako pohroma nebo jako sociální výzva?*: „Stárnutí společnosti je stále více a více vnímáno jako jedinečná výzva a příležitost, kdy senioři jsou chápáni jako cenný zdroj, který může výrazně přispívat životu moderních evropských společností. Tato optika dostala nedávno již i své politické vyjádření: v roce 1999 vyzvala Evropská komise (European 1999) k pracím na komplexní agendě pod názvem „aktivní stárnutí“. Aktivní stárnutí je podle definice OECD (1998): *“kapacita lidí, jak stárnou, vést produktivní život ve společnosti a v ekonomice. To znamená, že jsou schopni činit pružná rozhodnutí o tom, jakým způsobem budou trávit svůj čas v průběhu svého života – v učení se, v práci, ve volném čase a v péči o druhé (OECD, 1998:84).“* Staří lidé se ovšem velmi často v současnosti setkávají s překážkami, jenž brání v tom, aby mohli aktivní život vést. Těmito bariérami jsou špatný zdravotní stav, nepružné trhy práce a neadekvátní veřejná politika. Překonat by je měla právě výzva pro formulaci politiky aktivního stárnutí (PAS).

Politika aktivního stárnutí je podle představ iniciátorů této myšlenky zásadní výzvou evropským sociálním modelům (European, 1999). Měla by totiž, na rozdíl od tradiční sociál-

¹⁷ Tomeš, Zdeněk: *Je stárnutí populace výzvou pro hospodářskou politiku?* [online]. Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky. Prosinec 2005 [cit. 10. února 2007]. Dostupné na WWW:

<http://www.econ.muni.cz/centrum/papers/wp2005-08.pdf>

ní politiky, jít napříč všemi jejími odvětvími a měla by zahrnovat různé politické aktéry. Např. v oblasti politiky zaměstnanosti obsahuje přesvědčování lidí, aby jednak pracovali déle, než je zákonná hranice pro odchod do důchodu, jednak aby se pracovní prostředí přizpůsobovalo starším pracovníkům a zaměstnancům. Jedním z cílů PAS je také dokázat, že skupina osob ve věku 50 – 69 let jsou poměrně značnou a na trhu práce dobře uplatnitelnou entitou. Tento cíl v sobě zahrnuje, aby pracovníci a zaměstnanci měli v průběhu celé své kariéry přístup k získávání nových poznatků a dovedností, jakož i systémy pružných odchodů do důchodu jak na úrovni firmy či podniku, tak na úrovni celé ekonomiky.

Evropská komise ve své zprávě (1999) poukazuje na skutečnost, že již dnes (o budoucnosti ani nemluvě) představují senioři zatím nedoceněnou zásobu dovedností, zkušeností a znalostí. Bohužel současné instituce trhu práce, penzijního systému nebo zdravotní péče jen minimálně motivují k tomu, aby senioři ve svém věku vedli aktivnější a integrovanější způsob života. Stárnoucí evropské společnosti se tak připravují o velký rezervoár lidského a sociálního kapitálu v době, kdy se těchto kapitálů začíná pomalu nedostávat.¹⁸

4.3.1 Pracující senioři v ČR

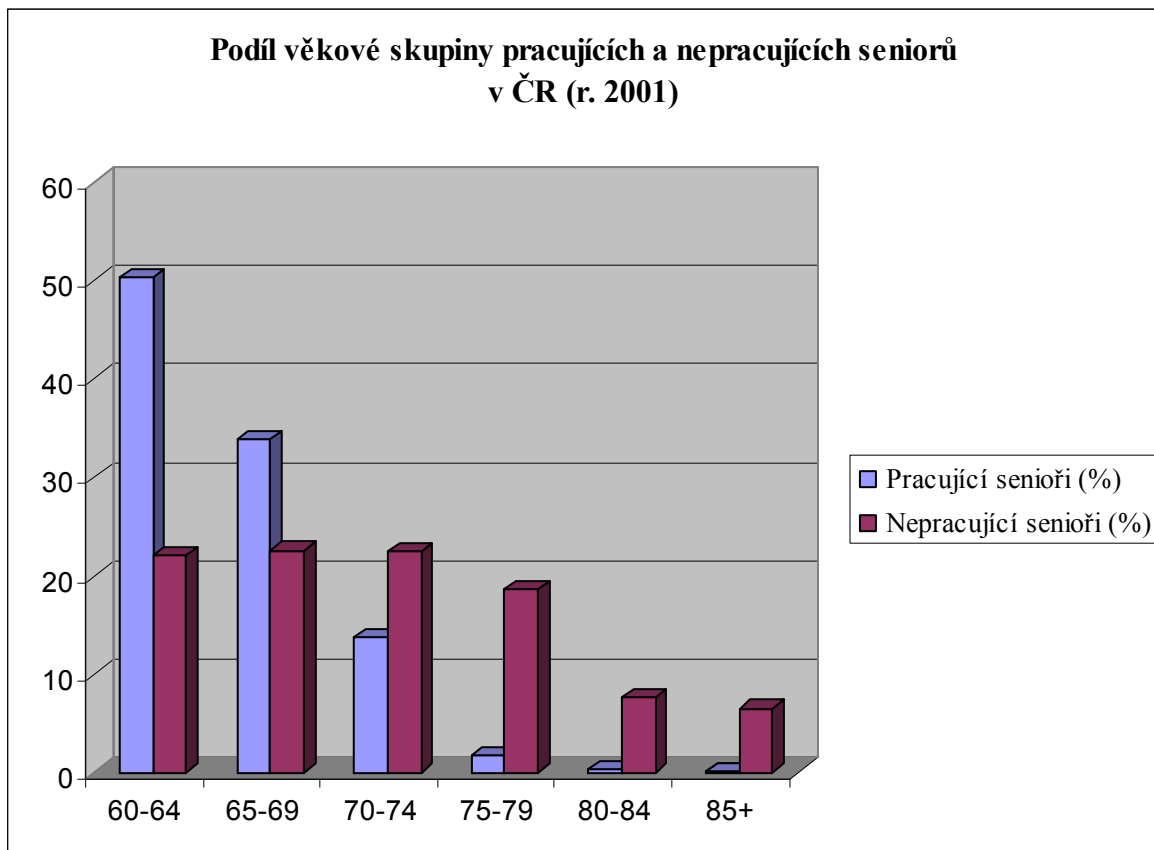
Český statistický úřad uvádí, že „z celkového počtu osob starších 60ti let (1 883 783 osob; údaj z 1. 3. 2001) tvoří převážnou většinu nepracující senioři (91,9 %). Pouhých 6,1 % představují pracující důchodci a zbývající 2 % pak osoby, které jsou stále ekonomicky aktivní, a to i po překročení věkové hranice 60 let, resp. státem stanovené hranice odchodu do starobního důchodu.

Jak ukazuje graf 6, nejvíce ekonomicky aktivních důchodců připadá z důvodu dostatečných fyzických i psychických sil na nejnižší věkové skupiny důchodců. Nejvíce ekonomicky aktivních důchodců je ve věku mezi 60 až 64 lety. Plnou polovinu z celkového počtu pracujících důchodců představují pracující důchodci právě tohoto věku. Další jednu třetinu z celkového počtu pracujících důchodců tvoří ekonomicky aktivní ve věku mezi 65

¹⁸ Rabušic, L. *Stárnutí populace jako pohroma nebo jako sociální výzva?* [online]. Praha: VÚPS, 2002, [cit. 2007-02-17]. Dostupný z WWW: http://www.vupsv.cz/Starnuti_populace.pdf

až 69 lety. Tedy více než čtyři pětiny mezi pracujícími důchodci podle údajů ze sčítání lidu tvoří osoby ve věku mezi 60 až 69 lety.“¹⁹

Obr. 6. Pracující a nepracující senioři



Zdroj: ČSÚ, Věková struktura a ekonomická aktivita seniorů

Podíl pracujících seniorů v jednotlivých regionech uvádím v příloze 6.

¹⁹ Věková struktura a ekonomická aktivita seniorů. ČSÚ [online]. Březen 2001 [Cit. 10. února 2007]. Dostupný z WWW: [http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/62005331FF/\\$File/41230425.pdf](http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/62005331FF/$File/41230425.pdf)

„Evropská unie si vytyčila cíl zvýšit do roku 2010 zaměstnanost věkové skupiny 55 - 64 let na 50 %. Tato meta je však pro Českou republiku nedosažitelná. Starší lidé mají s uplatněním na trhu práce značné problémy vzhledem k nízké jazykové vybavenosti, neznalosti nových ICT a rovněž nezájmu zaměstnavatelů.“²⁰

Tuto skutečnost bere v úvahu již zmiňovaný Národní program přípravy na stárnutí na období let 2003 – 2007 v ČR, který si klade za cíl podporovat setrvávání starších pracovníků v zaměstnání a vytváření podmínek pro zvýšení zaměstnanosti těchto pracovníků. Jednou z možností, jak podpořit schopnost adaptace starších pracovníků na změny na trhu práce, je jejich vzdělávání. Touto možností se budu podrobněji zabývat v praktické části.

4.3.2 Projekt Třetí kariéra

„Rozvojové partnerství Třetí kariéra je dvouletý projekt na podporu celoživotního vzdělávání a na zlepšení podmínek na trhu práce pro cílovou skupinu lidí ve věku 50+ ve středoevropském regionu. Projekt je spolufinancovaný Evropským sociálním fondem EU a státním rozpočtem ČR. Vychází z průzkumu, který provedla výzkumná společnost STEM a který přináší přehled o osobních a pracovních aspiracích zaměstnanců starších padesáti let (některé výsledky tohoto výzkumu uvádím v příloze VI a VII).“²¹

„V průběhu desetidenního pilotního kurzu, který v pěti blocích probíhá od října 2006 do dubna 2007, se účastníci dozvědí o nových možnostech osobního rozvoje a finančního plánování, posílí svoji schopnost adaptace na změny a prosazení se na trhu práce. Naučí se též, jak lépe pečovat o své zdraví a účinně odpočívat.“²²

²⁰ Eva Motejzíkova . Vzdělávání místo předčasných důchodů. *Moderní řízení* [online]. Leden 2001 [cit. 19. března 2001]. Dostupné na WWW: http://kariera.ihned.cz/c4-10115330-20161240-q06000_d-vzdelavani-misto-predcasnych-duchodu

²¹ Dvouletý projekt Třetí kariéra. *HR management* [online]. Prosinec 2006 [cit. 14. února 2007]. Dostupné na WWW: <http://managerweb.ihned.cz/index.php?p=T0o000>

²² Senioři v lavicích. *iHned.cz, Vzdělávání* [online]. Květen 2006 [cit. 14. února 2007]. Dostupné na WWW: http://vzdelavani.ihned.cz/2-18526370-d00000_detail-ae

Otázkám aktivace starších pracovníků na trhu práce se začínají věnovat i některé velké firmy, které se zajímají o efektivní využití potenciálu starších zaměstnanců (např. Škoda Auto, a. s., Dannone, a. s.; Raab Karcher Staviva, a. s.).“

„Pro firmy jsou největším kapitálem jejich zaměstnanci – včetně těch starších. Personalisté, kteří se zúčastnili úvodního workshopu projektu Třetí kariéra reprezentují společnosti, které si to dobře uvědomují a chtějí se dozvědět, jak s věkovou skupinou 50+ pracovat lépe a efektivněji. Zaměstnávání starších pracovníků má totiž svoje výhody. Tito lidé se vyznačují rozvahou a loajalitou a díky svým zkušenostem dokáží řešit náročné situace s nadhledem. Ostatně, jak uvedla jedna z účastnic, personální manažerka společnosti Lekkerland Šárka Mašková, „demografický vývoj nás tam beztak dotlačí. Budeme-li na to však připraveni, budeme mít konkurenční výhodu i stabilnější zaměstnanecký tým.“²³

Potvrzení hypotéz 1, 2 a 3

Na základě zjištěných teoretických poznatků, mohu potvrdit hypotézu č. 1, a to „Roste význam a postavení seniorů ve společnosti.“ Podkládají to prognózy OSN, které říkají, že v polovině tohoto století bude naši planetu obývat více lidí starších 60 let než mládeže do 15 let. Význam této cílové skupiny je tedy jednoznačný. To že se mění postavení seniorů ve společnosti pak dokazuje skutečnost, že se tento segment stává finančně silný a je obdařený množstvím volného času. Tím narůstá jeho atraktivnost na spotřebitelském trhu.

Potvrzuje se rovněž hypotéza 2 – „Populační stárnutí lze chápat jako výzvu“. Výzvou pro výrobce a marketéry jsou především nevyužití možnosti v kultuře, zábavě, potřebách pro zahrádkáře, na trhu s jídlem, bydlením i oblečením. Co se týká zaměstnavatelů, ti se snaží připravit se na demografický vývoj rozvojem a vzděláváním starších pracovníků. Vznikají tak projekty typu Třetí kariéra, jehož smyslem je efektivně využít potenciál starších zaměstnanců. Výsledkem je konkurenční výhoda a stabilnější zaměstnanecký tým. Potvrzuje se zároveň hypotéza 3 – „Zvyšuje se potřeba seniorů vzdělávat se“. Tato hypo-

²³ Dvouletý projekt Třetí kariéra. *HR management* [online]. Prosinec 2006 [cit. 14. února 2007]. Dostupné na WWW: <http://managerweb.ihned.cz/index.php?p=T0o000>

téza může být podložena argumenty Politiky aktivního stáří, která si mimo jiné klade za cíl přesvědčit lidi, aby jednak pracovali déle, než je zákonná hranice pro odchod do důchodu, jednak aby se pracovní prostředí přizpůsobovalo starším pracovníkům a zaměstnancům. Od tohoto cíle se jasně odvíjí potřeba vzdělávání starších osob. Jde o to, aby zaměstnanci a pracovníci získávali v průběhu kariéry potřebné poznatky a dovednosti a vyhověli tak požadavkům, které současný trh práce klade.

V teoretické části jsem dospěla k závěru, že význam segmentu seniorů skutečně nabývá na intenzitě a je tedy nezbytné s tímto segmentem efektivně komunikovat. Komunikací v oblasti vzdělávání seniorů se budu podrobně věnovat v praktické části.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU VZDĚLÁVÁNÍ SENIORŮ V ČESKÉ REPUBLICE

Cílem Národního programu přípravy na stárnutí je „vytvářet prostředí a programy umožňující stárnoucím osobám a seniorům vyrovnat se s novými poznatky a informačními technologiemi, které mohou vést k udržení a rozvíjení jejich schopností, přispět ke zvládnutí nároků moderní společnosti a naplnit jejich zájmy a potřeby. Rozvíjet oblast vzdělávání všech věkových kategorií v přípravě na stárnutí a stáří se zaměřením na utváření dobrých vztahů, seznamování se s potřebami a problémy seniorů, podporovat vytváření postojů úcty a porozumění.“²⁴ Tohoto cíle má být dosaženo mimo jiné podporou rozvojových programů celoživotního vzdělávání (podle koncepce Národního programu rozvoje vzdělávání).

Existuje řada organizovaných forem vzdělávání pro seniory. Nejrozšířenější jsou Univerzity třetího věku (podrobněji o nich budu psát v další podkapitole). Různé jiné instituce než vysoké školy pořádají tzv. akademie 3. věku či akademie volného času. V Praze je největší takovou institucí Centrum celoživotního vzdělávání při Kulturním domě Vltavská.

Zvláštní pozornost je věnována dovednostem s novými technologiemi, v současnosti především s osobními počítači a s internetem. Jde např. o projekt Internet pro seniory Života 90 či o univerzitu 3. věku na elektrotechnické fakultě ČVUT.

5.1 Vzdělávací instituce zaměřené na seniory

Tradiční role univerzity byly v druhé polovině minulého století rozšířeny o úlohu společenskou. První specifický vzdělávací program pro seniory vznikl ve Francii v roce 1977.

„Historie českých univerzit třetího věku začíná v roce 1986. První kurzy byly organizovány na Karlově univerzitě, na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích a na Univerzitě Palackého v Olomouci. Velký rozmach seniorského vzdělávání nastal po roce 1992, kdy bylo možné navázat kontakty s partnerskými organizacemi v zahraničí. Další podstatná

²⁴ Národní program přípravy na stárnutí na období let 2003 – 2007 v České republice. Praha: MPSV, 2003. 40 s. ISBN 80-86552-63-2.

změna v systému seniorského vzdělávání nastala v roce 2000, kdy technicky zaměřené české vysoké školy, jmenovitě ČVUT a VUT, začaly nabízet kurzy z oblastí moderních technologií, zejména informačních a komunikačních systémů. Vyučující na těchto školách vyhlásili heslo, které se stalo i mottem této iniciativy: plnohodnotný život seniorů vyžaduje spojení se současnou společností. Kdo chce moderně žít a účastnit se společenského života, musí nutně ovládat současné technologie, a to nejen počítače a mobily, ale i dopravní systémy, bankovníctví, věc se týká i moderních chemických prostředků, energetiky, všech technologií používaných každým z nás v běžném životě.“²⁵

Seniorské vzdělávání nespočívá jen v rozšiřování vědomostí, znalostí a dovedností, ale v celkovém zlepšení kvality života seniorů. Univerzity by tedy měly rozšířit své základní role (tradiční vzdělávací roli, výchovu elit a výzkumu) o roli další, a to převzetí úlohy ve společenském vývoji.

„Asociace Univerzit Třetího Věku (AU3V) je občanské sdružení institucí, které nabízejí a provozují vzdělávací aktivity na úrovni vysokoškolského vzdělávání, určené občanům České republiky v důchodovém věku. AU3V byla založena v roce 1993 z iniciativy několika dobrovolníků, kteří se na svých mateřských univerzitách vzděláváním seniorů zabývali a současně sledovali tuto problematiku v evropském i světovém měřítku. Dnes má AU3V 46 členů. Vzdělávání seniorů patří mezi prestižní úkoly moderních univerzit a vyspělé státy i univerzity si to uvědomují. Proto AU3V dostala do vínku tři hlavní úkoly: zabezpečit vzájemnou informovanost svých členů, postarat se o mezinárodní kontakty AU3V s vedoucími evropskými organizacemi - zejména se to týkalo organizací AIUTA (Internation Association of the Universities of the Third Age), EFOS (European Federation of Older Students) a evropské informační sítě pro U3V, vedené univerzitou v Ulmu, a do třetice usilovat o ustavení dlouhodobě udržitelného systému financování seniorského vzdělávání.

Od roku 2004 je cestou MŠMT poskytována vysokým školám dotace v celkové výši cca 15 milionů korun ročně. Těchto peněz využívá na 20 univerzit. O tuto dotaci se zasloužila

²⁵ Senioři v lavicích. *iHned.cz*, *Vzdělávání* [online]. Květen 2006 [Cit. 14. února 2007]. Dostupný na WWW: http://vzdelavani.ihned.cz/2-18526370-d00000_detail-ae

právě asociace, která připravila rozvojový projekt, jenž byl na začátku soustředěn na vybudování internetových studoven, ve kterých by senioři měli prioritu, ale v čase, kdy jsou studovny prázdné, si můžou k počítačům sednout běžní studenti. Našel se tedy způsob, jak peníze určené seniorům opravdu efektivně využít. Dnes jsou už studovny vybaveny, takže z peněz z dotace je hrazena infrastruktura - to je i název letošního projektu "Modernizace infrastruktury a rozšíření programu U3V", jehož cílem jsou nové vzdělávací programy (na Karlově univerzitě například existuje kurz, v němž se senioři učí navigovat a pohybovat podle GPS).²⁶

5.2 Současná nabídka U3V vybraných vysokých škol v ČR

Univerzity třetího věku organizují v ČR prakticky všechny vysoké školy. Zájemci získají informace přímo na jejich rektorátech či na děkanátech jednotlivých fakult včetně jejich internetových stránek, případně na Asociaci univerzit 3. věku. Ta má sídlo na Vysokém učení technickém v Brně. V následujícím přehledu uvádím stručnou charakteristiku nabídek univerzit třetího věku na vybraných vysokých školách v ČR:

- **ČVUT v Praze** – rozvíjí především kurzy, kde jsou využívány nové informační a komunikační technologie. Tyto kurzy jsou seniory nejen žádány, ale z hlediska celospolečenského jsou chápány jako jedny z nejpřínosnějších. Umožňují seniorům získat potřebné znalosti a dovednosti, bez nichž jsou vyřazeni ze společnosti a nejsou schopni se přizpůsobovat požadavkům informační společnosti.
- **Masarykova univerzita Brno** – realizuje následující kurzy: 1) základní kurz sestávající ze čtyř okruhů: Člověk a zdraví, Člověk a příroda, Člověk a umění, Člověk a společnost; 2) nastavbový kurz, který je pokračováním základního kurzu a jehož posláním je především stimulovat posluchače k aktivitě a poskytovat informace usnadňující praktické využívání dříve zís-

²⁶ Senioři v lavicích. *iHned.cz, Vzdělávání* [online]. Květen 2006 [Cit. 14. února 2007]. Dostupný na WWW: http://vzdelavani.ihned.cz/2-18526370-d00000_detail-ae

kaných poznatků; 3) klub absolventů U3V – jde o volné pokračování U3V na MU. Přihlásit se mohou pouze absolventi tohoto studia; 4) krátkodobé tematicky zaměřené kurzy (např. počítačové kurzy).

- **Mendlova zemědělská a lesnická univerzita v Brně** – U3V je koncipována jako cyklus přednášek a seminářů rozdělených do tematických bloků. Přednášky obsahují témata klíčových oborů všech fakult MZLU, tj. Agonomické fakulty, Lesnické a dřevařské fakulty, Provozně ekonomické fakulty a Zahradnické fakulty. Kromě přednášek je pro posluchače U3V připravena celá řada dalších aktivit, které jsou realizovány prostřednictvím KLUBU U3V (návštěvy výstav, památek,..).
- **Ostravská univerzita (osu)** – posluchači U3V mají možnost studovat ve čtyřsemestrálních bězích. V roce 2005 pokračoval sedmý běh U3V na Filozofické fakultě OU pod názvem Historie regionu severní Moravy a Slezska. OU rovněž pokračovala zahájením druhého běhu U3V, který realizovala ve spolupráci s magistrátem města Třince (tematické okruhy – Geopolitické a geokulturní aspekty současného světa a Problémy zdravého životního stylu).
- **Univerzita Karlova v Praze** – U3V seznamuje posluchače s nejnovějšími poznatky v oblasti vědy, historie, politiky, kultury apod. Univerzita Karlova vydává každoročně Katalog Univerzity 3. věku, který obsahuje velmi detailní informace o všech kurzech na jednotlivých fakultách, jako: garant za fakultu, název kurzu, pracoviště, garant kurzu, požadavky, praxe, délka, frekvence, výukový den, termín, místo, zakončení, certifikace, kvalifikace.
- **Univerzita Palackého v Olomouci (UP)** – Program prvního ročníku na U3V je koncipován tak, aby pokryl jednorázovými přednáškami různorodou tematiku. Přednášky jsou věnovány zejména problematice celoživotního vzdělávání, sociologickým a psychologickým aspektům postproduktivního věku, dále také historii, politologii, filozofii apod. Druhý stupeň (tj. druhý a třetí rok studia) je již tematicky jednotný. Senioři navštěvují tzv. specializované běhy. Dosud se na olomoucké U3V realizují tyto běhy: Společenské vědy a jejich místo v podmínkách současného života; Kultura v minulosti v přítomnosti; Člověk ve zdraví nemoci; Regenerace lidského organismu

pohybem. Nově jsou otevřeny tyto moduly: Spirituální rozměr člověka; My – lidé a příroda na přelomu miléní; Mezigenerační dialog.

- **Univerzita Pardubice (UPA)** – U3V je zaměřena na humanitní sekci – historie, literatura, náboženství – a dále na sekci technickou – historie textilního průmyslu, velké průmyslové havárie, energetické materiály, optické záření a moderní dopravní systémy. Přednášejícími jsou odborníci z řad pedagogů a vědeckých pracovníků Fakulty chemicko - technologické a Dopravní fakulty Jana Pernera Univerzity Pardubice. Výuka probíhá v deseti přednáškách ve dvou semestrech.
- **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně (UTB)** – viz podrobněji další kapitola.
- **Vysoká škola báňská (VSB)** – Přednášky U3V jsou zaměřeny na geologické obory (např. mineralogie, historická geologie, ložisková geologie), pozemní stavitelství, robotiku, geoniku. Blok kurzů nabízí také katedra společenských věd a katedra jazyků. Samostatnou skupinu tvoří kurzy nabízené Regionálním centrem celoživotního vzdělávání (RCCV).
- **Vysoká škola ekonomická v Praze (VŠE)** – Nabízí posluchačům U3V přednášky v těchto blocích: *Společensko-vědní disciplíny* (mezinárodní politika a diplomacie, sociální politika, podnikatelské finance, finance, cestovní ruch, dějiny umění); *Informatické disciplíny* (základy práce na PC, služby internetu, počítačová grafika, e-learning, digitální fotografie, digitální video ad.); *Zdravotně-tělovýchovný předmět* (pohyb v prevenci a péči o zdraví).
- **Vysoká škola chemicko-technologická v Praze (VŠCHT)** – nabízí v rámci programů U3V tyto kurzy: Potraviny a výživa; Ochrana životního prostředí; Život s počítačem. Výuka je čtyřsemestrální, studijní plány zahrnují studium vybraných předmětů úzce spjatých s praxí (exkurze a ukázky v laboratořích).
- **Vysoké učení technické v Brně (VUT)** – U3V je koncipována jako tříletý cyklus přednášek a seminářů, nabízený v tematických blocích. První dva ročníky obsahují tematické bloky z klíčových oborů fakult VUT, třetí ročník je specializovaný podle zaměření jednotlivých fakult a posluchači si

obor vybírají z předložené nabídky podle svého zájmu. Kromě základního kurzu nabízí U3V VUT v Brně také speciální výuku použití osobních počítačů.

- **Západočeská univerzita v Plzni (ZČU)** – Senioři mohou v rámci U3V studovat tyto obory: Dějiny výtvarného umění, Filozofie, Geografie, Literatura, Přírodní vědy aktivně, Dějiny vědy a techniky. Mimo jiné si mohou vybrat jako studijní předměty *Kresbu v plenéru* (předmět se skládá z úvodní přednášky o historii kresby, technologiích a materiálech užívaných v tomto oboru) a *Fotografování* (teoretická průprava i praktické cvičení z ateliérové i plenérové digitální fotografie).

Tab. 2. Počty programů, kurzů a účastníků U3V ve vybraných veřejných VŠ v ČR za akademický rok 2005/2006

Univerzita	Počty programů a kurzů U3V	Počty účastníků U3V
ČVUT	25	577
MU	3	970
MZLU	1	273
OU	3	330
TUL	28	193
UK	74	x
UP	7	965
UPA	6	166
UTB	6	351
VŠB-TUO	2	81
VŠE	18	340
VŠCHT	3	137
VUT	29	897
ZČU	25	750
Celkem	230	6030

Zdroj: Studie: Komparativní analýza ve vybraných vzdělávacích aktivitách na veřejných vysokých školách

Na základě analýzy nabídek U3V na vybraných vysokých školách, jsem dospěla k závěru, že v celkovém portfoliu nabídek chybí vzdělávací kurzy či cykly „komerčního“ charakteru, zaměřené například na marketingové komunikace, média či žurnalistiku. Poznatky z této oblasti by mohly být posluchačům přínosem v tom, že by jim umožnily lépe se orientovat v současném komerčním prostředí. Seznámili by se tak s pojmy jako jsou public relations, direct marketing, komunikační mix, žurnalistické žánry a další. Toto zjištění mi bylo podnětem k tomu, abych v projektové části navrhla řešení nového kurzu pro posluchače U3V zaměřeného právě na marketingové komunikace, média a žurnalistiku.

5.3 Komunikace U3V při UTB

Univerzita třetího věku při UTB zahájila svou činnost v roce 2002, a to ve dvou dvouletých cyklech. Je budována na základě předmětů v akreditovaných studijních programech. Ke studiu mohou být přijati zájemci zejména seniorského věku, nevýdělečně činní. Studium je dvouleté a probíhá formou dvou až tří hodinových přednášek a seminářů ve čtrnáctidenních intervalech. Zájemce o studium na U3V podá přihlášku (příloha VIII) a zaplatí vložné – příspěvek na studium - ve výši 900,- Kč za akademický rok (výtvarná umění 1.500,- Kč). Studium začíná vždy v září imatrikulací nových posluchačů. Při zahájení studia obdrží posluchač studijní průkaz (příloha IX), textový materiál k přednáškám a studentský průkaz - čipovou kartu, umožňující vstup do studoven a do knihovny UTB. Podmínkou k úspěšnému absolvování studia je povinná účast na přednáškách (min. 60 %) a závěrečné vypracování semestrální práce. Absolventi uzavírají studium slavnostním promočním aktem (příloha XII), kde obdrží Osvědčení o absolvování studia na Univerzitě třetího věku.

Garantem U3V při UTB je prof. Ing. Roman Prokop, CSc., prorektor pro pedagogickou činnost a předseda Rady U3V. Administrativní organizaci U3V zajišťuje referentka pro CŽV Ing. Jarmila Hřebíčková. Rada U3V má 9 členů a schází se 1-2 x v semestru.

5.3.1 Studijní programy a počty posluchačů

U3V na UTB ve Zlíně realizuje 8 druhů kurzů, tzv. cyklů koncipovaných do čtyř semestrových celků. Jde o následující cykly:

- Cyklus A – Technicko-ekonomický
- Cyklus B – Společensko-vědní

- Cyklus B* - Společensko-vědní ve Vsetíně
- Cyklus B** - Společensko-vědní v Kroměříži
- Cyklus C – Výtvarná umění
- Cyklus D – Počítače v praxi
- Cyklus E – Média a komunikace
- Cyklus F – Astronomie, ekologie, paleoekologie

Novými studijními programy jsou:

- Cyklus G – Základy občanského a zdravotnického práva
- Cyklus H – O zdraví a psychice
- Cyklus I – Literárně-hudební

Všechny cykly jsou koncipovány jako dvouleté studijní programy. Existuje také jednoletý program – Cyklus J – Energetické hospodářství v regionu.

Z výše uvedených cyklů byly v akademickém roce 2006/2007 otevřeny tyto:

- Pro první ročníky – D, G, H, I.
- Pro druhé ročníky – B, C, D, E, F.

Univerzita třetího věku při UTB ve Zlíně má svá detašovaná pracoviště ve městech Vsetín a Kroměříž, kde byla zahájena výuka Společensko-vědního cyklu.

Všechny realizované cykly U3V poskytují zájmové vzdělávání na univerzitní úrovni (v souladu se stanovami Asociace Univerzit třetího věku) pro seniorskou generaci ze Zlína i celého regionu.

K jednotlivým cyklům jsou připravovány studijní texty, které dostává k dispozici každý posluchač U3V. Posluchači mají dále přístup do univerzitních studoven a do knihovny.

Přednášky a semináře vedou akademičtí pracovníci UTB, případně kvalifikovaní externí lektori, kteří připravují odbornou náplň přednášek a seminářů, poskytují podpůrné textové materiály a v neposlední řadě vyhodnocují seminární práce.

Náklady interním pracovníkům jsou hrazeny formou odměn; externím lektorům pak formou odměn dle dohod o pracích vykonávaných mimo pracovní poměr. Náklady na lektor-

ské zajištění výuky U3V ve Vsetíně a v Kroměříži hradí spolupracující SPŠ strojní ve Vsetíně a Knihovna Kroměřížska v Kroměříži.

Oproti akad. roku 2005/06 byl zaznamenán celkový nárůst posluchačů o 30 %. Viz podrobněji další strana.

V následujícím přehledu uvádím počty posluchačů* v jednotlivých kurzech.

Tab. 3: Statistika U3V na UTB ve Zlíně za akademický rok 2006/07

Název cyklu	Počty posluchačů		Celkový počet posluchačů
	V prvních ročnících	V druhých ročnících	
Technicko-ekonomický	0	0	0
Společensko-vědní	0	39	39
Spol.-vědní - Vsetín	33	29	62
Spol.-vědní - Kroměříž	25	0	25
Výtvarná umění	0	14	14*
Počítače v praxi	86	75	161
Média a komunikace	0	12	12
Astronomie, ekologie	0	13	13
Minimum obč. a zdrav. práva	31	0	31
O zdraví a psychice	56	0	56
Literárně-hudební	46	0	46
Celkem	277	182	470

* plus 11 posluchačů v nastavbovém 3. ročníku

* Jde o počty posluchačů na základě poslaných přihlášek.

Z počtu 470 přihlášených posluchačů jich skutečně zahájilo výuku **458**. Je to o 107 posluchačů více než v akad. roce 2005/06, kdy U3V navštěvovalo 351 posluchačů, tj. nárůst o 30 %.

Výše uvedené cykly jsou tvořeny jednotlivými přednáškami ve čtrnáctidenních intervalech (zpravidla jich je 7 za semestr). Pro představu uvádím koncepci cyklu F – Astronomie, ekologie, paleoekologie pro třetí semestr v příloze XIX. Ukázky z hodin vybraných cyklů uvádím v přílohách X a XI.

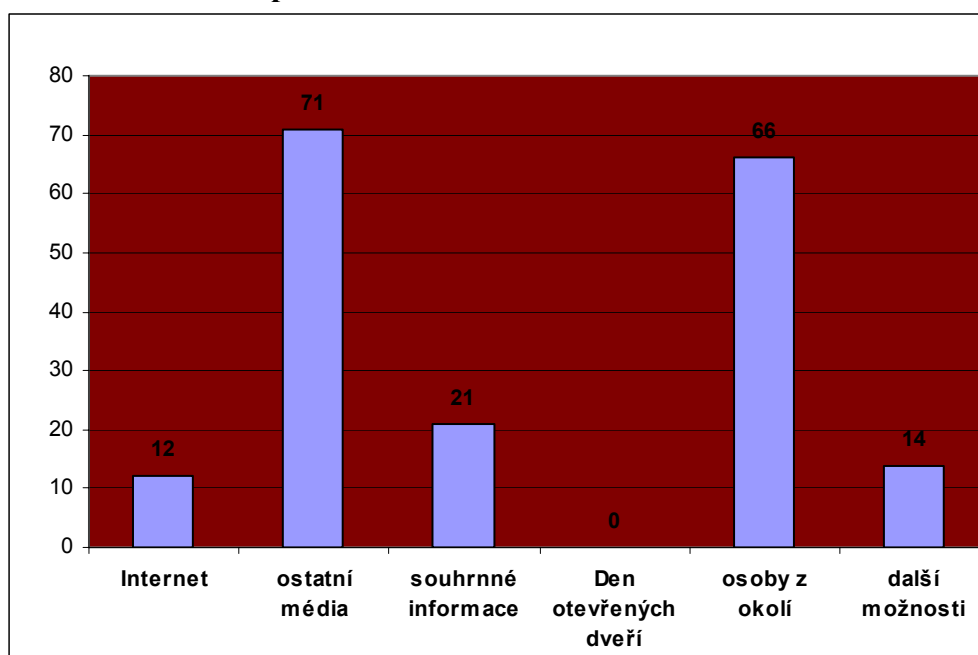
5.3.2 Propagační aktivity U3V

Univerzita třetího věku při UTB je prezentována prostřednictvím:

- Regionálního tisku (Moravský region, Magazín Zlín, ...)
- Webových stránek
- Letáků – umístěných na nástěnkách v prostorách UTB (v předcházejících letech byly letáky umístěny také v Městské knihovně ve Zlíně) – příloha XIII
- Výročních zpráv

Z dotazníkového šetření pro U3V vyplynulo, že nejvíce posluchačů se dozvědělo o možnosti studovat na U3V od osob z jejich okolí.

Obr. 7. Kde se posluchači dověděli o možnosti studovat na U3V?



Zdroj: Dotazníkové šetření pro U3V

Logo U3V

Logo pro U3V navrhoval akad. Sochař Bořek Zeman. Základem loga je čtverec, který je pomyslně rozdělen na třetiny. V prostoru první a druhé třetiny je umístěna číslice 3. Poslední třetina je předělena čarou. Na tomto předělu jsou uvedeny písmena U a V. Rámec symbolizuje lidský život – poslední třetina představuje třetí etapu života (tzv. třetí věk). Logo je řešeno v korporátních barvách univerzity. Součástí loga je název „Univerzita třetího věku“.

Obr. 8. Logo U3V

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně



Obr. 9. Barevná řešení loga U3V



5.3.3 Další aktivity a rozvoj U3V

V rámci projektu „Podpora infrastruktury Univerzity třetího věku na UTB ve Zlíně“ dochází k rozšiřování U3V do dalších měst v regionu. Výuka probíhá již na Vsetíně, v Kroměříži a v Uherském Hradišti. Náklady na lektory vyučující ve Vsetíně a v Kroměříži uhradili partneři – SPŠ strojní ve Vsetíně a Knihovna Kroměřížska v Kroměříži.

Další aktivity U3V se orientují směrem k modifikaci a rozšiřování stávajících programů a kurzů. Pro příští akademický rok se uvažuje o rozšíření programů o témata z oblasti zdravotnictví, psychologie, sociologie, pedagogiky; navrhovány jsou taktéž cykly Archeologie a historie, Zdravý život (potravinářství, ekologie).

V rámci U3V se rovněž pořádají exkurze a výjezdy posluchačů. V roce 2006 proběhly čtyři exkurze a to v návaznosti na témata určitého cyklu. Například posluchači cyklu C Výtvarná umění se v červenci 2006 účastnili exkurze na Soláň – působiště malíře Karla Hofmana. Exkurze se konala při příležitosti 100. výročí jeho narození. V rámci exkurze navštívili posluchači ateliér; náplní programu byla také kresba v přírodě. Kromě exkurzí se pořádají též poznávací výjezdy do galerií (příloha XV) , muzeí, hvězdáren (příloha XVI) a další.

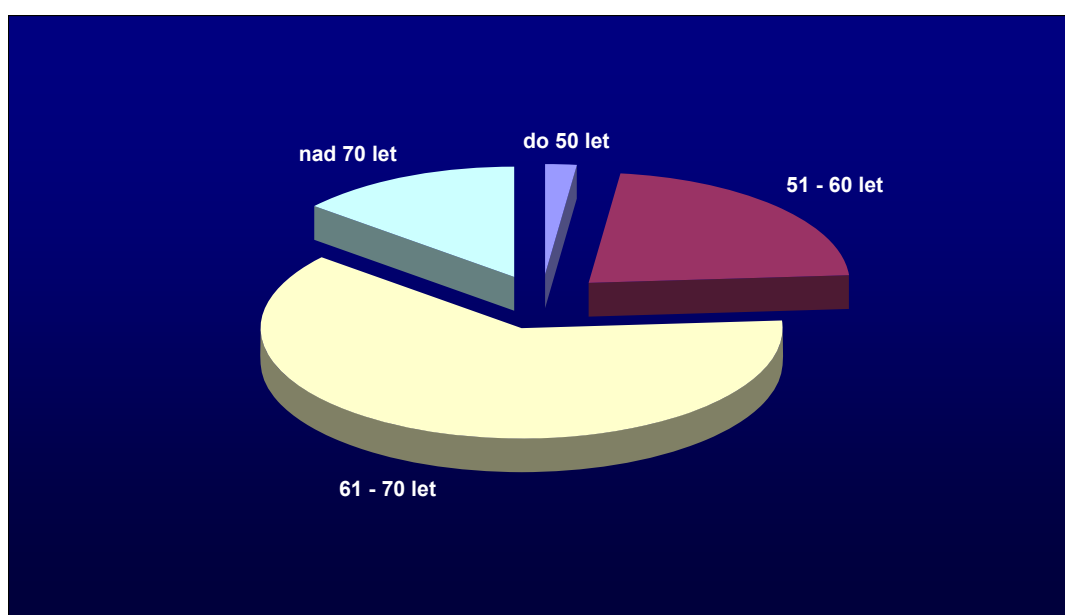
V neposlední řadě bych zmínila rovněž zintenzivnění kooperace mezi subjekty AU3V, zejména v oblasti rozvoje spolupráce s U3V na jiných vysokých školách.

Do budoucna se uvažuje též o vytvoření Klubu absolventů a posluchačů U3V (viz podrobněji „Projektová část“).

6 VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

Jak jsem již naznačila v části „Metodologie zpracování“, součástí mé práce bude také výzkum týkající se možnosti vzniku Klubu absolventů U3V. Výzkum jsem uskutečnila formou dotazníků (příloha XVII) , které jsem rozdala posluchačům U3V při UTB ve Zlíně. Dotazníky vyplnilo celkem 100 osob, z čehož bylo 23 mužů a 77 žen. Věkovou strukturu respondentů znázorňuje následující graf.

Obr. 10. Věková struktura respondentů



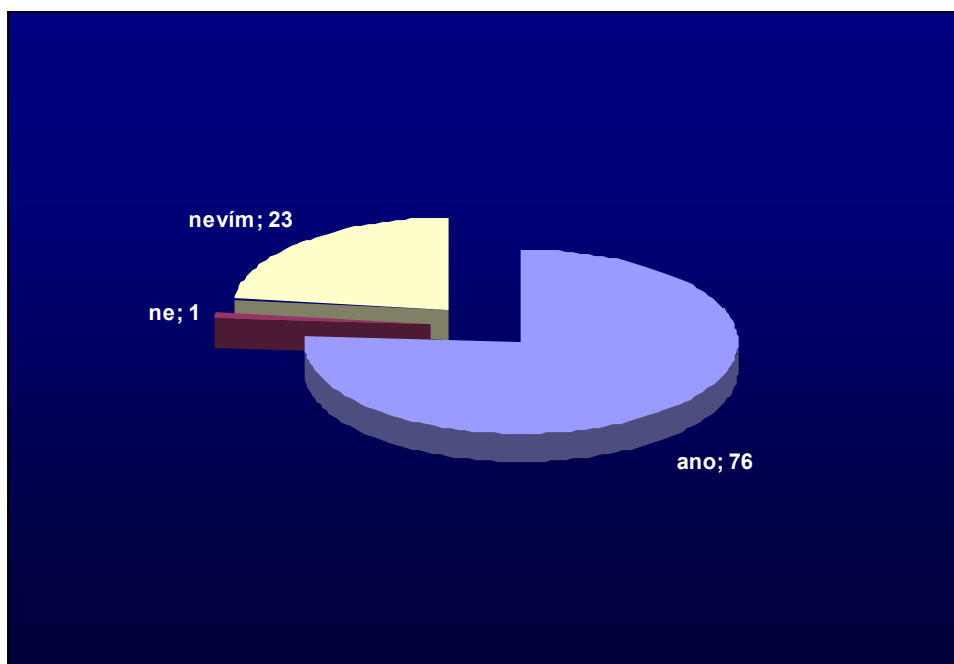
Zdroj: Vlastní primární výzkum

Ze sta posluchačů studuje na U3V 60 osob poprvé a 40 opakovaně.

Cílem mého výzkumu bylo získat ucelenou představu o tom, jak by potenciální Klub absolventů U3V mohl vypadat. Zajímalo mě, jak si posluchači představují náplň klubu; o které aktivity mají největší zájem; jak často by se chtěli scházet a jaké prostory pro setkávání se jim jeví jako nejvhodnější.

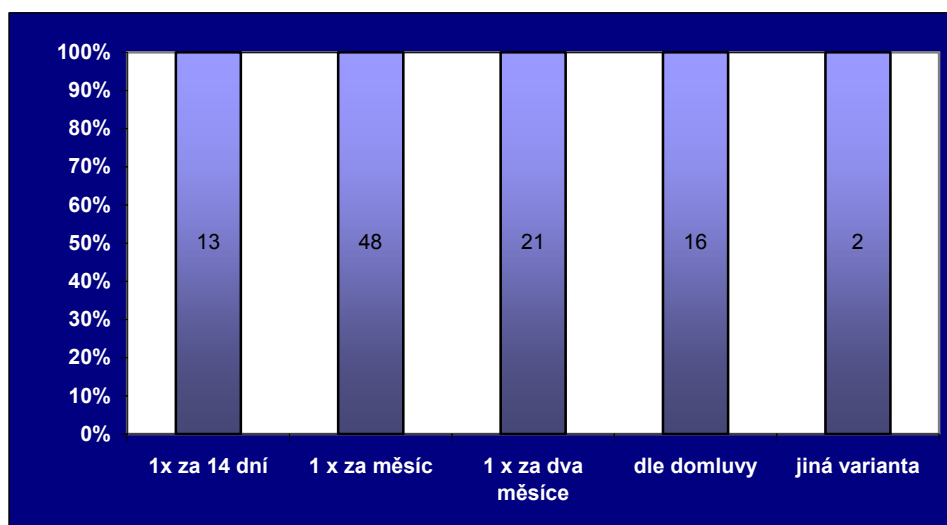
Součástí výzkumu byla i doplňující otázka, která zjišťovala, co bylo hlavním důvodem k tomu, že se posluchači rozhodli pro studium na U3V. Vyhodnocením odpovědí na tuto otázku chci potvrdit, nebo vyvrátit hypotézu č. 4.

Výsledky, které vyplynuly z dotazníkového šetření, uvádím v následujících grafech a krátkých komentářích.

Obr. 11. Uvítali byste v rámci U3V Klub absolventů?

Zdroj: Vlastní primární výzkum

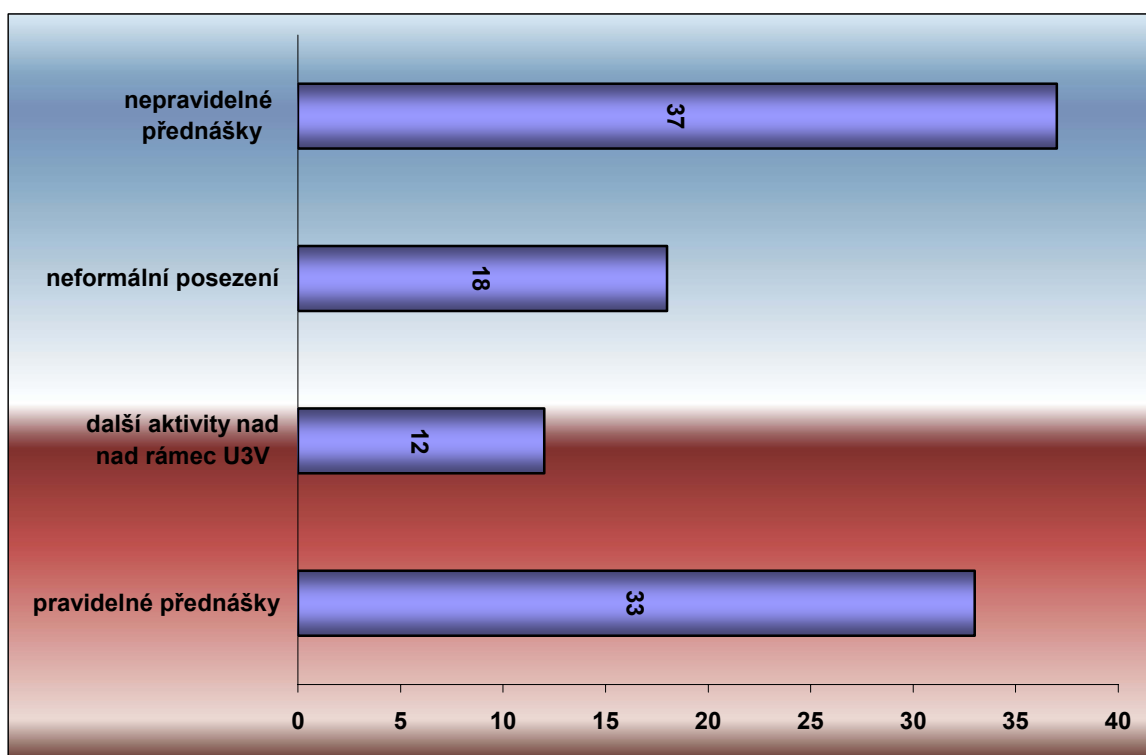
Většina posluchačů U3V by Klub absolventů uvítala (76 %). 23 osob neví a pouze jedna osoba uvedla, že by Klub absolventů v rámci U3V nechtěla.

Obr. 12: Jaká pravidelnost setkávání by Vám vyhovovala nejvíce?

Zdroj: Vlastní primární výzkum

Posluchačům by nejvíce vyhovovalo, kdyby se scházeli jednou za měsíc. Uvedlo to 48 osob. Následovala odpověď jednou za dva měsíce (21 osob), dle domluvy (16) a jednou za 14 dní (13). Objevily se dvě odpovědi „jiná varianta“, a to v zimním období a každý týden.

Obr. 13. Jak by podle Vás měla vypadat náplň Klubu absolventů?



Zdroj: Vlastní primární výzkum

Nejčtenější odpovědi na otázku, jak by si posluchači představovali náplň Klubu absolventů, byly odpovědi 1 a 4 - tzn. respondenti by uvítali především nepravidelné přednášky na různá témata, o která by byl největší zájem a dále pravidelné přednášky, které by volně navazovaly na předcházející cykly. 18 osob si náplň klubu představuje jako neformální posezení absolventů s cílem vyměňovat si své životní, profesní či osobní zkušenosti s ostatními seniory. Nejmenší počet osob (12) by chtělo na pravidelných setkáváních vymýšlet další aktivity nad rámec U3V.

Obr. 14. Které aktivity byste v rámci Klubu absolventů uvítali?

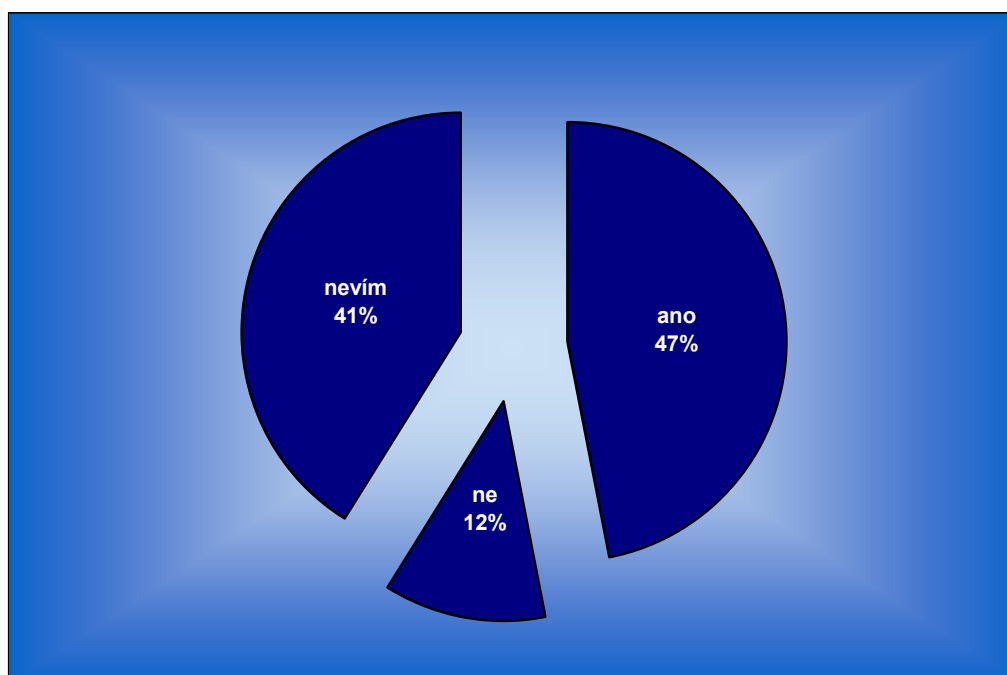


Zdroj: Vlastní primární výzkum

Převážná většina dotazovaných (62 %) uvedla jako hlavní aktivitu Klubu absolventů vzdělávací a poznávací akce. Těmi jsou míněny především exkurze, odborné přednášky, diskuze atd. Na druhém místě byly uváděny příležitostné zájezdy (16 %). 14 % respondentů by uvítalo v rámci aktivit Klubu absolventů společensko-kulturní akce, a to především koncerty, divadla, výstavy, ples UTB... 6 % účastníků si přeje pohybové aktivity a pouhá 2 % vlastní klubové aktivity (např. společenské hry).

V otázce číslo 7 jsem se ptala na prostory vhodné pro setkávání potenciálních členů Klubu. Téměř všichni respondenti uvedli prostory UTB; konkrétně pak univerzitní aulu a přednáškové učebny. Několikrát se objevily odpovědi jako Kavárna na 21. budově (Zlínský mrakodrap) či kterákoliv jiná kavárna ve Zlíně; nekuřácká restaurace nebo společenská místnost s možností občerstvení.

Obr. 15. Uvítali byste vznik Klubu absolventů i za předpokladu, že většinu aktivit by si členové Klubu organizovali sami?



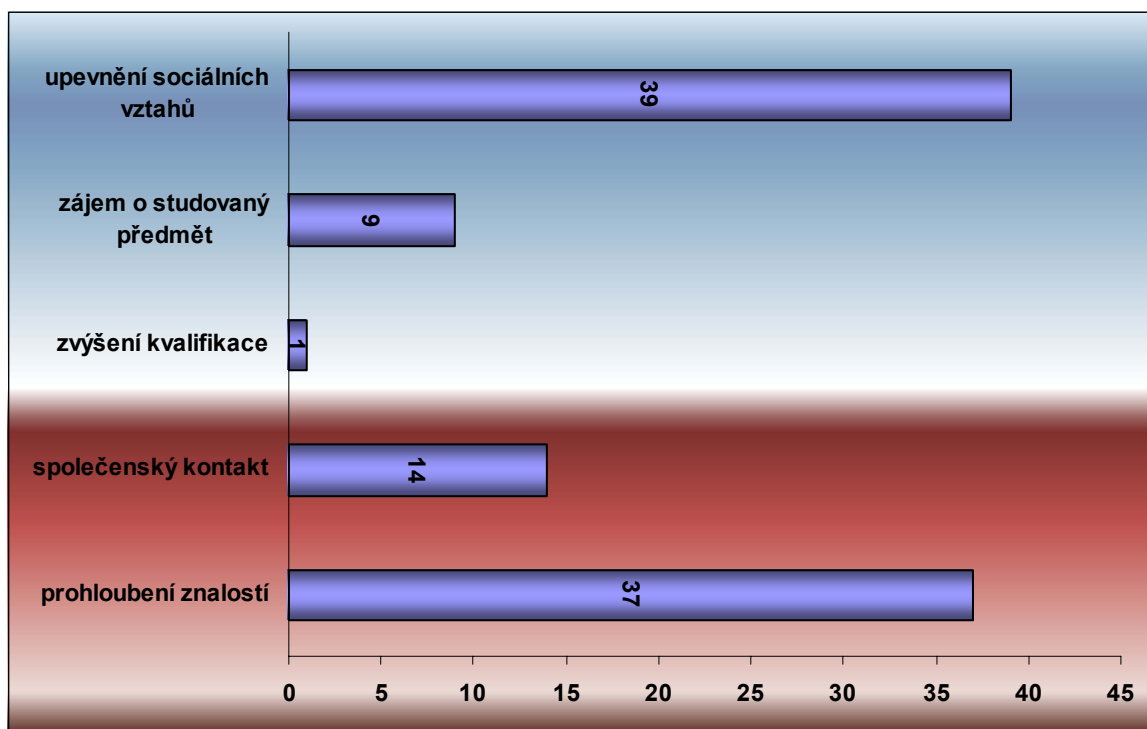
Zdroj: Vlastní primární výzkum

Potvrzení hypotézy č. 4:

Další otázka byla doplňující a měla za úkol zjistit, co bylo hlavním důvodem k tomu, že se posluchači rozhodli pro studium na U3V. Touto otázkou jsem se snažila potvrdit hypotézu, kterou jsem si v úvodu stanovila a která zněla: „ **Hlavním důvodem, proč se starší občané hlásí k dalšímu studiu, je především udržení společenského kontaktu.**“ Výsledky dotazníkového šetření hypotézu potvrzují, neboť tento důvod uvádí **většina** posluchačů – celkem **53 %** . Z toho pro 39 % posluchačů byl hlavní motiv k přihlášení ke studiu **upevnění sociálních vztahů** (mimo jiné také seznámení se s novým prostředím, lidmi a informacemi) a pro dalších 14 % to byl **společenský kontakt**.

37 osob se rozhodlo pro studium na U3V proto, aby si prohloubili znalostí ve studovaných oborech; 9 osob chtělo pokračovat ve studiu předmětu, který je jejich celoživotním zájmem a pouze jeden člověk odpověděl, že se rozhodl pro studium za účelem zvýšení kvalifikace. Výsledky jsou graficky znázorněny na následující straně.

Obr. 16. Co bylo hlavním důvodem k tomu, že jste se rozhodli
pro studium na U3V?



Zdroj: Vlastní primární výzkum

Potvrzuje se tedy skutečnost, že se senioři stále více zapojují do aktivního způsobu života, do něž vzdělávání rozhodně patří. Většina seniorů, kteří na U3V studují, již nejsou ekonomicky aktivní a tudíž se nemusejí vzdělávat za účelem zvyšování kvalifikace či proto, aby uspěli na trhu práce. Jde tedy čistě o jejich zájem získávat nové informace a především nezůstat sociálně „izolován“. Zároveň se tím dokazuje i to, o čem jsem psala hned v úvodu, a sice, že se starší lidé snaží překonat pomyslnou hranici, která je mezi nimi a generací, která vyrostla v informační společnosti.

Závěr praktické části

Analytickou částí jsem potvrdila hypotézu č. 4 a zároveň jsem získala podněty ke zpracování projektové části.

Podnětem pro mě bylo:

- 1) dotazníkové šetření, které ukázalo, že o Klub absolventů U3V je zájem a tudíž má smysl se zjištěnými poznatky dále pracovat a navrhnout projekt „Klub absolventů“
- 2) analýza nabídek U3V vybraných vysokých škol, ze které vyplynulo, že v portfoliu nabídek univerzit třetího věku vesměs chybí „komerčně“ zaměřené cykly a kurzy. Tento poznatek byl pro mě impulsem k tomu, abych v projektové části navrhla kurz specializovaný na marketingové komunikace a žurnalistiku.

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

7 NÁVRH PROJEKTU „KLUBU ABSOLVENTŮ U3V“

V této části budu vycházet z výsledků dotazníkového šetření, které jsem prezentovala v předcházející kapitole. Na základě těchto výsledků se pokusím navrhnout koncepci Klubu absolventů seniorů.

O projektu Klubu absolventů U3V se uvažuje již několikátým rokem, zatím se však nepodařil zrealizovat. Hlavním důvodem je poměrně krátkodobá existence zlínské U3V; není totiž ještě vytvořena stabilní „půda“ pro budování Klubu absolventů seniorů (na rozdíl od například brněnské U3V na MUNI, která má již více než šestnáctiletou tradici). Budování klubu představuje dlouhodobější záležitost, kdy je nutno postupovat systematicky tak, aby nebyl opomenut žádný krok potřebný k zajištění fungování Klubu. V první řadě je třeba vytvořit komplexní databázi absolventů U3V, za druhé je důležité zajistit prostory, kde by se členové scházeli a v neposlední řadě je nezbytné zhodnotit ekonomickou náročnost projektu. Navíc učinit formálně založený klub absolventů dokonale funkčním je velice obtížné a trvá řadu let.

S největší pravděpodobností se projekt v nejbližší době nepodaří zrealizovat, a to především z důvodu zmiňované krátkodobé tradice U3V, ale i z důvodu nedostatečných kapacit Univerzity. Nicméně se pokusím navrhnout koncept Klubu, ze kterého by se mohlo vycházet v letech budoucích.

7.1 Formy setkávání absolventů

Na úvod stručně objasním, jaké formy setkávání absolventů existují. Jedná se o rozdělení, které se využívá především při zakládání Klubu absolventů denního či kombinovaného studia na vysokých školách a univerzitách. Z tohoto členění však mohou vycházet i univerzity třetího věku.

1. Oficiální, registrovaný a samostatný Klub absolventů nebo Spolek absolventů, fungující v rámci celé univerzity. V praxi je takový klub vždy širě orientován, neomezuje se pouze na absolventy.
2. Oficiální, registrovaný a samostatný Klub absolventů nebo Spolek absolventů v rámci jedné fakulty určité univerzity, který je v praxi taktéž širě zaměřen.

3. Neformální sdružení absolventů, které se zpravidla zaměřuje pouze na absolventy určité fakulty a nesoustředí se na získávání sponzorů.
4. Spontánně vzniklý, neoficiální, izolovaný druh iniciativy posluchačů nebo jejich učitelů, který probíhá mimo normální povinnosti pouze na základě zájmu např. organizování každoročního setkání posluchačů jednoho výukového programu.

Klub absolventů seniorů se nejvíce podobá právě posledně jmenované formě, tj. spontánně vzniklý spolek posluchačů na základě vlastního zájmu dále se setkávat. Činnost takového spolku nezahrnuje reference o uplatnění absolventů příslušného oboru na trhu práce ani pomoc posluchačům při jejich uplatňování v praxi. Hlavním důvodem k setkávání, je především **udržení společenského kontaktu**. Důraz je kladen na vzdělávací a poznávací akce jako jsou exkurze, odborné přednášky atd. a také na společensko-kulturní aktivity jako plesy, koncerty, výstavy, oslavy výročí školy a jiné zábavné společenské programy.

7.2 Návrh koncepce Klubu

1. krok: Vytvoření komplexní databáze absolventů U3V

Cílem je kontaktovat bývalé i současné posluchače a informovat je o možnosti členství v Klubu absolventů. Důležité je zjistit, kolik členů bude Klub mít a podle toho najít vhodné prostory s odpovídající kapacitou. V návrhu budu pracovat s číslem devadesát devět osob – přesně tolik respondentů v dotazníkovém šetření uvedlo, že má o Klub absolventů zájem.

2. krok: Hledání vhodných prostor

Z dotazníkového šetření jednoznačně vyplynulo, že by se potenciální členové chtěli scházet v prostorách Univerzity. Ta má vesměs vytížené kapacity. K dispozici nabízí seminární místnosti, ty jsou však vhodné spíše pro příležitostné setkávání. Další prostory Univerzity, jako např. aula, jsou pak obvykle využívány k aktivitám komerčního charakteru.

Proto považuji za vhodné řešení pronájem komerčních prostorů v některé ze zlínských kaváren či restaurací. V úvahu přichází např. salónek o kapacitě cca 100 lidí. Nájem by se neplatil celoročně, ale jednorázově podle počtu setkání, samozřejmě za předpokladu, že by se salónek zamluvil předem s dostatečným časovým předstihem. Zjišťovala jsem ceny pronájmů salóneků ve Zlíně a nejvyšší částka se pohybuje kolem 500 Kč/hodinu (např. v Hotelu Moskva). S touto sumou budu také počítat při odhadu výpočtu výše členských příspěvků (viz krok 4).

3. krok: Určení četnosti setkávání

Opět uvádím výsledky dotazníkového šetření: respondenti by se chtěli scházet jedenkrát za měsíc, na druhém místě skončila odpověď jedenkrát za dva měsíce a na třetím místě odpověď dle domluvy. Protože je činnost Klubu časově náročná na organizaci, doporučuji ze začátku stanovit četnost scházení dvakrát za semestr. Toto řešení by bylo pouze dočasné. Na základě zkušeností by si členové určili vlastní četnost setkávání, která by vyhovovala všem členům.

V současné době se schází skupinka asi patnácti absolventů U3V v hale Univerzity před Wichterleho sálem. Jde o neformální setkávání, které se koná každou 1. středu v měsíci.

4. krok: Získávání financí

Existují dvě možnosti, jak by mohl být Klub absolventů U3V financován: 1) náklady spojené s fungováním klubu by byly pokryty z členských příspěvků; 2) Klub absolventů U3V by byl financován Univerzitou.

Varianta A – financování z členských příspěvků

Tuto variantu bychom mohli brát v úvahu tehdy, kdyby Klub absolventů fungoval jako občanské sdružení. V tomto případě by Klub musel být registrován na ministerstvu vnitra podle zákona o sdružování občanů č.83/1990 Sb., takže by byl samostatnou právnickou osobou a musel by odpovídat následující struktuře:

- 1) existence voleného předsednictva,
- 2) sestavení kontrolní komise,

- 3) vytvoření stanov,
- 4) evidence členstva na základě písemných přihlášek,
- 5) svolávání valné hromady jedenkrát do roka,
- 6) volba předsednictva na valné hromadě po uplynutí stanoveného počtu let,
- 7) přijímání nových členů podle určených kritérií,
- 8) placení členských příspěvků,
- 9) vypracování výroční zprávy o činnosti včetně zprávy o hospodaření.

S variantou A se více méně nepočítá, protože by Klub absolventů fungoval jako samostatná právnická osoba, a tudíž by neměl spojitost s činností Univerzity. Pravděpodobně by ani nebyl realizován v prostorách Univerzity.

Varianta B – financování Univerzitou

Druhá možnost je, že by Klub fungoval pod záštitou Univerzity. V tomto případě by členské příspěvky vybírala Univerzita, která by zároveň vedla finanční evidenci Klubu. Opět existují dvě možnosti, jak by mohly být příspěvky na fungování Klubu vybírány:

- 1) navýšilo by se vložné při zápisu. Znamená to, že by na činnost Klubu přispívali všichni posluchači studující na U3V;
- 2) příspěvky by platili pouze zájemci o členství v Klubu.

Druhá možnost se jeví jako přijatelnější, protože příspěvky by platili jen ti, kteří by měli o členství skutečně zájem. Ne všichni posluchači se totiž chtějí automaticky po skončení studia stát členy Klubu absolventů U3V.

Odhad výpočtu výše členských příspěvků

Jde pouze o návrh stanovení výše členských příspěvků. Částky, se kterými budu počítat, jsou fiktivní.

Předpokládejme, že chceme zjistit celkovou částku potřebnou k pokrytí **základních nákladů** na chod Klubu.

Tato částka by zahrnovala:

- a) náklady na pronájem prostor
- b) náklady spojené s odměnou osoby, která by Klub vedla
- c) zajištění občerstvení pro hosty (přednášející, lektory)

Zdůrazňuji, že částka nezahrnuje žádné další aktivity členů, jako vstupné do galerií, muzeí, jízdné či honorář lektora (v případě, že se členové dohodnou na přednášce).

Na základě předcházejících kroků, mohu předpokládat, že se členové budou scházet dvakrát za semestr; nájem by se tedy platil 4x ročně.

Odhad výše celkové částky by mohl vypadat takto:

- **Pronájem salonku:** na základě zjištěných informací činí pronájem salónku max. 500 Kč/hod. Předpokládaná délka setkání jsou 4 hodiny. Cena za jedno setkání by tedy činila 2.000,- ; za 4 setkání, tj. za akademický rok: **8.000,- Kč.**
- Odměna vedoucímu Klubu: **13.000,-** (podrobněji viz 6. krok)
- Občerstvení pro hosty: **2.000,-**

Celková částka by činila **23.000,- Kč/rok**. Výši členského příspěvku bychom zjistili podílem počtu členů. Pokud by Klub tvořilo 99 členů, výše členského příspěvku by byla

233,- Kč za osobu ročně.

Veškeré další náklady by si však členové hradili sami (vstupné, jízdné, občerstvení atd.).

5. krok: Stanovení programové náplně a aktivit Klubu

Klubové aktivity si členové stanoví sami dle dohody. Z počátku by však bylo vhodné, aby se ujednotili na konkrétní představě, jak budou setkání probíhat. Podle odpovědí posluchačů jsou nejžádanější nepravidelné přednášky na různá témata, o které by byl největší zájem a dále pravidelné přednášky, které by volně navazovaly na předcházející cykly. Z toho plyne, že si členové musí průběžně zajišťovat lektory.

Co se týká dalších aktivit, oblíbené jsou nejrůznější exkurze či celodenní zájezdy, které mohou být vhodným doplňkem příležitostných přednášek. Členové se také mohou setkávat „pouze“ za účelem neformálního posezení s cílem vyměňovat si své životní, profesní či osobní zkušenosti.

6. krok: Přijetí kompetentní osoby

Neformální setkávání z iniciativy posluchačů probíhá spontánně, nikdo ho nemonitoruje. Závisí to na tom, zda existuje obětavý jedinec, který si vezme tento úkol na starost. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že by posluchači uvítali Klub absolventů i za předpokladu, že by si většinu aktivit organizovali sami. Podle mého názoru však není v silách jednoho dobrovolníka zajistit komplexní chod Klubu. Proto bych navrhovala najmout odborníka – manažera, který bude mít záležitosti absolventů v popisu práce. Manažer by byl najímán formou outsourcingu a ohodnocen podle počtu hodin, které by věnoval jednotlivým činnostem spojeným s vedením Klubu.

Odměna 100 Kč/hodinu.

Odhad výše odměny manažera Klubu (za rok):

Činnost	Počet hodin
Vytvoření databáze absolventů U3V a jejich kontaktování.	40
Zajištění vhodných prostor pro setkávání.	10
Příprava programové náplně Klubu – tj. zajišťování přednášek, exkurzí, zájezdů... (před každým setkáním cca 20 hodin → 4 setkání = 80 hodin)	80
C E L K E M	130

Předpokládaný honorář je 100 Kč/hodinu. Za 130 hodin práce by manažer obdržel

13.000,- Kč/ rok.

Manažer bude ohodnocen na základě smlouvy o outsourcingu.

8 NÁVRH NOVÉHO CYKLU U3V

Podnětem k návrhu nového cyklu pro mě byly výsledky analýzy nabídek U3V na vybraných vysokých školách. Dle mého názoru univerzity třetího věku nabízejí poměrně málo kurzů zaměřených na studium marketingových komunikací, médií či žurnalistiky. Přitom poznatky z těchto cyklů by mohly starším lidem pomoci lépe se zorientovat v „komerčních“ pojmech typu PR, direct marketing, brief apod. Proto jsem se rozhodla pro návrh takto zaměřeného cyklu.

Název cyklu: Mediální studia (cyklus N)

Cíl: Populární formou poskytnout teoretické, metodologické i praktické znalosti a dovednosti pro kreativní i manažerskou činnost v oblasti mediálních a marketingových komunikací.

Rozsah cyklu: 4 semestry; celkem 56 hodin

1 semestr = 7 dvouhodinových přednášek

dvouhodinová přednáška - 1 x za 14 dní

Koncepce cyklu:

1. semestr Média ve společnosti
2. semestr Základy žurnalistiky
3. semestr Reklama jako součást našeho života
4. semestr Nové trendy v marketingových komunikacích

Obsahová náplň cyklu:**1. semestr – Média ve společnosti**

	Téma	Počet hodin
1	Postavení médií ve společnosti. Vliv a moc médií. Funkce médií – informace, zábava, volný čas. Masová média – tisk, rozhlas, televize, nová média. Mediální prostředí. Struktura médií v ČR.	2
2	Klasifikace médií podle obsahu (seriózní tisk – bulvární tisk, politická orientace, depolitizace, komercializace), podle provozovatele (soukromá x veřejnoprávní média), podle dosahu (regionální x nadregionální)	2
3	Historie vzniku tištěných médií – vývoj českých tištěných médií na pozadí světového vývoje. Vývoj denního tisku (politický tisk, masový tisk, stranický tisk). Stratifikace českých deníků dle dosahu, periodicity, četnosti apod. Formy financování a distribuce	2
4	Podstatné jevy ve vývoji časopisů - vědecké, odborné a zájmové časopisy, časopisy pro celou rodinu. Stratifikace českých časopisů podle obsahu (všeobecné, odborné, zájmové, zpravodajské, erotické atd.), periodicity, čtenosti, vlastnictví apod. Zaměření na příjemce (dětské, ženské atd.);	2
5	Rozhlas - historická role (kultura, propaganda) současné postavení a užití. Typologie rozhlasových stanic na příkladu českých rozhlasů podle dosahu (lokální, regionální, celoplošné, řetězce), právního postavení a formy financování (veřejnoprávní, soukromé), typů programů (zpravodajské, hudební)	2
6	Televize - typologie televizních stanic na příkladu českých televizí podle dosahu (lokální-obecní, regionální, celoplošné, řetězce), přenosu (terestrické, satelitní, kabelové, web-casting), právního postavení a formy financování (veřejnoprávní, soukromé), programové skladby (specializované, plnoformátové)	2

7	Praktický seminář – vytváření psaných a mluvených zpráv (rozhláso- vá x tisková zpráva). Zásady při psaní tiskových zpráv. Vytváření článků do zájmových, odborných a všeobecných časopisů. Psaní PR článků.	2
---	---	---

Doporučená literatura:

- GRAEME, B., JIRÁK, J. *Úvod do studia masové komunikace*. Brno : Barrister a Principal, 2001.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha : Portál, 2003.
- MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha : Portál, 1999.
- FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno : Computer Press, 2003.

2. semestr – Základy žurnalistiky

	Téma	Počet hodin
1	Základní žurnalistické pojmy. Žurnalistické žánry a formáty – příklady typologií. Publicistické žánry v tištěných médiích. Publicistické žánry v rozhlase. Televizní žánry. Specifika internetové publicistiky.	2
2	Zpráva novinová, rozhlasová, televizní. Jazyk a styl zpravodajství podle jednotlivých typů médií. Seriózní x bulvární zpráva. Zpravodajská témata. Kompozice zpráv, délka zpráv, větná stavba. Žurnalistické titulky.	2
3	Základní informace o investigativní žurnalistice, o bulvární žurnalistice z hlediska zpravodajství. Prameny a zdroje, práce s nimi. Práce s informacemi v reklamních a dalších agenturách.	2
4	Osobnost zpravodaje, postavení zpravodaje v žurnalistice. Zpravodajské agentury, právo na informace, zprostředkované informace. Etické aspekty (Syndikát českých novinářů; Etický kodex novinářů; Zákon o periodickém tisku).	2
5	Kurz reportážní fotografie. Praktické zásady fotografování. Etika fotografie v novinách. Firemní tištěná média. Spotřebitelské, zákaznické časopisy. Efektivita vydávání těchto médií	2
6	Žurnalistika a zábava – zábavní témata a žánry, ušlechtilá zábava, neškodná zábava, pokleslá zábava. Masmédia a reklama – reklamní tarify, reklamní sdělení, zveřejňování reklamy.	2
7	Praktický seminář – vytváření žurnalistických titulků. Tvorba reklamních sdělení. Psaní seriózní a bulvární zprávy.	2

Doporučená literatura:

- KOLEKTIV AUTORŮ *Zpravodajství v médiích*. Praha: Karolinum, 2001.
- BARTOŠEK, J. *Žurnalistika - úvod do studia*. Olomouc : UP, 1997.
- OSVALDOVÁ, *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999.

3. semestr – Reklama jako součást našeho života

	Téma	Počet hodin
1	Formy ovlivňování lidí. Co je reklama. Význam reklamy ve společnosti. Marketingové a komerční komunikace, propagace a reklama. Kontroverzní témata a komodity v reklamě (tabákové výrobky, léky, potravinové doplňky, alkohol, atd).	2
2	Psychologie reklamy – působení barev v reklamě, využití motivu strachu v reklamě, využívání erotických a sexuálních motivů v reklamě, humor v reklamě. Působení reklamy na děti. Dítě jako objekt snadné manipulace. Kampaně zaměřené na děti.	2
3	Gendrové stereotypy v reklamě – obraz ženy a muže v médiích; ženské tělo prodává. Mediální reprezentace seniorů. Ageismus = diskriminace lidí pro jejich stáří. Kampaně cílené na seniory.	2
4	Mýtus krásy a média. „Poselství“ ženských časopisů, vliv kosmetického průmyslu, počítačově upravené fotografie, ideál krásy, „anorektický“ model kontroly.	2
5	Samoregulace reklamy. Rada pro reklamu. Příklady reklam, které porušují či porušili slušnost a mravnost – kontroverzní slogany, vizuální vulgarita atd.	2
6	Public relations - komunikace s veřejností. PR agentury a jejich funkce – vytváření image firmám, veřejně činným osobám a hvězdám showbusinessu, smýšlené „pseudoudálosti“ pro manipulativní účely, lobby. Jak vytvářet dobré vztahy s novináři. Dárky novinářům x etický kodex.	2
7	Krizová komunikace v PR – typy krizí, strategie urovnávání krizí, spolupráce s médii, úloha externích poradců. Tvůrci veřejného mínění. PR kampaně a jejich příklady.	2

Doporučená literatura:

- HRADISKÁ, E, LETOVANCOVÁ, E. *Psychologie marketingových komunikací*. Brno : VUT, 2000.
- KOUDELKA, J. *Spotřební chování a marketing*. Praha : Grada, 1997.
- ČERNÝ, V. *Prodejní techniky*. Brno: Computer Press, 2003.
- TELLIS, G. J. *Reklama a podpora prodeje*. Praha : Grada

4. semestr – Nové trendy v marketingových komunikacích

	Téma	Počet hodin
1	Nejúčinnější kanály komunikace. Internetové a e-mailové kampaně. Mobilní marketing – SMS hry, SMS kluby, loga a vyzváněcí melodie, M-kupóny, M-pozvánky, M-inzeráty.	2
2	Propagační marketing – podpora prodeje (soutěže, sázky loterie, vzorky, slevy, cenové balíčky, prémie, bonusové programy...)	2
3	Guerillový marketing jako „agresivní“ forma marketingu. Charakteristické znaky guerilla marketingu. Virový marketing = šíření reklamního sdělení prostřednictvím e-mailu. Event marketing – organizování firemních akcí, roadshow, sportovní a kulturní akce.	2
4	Product placement – umístění výrobků do filmového děje. Maloobchodní marketing – životní styl a změny v nákupních zvyklostech obyvatel. Merchandising – umístění výrobků v místě prodeje.	2
5	Direct marketing - zákaznická databáze, typy a formy DM, poštovní zásilky, zásady direkt mailu, katalogový prodej, telemarketing, tele-shopping, specializované stánky, on-line marketing	2
6	Etický kodex Asociace direct marketingu – zásilkový obchod, zpracování a uchování dat, telefonní marketing. Ochrana zákazníka a spotřebitele.	2
7	Nákupní chování spotřebitelů – zákazník a spotřebitelský trh, faktory, které ovlivňují chování spotřebitele – kulturní, společenské, osobní, psychologické. Skupiny kupujících – indiv., domácnost, organizace	2

Doporučená literatura:

- FREY, P., *Marketingová komunikace, nové trendy a jejich využití*. Praha: Management Press, 2005
- STUHLÍK, P., PEGNER, M., DVOŘÁČEK, M. *Marketing a reklama na internetu*. Praha : Grada, 1998.

ZÁVĚR

Cílem mé práce bylo objasnit význam komunikace s cílovou skupinou seniorů. Cíl se mi dle mého názoru podařil splnit. V teoretické části jsem dokázala, že se segment seniorů pomalu ale jistě stává obrovským potenciálem pro spotřebitelský trh. To si začínají uvědomovat jak výrobci spotřebního zboží, tak i marketingoví pracovníci, kteří se již nyní na segment seniorů zaměřují. Důkazem toho jsou nabídky některých cestovních kanceláří, které „šijí“ klientům seniorského věku zájezdy přímo na míru. Produkty cestovních kanceláří jsou většinou označeny jako „vhodné pro seniory“, přičemž jde o ubytovací možnosti situované v klidném prostředí s nenáročnou fyzickou dostupností k plážím nebo do městských center. Dostatek financí a volného času vytváří ze seniorů atraktivní segment také pro ostatní aktéry trhu – např. sportovní a relaxační instituce, specializované prodejny zaměřené na volný čas, finanční ústavy apod.

Abych objasnila, proč vlastně roste význam seniorů ve společnosti, shrnu nejdůležitější demografické poznatky, ke kterým jsem v práci dospěla: Podle demografických zpráv OSN patří v současné době na světě do věkové skupiny nad 60 let 629 mil. lidí, tedy každý desátý člověk. V roce 2050 to bude už každý pátý člověk, a o dalších sto let dokonce každý třetí jedinec. V České společnosti v roce 1950 činil podíl osob starších 60 let 12,4 %, v roce 2001 to bylo již 18,4 %. Během padesáti let došlo tedy k nárůstu o 6 %. Proces populačního stárnutí vzrůstá rapidně rychle. Je tedy třeba chápat tuto skutečnost jako fakt a pojmut stárnutí společnosti jako příležitost, které mohou využít všechny generace.

Populační stárnutí si začínají uvědomovat také zaměstnavatelé, kteří se na demografický vývoj připravují rozvojem a dalším vzděláváním starších pracovníků. Účelem je, aby starší zaměstnanci neztráceli krok s dobou a průběžně si doplňovali znalosti zejména v oblasti informačních technologií a cizích jazyků. Hodnota staršího pracovníka spočívá v kombinaci profesních a manažerských zkušeností. Starší zaměstnanci se navíc vyznačují rozvahou a loajalitou a díky mnohaleté praxi dokáží řešit náročné situace s nadhledem.

O tom, že senioři představují cenný zdroj na trhu práce, pojednává také politika aktivního stáří. Ta si mimo jiné klade za cíl posílení zaměstnanosti pracovníků starších padesáti let. Tento záměr musí provázet **vzdělávání** zaměstnanců a příslušná podpora v jejich uplatňování.

V práci jsem věnovala značnou pozornost právě tématu vzdělávání seniorů. Podle Národního programu přípravy na stárnutí je nutné „vytvářet prostředí a programy umožňující stárnoucím osobám a seniorům vyrovnat se s novými poznatky a informačními technologiemi, které mohou vést k udržení a rozvíjení jejich schopností, přispět ke zvládnutí nároků moderní společnosti a naplnit jejich zájmy a potřeby“. V praktické části jsem se proto zabývala vzdělávacími institucemi zaměřenými na seniory; dále jsem analyzovala současné nabídky univerzit třetího věku na vybraných vysokých školách v ČR. Na základě této analýzy jsem dospěla k závěru, že v celkovém portfoliu nabídek U3V je nedostatek vzdělávacích kurzů zaměřených na média, marketingové komunikace a žurnalistiku. Tato skutečnost pro mě byla podnětem k tomu, abych v projektové části navrhla koncept takto zaměřeného cyklu.

V další kapitole praktické části jsem se zaměřila na Univerzitu třetího věku při UTB ve Zlíně. Konkrétně jsem se soustředila na studijní programy a počty posluchačů U3V, propagační aktivity a další rozvoj U3V. Součástí analytické části bylo také dotazníkové šetření na téma „vznik Klubu absolventů U3V“. Posluchačů jsem se ptala, zda by v rámci U3V uvítali Klub absolventů a jak si představují, že by mohl vypadat. Na základě výsledků dotazníkového šetření jsem si vytvořila ucelenou představu, která pro mě byla východiskem při vytváření koncepce Klubu v projektové části. Navrhla jsem několik kroků, ze kterých by se mohlo vycházet při zakládání Klubu absolventů U3V v budoucích letech. Mimo jiné jsem také zhodnotila finanční náročnost projektu.

V úvodu práce jsem si stanovila čtyři pracovní hypotézy. Tři z nich se mi podařilo potvrdit již na konci teoretické části. Čtvrtou hypotézu jsem ověřila až v části praktické. Předpokládala jsem, že se lidé seniorského věku hlásí k dalšímu studiu především z důvodu udržení společenského kontaktu. Tuto domněnku mi v dotazníkovém šetření potvrdilo celkem 53 % respondentů.

Výsledkem mé diplomové práce je zmapování současné situace na Univerzitě třetího věku při UTB ve Zlíně. Za přínos práce považuji především doporučení, která mohou být využita při zakládání Klubu absolventů U3V a dále také návrh nového cyklu určeného posluchačům U3V.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

KNIHY

- [1] Štílec, M. *Program aktivního stylu života pro seniory*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004. 136 s. ISBN 80-7178-920-8.
- [2] Pacovský, V. *O stárnutí a stáří*. 1. vydání. Praha: Avicentrum, 1990. 135 s. ISBN 80-201-8076-8.
- [3] Haškovcová, H. *Fenomén stáří*. 1. vydání. Praha: Panorama, 1989. 407 s. ISBN 80-7038-158-2.
- [4] Start-Hamilton, I. *Psychologie stárnutí*. 1. vydání. Praha: Portál, 1999. 319 s. ISBN 80-7178-274-2.
- [5] Rabušic, L. *Česká společnost stárne*. Brno: Georgetown, 1995. Masarykova univerzita v Brně. 192 s. ISBN 80-210-1155-6.
- [6] Jeníček, V., Foltýn, J. *Globální problémy a světová ekonomika*. 1. vydání. Praha: C.H. Beck, 2003. 269 s. ISBN 80-7179-795-2.
- [7] Brzezinski, Z. *Volba: Globální nadvláda nebo globální vedení*. Praha: Mladá Fronta, 2004. 290 s. ISBN 80-204-1179-8.
- [8] Vysekalová, J. *Psychologie spotřebitele*. Praha: Grada, 2004. 284 s. ISBN 80-247-0393-9.
- [9] *Národní program přípravy na stárnutí na období let 2003 – 2007 v České republice*. Praha: MPSV, 2003. 40 s. ISBN 80-86552-63-2.
- [10] *Stárnutí a politika zaměstnanosti. Česká republika*. Praha: MPSV, 2004. 104 s. ISBN 80-86552-97-7.
- [11] Schirrmacher, F. *Spiknutí metuzalémů. Stáří má zelenou!* Praha: Euromedia Group, 2005. 208 s. ISBN 80-242-1496-2.
- [12] Vykopalová, H. *Sociálně patologické jevy v současné společnosti*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. 154 s. ISBN 80-244-03337-4.
- [13] Knausová, I. *Vybrané kapitoly ze sociální politiky*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. 85 s. ISBN 80-244-1021-4.

NOVINY A ČASOPISY

- [1] Kapitánová, Veronika. Obyvatel kraje stále ubývá. *Mladá Fronta Dnes*, 2007, roč. XVIII, č. 16, s. 12.
- [2] Vránková Karolína. Svět patří starým. *Týden*, 2004, roč. XI, č. 21, s. 100 – 102. ISSN 1210-9940.
- [3] Rabušic, L. Časové aspekty českého důchodového věku. *Sociologický časopis*, 1998, roč. XXXIV, č. 3, s. 267. ISSN 267-283.
- [4] Mareš, P. Senioři a politika. *Sociologický časopis*, 1998, roč. XXXIV, č. 3, s. 323. ISSN 267-283.
- [5] Mufels, R. Stárnutí a flexibilizace, *Sociologický časopis*, 1998, roč. XXXIV, č. 3, s. 287. ISSN 267-283.

ODBORNÉ STUDIE A VÝZKUMNÉ PRÁCE

- [1] Tomeš, Zdeněk: *Je stárnutí populace výzvou pro hospodářskou politiku?* [online]. Centrum výzkumu konkurenční schopnosti české ekonomiky. Prosinec 2005 [cit. 10. února 2007]. Dostupné na WWW: <http://www.econ.muni.cz/centrum/papers/wp2005-08.pdf>
- [2] Rabušic, L. *Stárnutí populace jako pohroma nebo jako sociální výzva?* [online]. Praha: VÚPS, 2002, [cit.2007-02-17]. Dostupné na WWW: http://www.vupsv.cz/Starnuti_populace.pdf
- [3] *Třetí kariéra*. Demografický vývoj; Poznatky sociologických výzkumů [online]. Říjen 2006 [cit. 9. února 2007]. Dostupné na WWW: http://tretikariera.cz/images/stories/materialy/1_workshop_hartl.pdf
- [4] *Senioři a média*. Vybrané výsledky sociologického výzkumu agentury FOCUS [online]. Duben 2005 [cit. 9. února 2007]. Dostupné na WWW: www.focus-agency.cz/cz/zvyzkumu.php

- [5] Dubčák, M., Szökkeová, P. *Komparativní analýza ve vybraných vzdělávacích aktivitách na veřejných vysokých školách v ČR*. UTB: 2006.
- [6] Vyhodnocení dotazníkového šetření pro U3V při UTB. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2005. Koordinátor: Ing. Radomila Soukalová, PhD.; Vyhodnotila: Ing. Martina Juříková.

ČLÁNKY V ELEKTRONICKÝCH ČASOPISECH

- [1] Senioři cestují stále více. *ČeskéNoviny* [online]. Leden 2007 [cit. 8. února 2007].
Dostupné na WWW:
http://www.ceskenoviny.cz/toISO-8859-2.cs/cestovani/aktualitycr/index_view.php?id=231683
- [2] Walter Spitz. Senioři mají hodně času, hodně peněz a hodně síly. *Trend marketing* [online]. Říjen 2004 [cit. 8. února 2007]. Dostupné na WWW:
http://mam.ihned.cz/c4-10102480-15010680-107700_d-seniori-maji-hodne-casu-hodne-penez-a-dost-sily
- [3] Eva Motejzíková . Vzdělávání místo předčasných důchodů. *Moderní řízení* [online]. Leden 2001 [cit. 19. března 2001]. Dostupné na WWW: http://kariera.ihned.cz/c4-10115330-20161240-q06000_d-vzdelavani-misto-predcasnych- Duchodu
- [4] Senioři v lavicích. *iHned.cz, Vzdělávání* [online]. Květen 2006 [Cit. 14. února 2007]. Dostupný na WWW: http://vzdelavani.ihned.cz/2-18526370-d00000_detail-ae
- [5] Dvouletý projekt Třetí kariéra. *HR management* [online]. Prosinec 2006 [cit. 14. února 2007]. Dostupné na WWW: <http://managerweb.ihned.cz/index.php?p=T0o000>

OSTATNÍ ELEKTRONICKÉ ZDROJE

- [1] Věková struktura a ekonomická aktivita seniorů. ČSÚ [online]. Březen 2001 [Cit. 10. února 2007]. Dostupný z WWW:
[http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/62005331FF/\\$File/41230425.pdf](http://www.czso.cz/csu/2004edicniplan.nsf/t/62005331FF/$File/41230425.pdf)
- [2] Programy U3V 2006/2007. UTB [online]. Červenec 2006 [Cit. 1. března 2007]. Dostupný z WWW:
http://web.utb.cz/?id=0_1_6&lang=cs&type=0&PHPSESSID=2f18d94430eb8b600857a72d72ee7c61
- [3] Podmínky studia na U3V. UTB [online]. Září 2006 [Cit. 1. března 2007]. Dostupný z WWW:
http://web.utb.cz/?id=0_1_6_1&iid=0&lang=cs&type=0

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

U3V	Univerzita třetího věku
ČVUT	České vysoké učení technické
MU	Masarykova univerzita
MZLU	Mendlova zemědělská a lesnická univerzita
OU	Ostravská univerzita
TUL	Technická univerzita v Liberci
UK	Univerzita Karlova
UP	Univerzita Palackého v Olomouci
UPA	Univerzita Pardubice
UTB	Univerzita Tomáše Bati
VŠB	Vysoká škola báňská-Technická univerzita Ostrava
VŠE	Vysoká škola ekonomická
VŠCHT	Vysoká škola chemicko-technologická
VUT	Vysoké učení technické
ZČU	Západočeská univerzita

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Názor respondentů na věk, kdy se člověk stává starým, podle pohlaví a věkových skupin.....	16
Obr. 2. Stárnutí světové populace.....	20
Obr. 3. Podíl seniorů na věkové struktuře obyvatel.....	22
Obr. 4. Vývoj počtu obyvatel ČR 1950-200 a prognóza vývoje do roku 2030.....	23
Obr. 5. Jak tráví senioři svůj volný čas?.....	26
Obr. 6. Pracující a nepracující senioři	32
Obr. 7. Kde se posluchači dověděli o možnosti studovat na U3V?.....	46
Obr. 8. Logo U3V	47
Obr. 9. Barevná řešení loga U3V.....	47
Obr. 10. Věková struktura respondentů	49
Obr. 11. Uvítali byste v rámci U3V Klub absolventů?.....	50
Obr. 12. Jaká pravidelnost setkávání by Vám vyhovovala nejvíce?	50
Obr. 13. Jak by podle Vás měla vypadat náplň Klubu absolventů?	51
Obr. 14. Které aktivity byste v rámci Klubu absolventů uvítali?	52
Obr. 15. Uvítali byste vznik Klubu absolventů i za předpokladu, že většinu aktivit by si členové Klubu organizovali sami?.....	53
Obr. 16. Co bylo hlavním důvodem k tomu, že jste se rozhodli pro studium na U3V?.....	54

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Rozdělení skupin na základě faktoru „finanční svoboda“ 28

Tab. 2. Počty programů, kurzů a účastníků U3V ve vybraných veřejných VŠ v ČR
za akademický rok 2005/2006 42

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I	Inzerované produkty určené seniorům
PŘÍLOHA P II	Inzerce společnosti Nivea
PŘÍLOHA P III	Inzerce společnosti Allianz
PŘÍLOHA P IV	Logo veletrhu „For senior 2007“ + banner
PŘÍLOHA P V	Podíl pracujících a nepracujících seniorů podle regionu
PŘÍLOHA P VI	Výzkumné poznatky agentury STEM (v rámci projektu Třetí kariéra)
PŘÍLOHA P VII	Výzkumné poznatky agentury STEM (v rámci projektu Třetí kariéra)
PŘÍLOHA P VIII	Přihláška ke studiu na U3V
PŘÍLOHA P XI	Studijní průkaz posluchačů U3V
PŘÍLOHA P X	Ukázky z hodin počítačů a astronomie
PŘÍLOHA P XI	Ukázky z hodin výtvarného umění
PŘÍLOHA P XII	Promoce absolventů U3V
PŘÍLOHA P XIII	Propagační leták U3V
PŘÍLOHA XIV	Ukázka dalších návrhů loga U3V
PŘÍLOHA XV	Exkurze do Bratislavy – galerie moderního umění
PŘÍLOHA XVI	Exkurze do Planetária a Botanické zahrady
PŘÍLOHA XVII	Dotazník pro posluchače U3V
PŘÍLOHA XVIII	Ukázka obsahové náplně cyklu F

PŘÍLOHA P I: INZEROVANÉ PRODUKTY URČENÉ SENIORŮM



PŘÍLOHA P II: INZERCE SPOLEČNOSTI NIVEA

**NEU! MEHR VITALITÄT DURCH
DOPPELT SOVIEL FEUCHTIGKEIT.**

Die reichhaltige Algenessenz
Tropenrose von NIVEA VITAL
schützt nicht nur zwei
doppelt soviel Feuchtigkeit und
erhöht die Elastizität
für mehr Frische als je zuvor.

TÄGLICHE LEBENS-KRAFT
FÜR REIFE HAUT.

**NIVEA
VITAL**

The advertisement features a smiling elderly woman with short white hair, wearing a white shirt and a dark blue scarf. To her right is a white jar of NIVEA VITAL cream with a red label that says 'TROPENROSE'. Below the jar is a red rose. The background is a soft-focus blue and white. The NIVEA VITAL logo is in the bottom right corner.

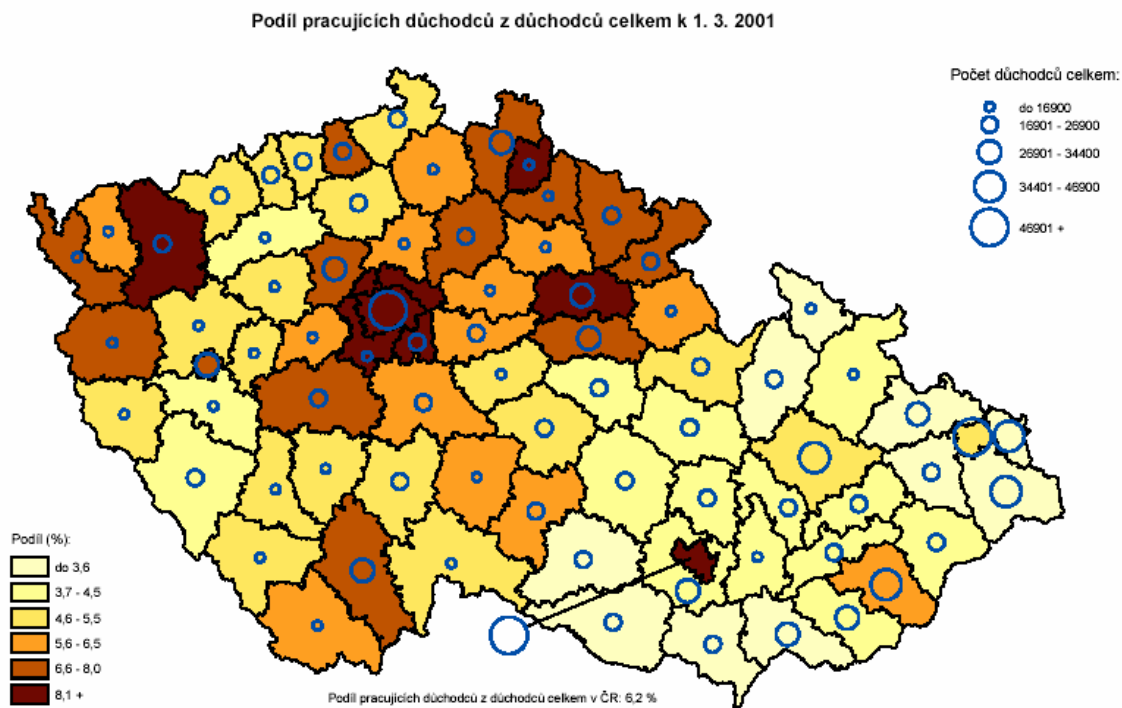
PŘÍLOHA P III: INZERCE SPOLEČNOSTI ALLIANZ



PŘÍLOHA P IV: LOGO VELETRHU FOR SENOR 2007 + BANNER



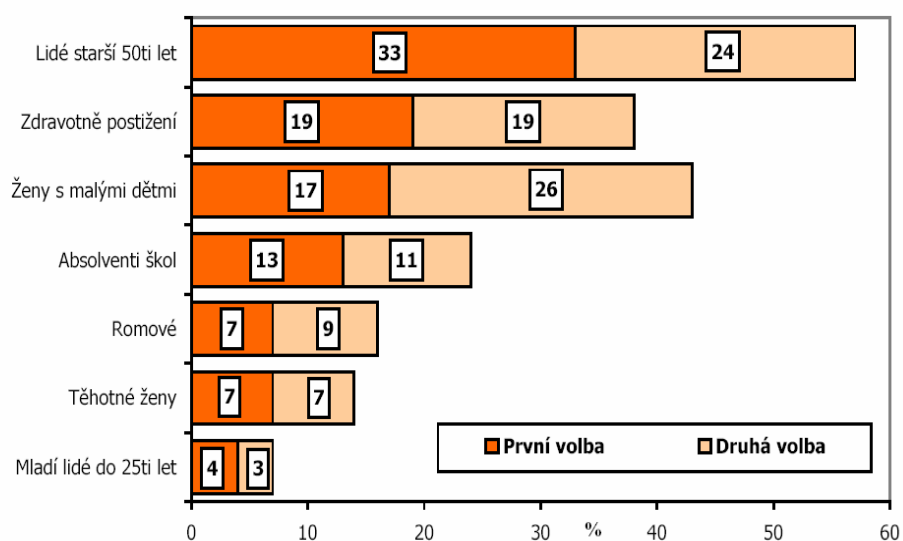
PŘÍLOHA P V: PODÍL PRACUJÍCÍCH A NEPRACUJÍCÍCH SENIORŮ PODLE REGIONŮ



Zdroj: ČSÚ, Podíl pracujících důchodců z důchodců celkem k 1. 3. 2001

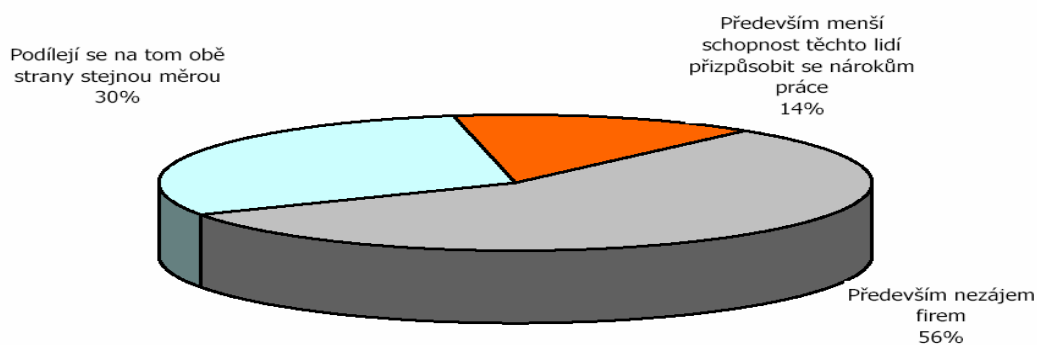
PŘÍLOHA P VI: VÝZKUMNÉ POZNATKY AGENTURY STEM (V RÁMCI PROJEKTU TŘETÍ KARIÉRA)

"Z následujících skupin vyberte podle pořadí dvě, o kterých se domníváte, že právě tyto dvě skupiny lidí mají nejhorsí podmínky pro uplatnění na trhu práce u nás"



Pramen: STEM, TR 06/03, Postavení zaměstnanců nad 50 let, 1 011 respondentů

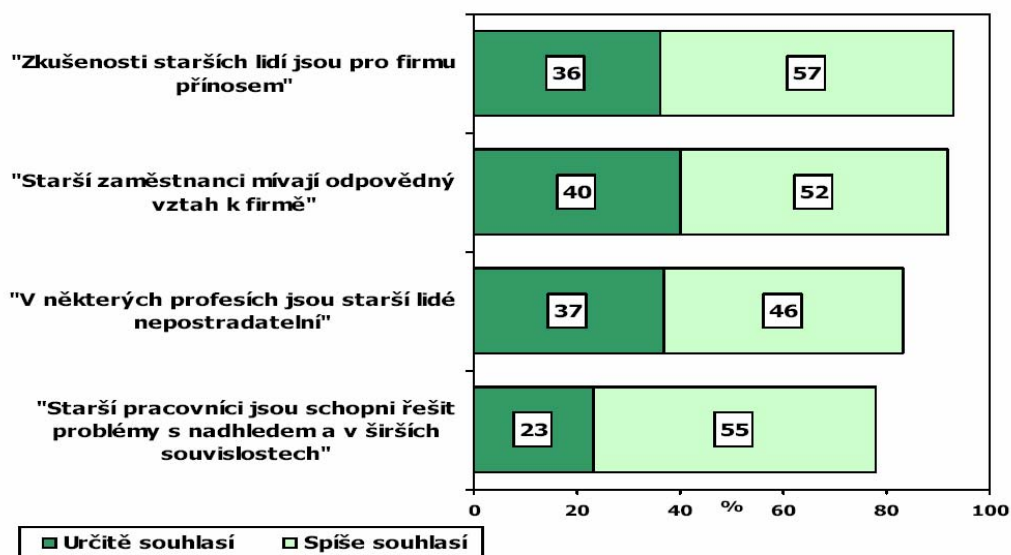
"Za horšími podmínkami pro pracovní uplatnění lidí nad 50 let stojí: "



Pramen: STEM, TR 06/03, Postavení zaměstnanců nad 50 let, 1 011 respondentů

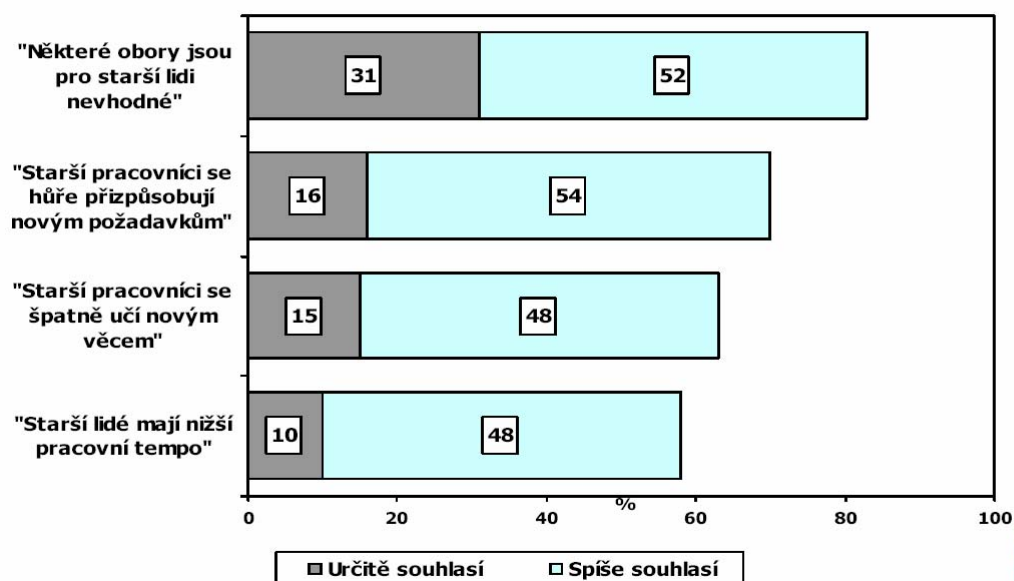
PŘÍLOHA P VII: VÝZKUMNÉ POZNATKY AGENTURY STEM (V RÁMCI PROJEKTU TŘETÍ KARIÉRA)

Vnímání předností starších pracovníků



TŘETÍ KARIÉRA

Vnímání handicapů starších pracovníků



Zdroj: Třetí kariéra: Poznatky sociologických výzkumů

PŘÍLOHA P VIII: PŘÍHLÁŠKA KE STUDIU NA U3V



Univerzita třetího věku

Příhláška ke studiu

**na Univerzitu třetího věku Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně
v akademickém roce 2006/2007**

CYKLUS: D/G/H/I/J

1. Jméno a příjmení, titul:

2. Rodné číslo:

3. Kontaktní adresa:

4. Telefon / mobil :

Ve Zlíně, dne

Podpis:

PŘÍLOHA P IX: STUDIJNÍ PRŮKAZ POSLUCHAČŮ U3V

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
UNIVERZITA TŘEŠNÍHO VĚKU

ČESKÁ REPUBLIKA

název a razítko vysoké školy

**VÝKAZ O STUDIU V PROGRAMU CELožIVOTNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ
NA VYSOKÉ ŠKOLE**

Jméno a příjmení narozen 19

v, okres

kraj, státní občanství

je v akademickém roce / účastníkem studia v programu
celoživotního vzdělávání s názvem

.....
fakulty (vysoké školy)

a je oprávněn účastnit se zapsaných přednášek a cvičení

v dne 20

.....
podpis účastníka

.....
rodné číslo

.....
úřední razítko

.....
úřední podpis



PŘÍLOHA P X: UKÁZKY Z HODIN POČÍTAČŮ A ASTRONOMIE

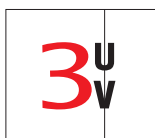


PŘÍLOHA P XI: UKÁZKY Z HODIN VÝTVARNÉHO UMĚNÍ



PŘÍLOHA P XII: PROMOCE ABSOLVENTŮ U3V (23.6. 2006)





Univerzita třetího věku

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

v akademickém roce **2006/07**

otvírá již pátým rokem

UNIVERZITU TŘETÍHO VĚKU

Nabídka dvouletých kurzů pro akademický rok 2006/07:

1. ročník:

Cyklus D - Počítače v praxi

**Cyklus G - Minimum občanského
a zdravotnického práva**

Cyklus H - O zdraví a psychice

Cyklus I - Literárně – hudební

**Cyklus J - Energetické hospodářství v regionu
(1- letý kurz)**

Ve 2. ročníku pokračují:

Cyklus B - Společensko-vědní

Cyklus C - Výtvarná umění

Cyklus D - Počítače v praxi

Cyklus E - Média a komunikace

Cyklus F - Astronomie a ekologie

Bližší informace o studiu a přihláška ke studiu v 1. ročníku jsou k dispozici na vrátnici UTB Mostní 5139, Zlín a na www.utb.cz

PŘÍLOHA P XIV: UKÁZKA DALŠÍCH NÁVRHŮ LOGA U3V



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



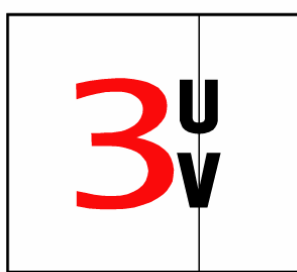
UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU

**PŘÍLOHA P XV: EXKURZE DO BRATISLAVY – GALERIE
MODERNÍHO UMĚNÍ (ZÁŘÍ 2005)**



PŘÍLOHA P XVI: EXKURZE DO PLANETÁRIA A BOTANICKÉ ZAHRADY



PŘÍLOHA P XVII: DOTAZNÍK PRO POSLUCHAČE U3V



UNIVERZITA TŘETÍHO VĚKU

Vážení posluchači Univerzity třetího věku UTB Zlín,

v rámci realizovatelného projektu mé diplomové práce na téma „Vzdělávání seniorů“, bych Vás chtěla požádat o vyplnění několika otázek týkající se možnosti vzniku Klubu absolventů na U3V. Děkuji za Váš čas i ochotu.

Mariem Bouaouiche, studentka 5. ročníku Fakulty multimediálních komunikací.

IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Jste: muž žena

Věk: do 50 let
 51 – 60 let
 61 – 70 let
 nad 70 let

1) Na U3V studujete:

poprvé opakovaně

2) Uvítali byste v rámci Univerzity třetího věku Klub absolventů?

ano ne nevím

3) Jak by podle Vás měla vypadat náplň Klubu absolventů?

- pravidelné přednášky, volně navazující na předchozí cykly
- pravidelná setkávání absolventů U3V, na nichž by se vymýšlely další aktivity nad rámec U3V
- neformální posezení absolventů U3V s cílem vyměňovat si své životní, profesní či osobní zkušenosti s ostatními seniory
- nepravidelné přednášky na různá témata, o které by posluchači jevíli největší zájem

4) Které aktivity v rámci Klubu absolventů byste uvítali? (zaškrtněte prosím jen jednu možnost)

- Společensko-kulturní akce (koncerty, divadlo, výstavy, ples UTB atd.)
- Vzdělávací a poznávací akce (exkurze, odborné přednášky, diskuze)
- Příležitostné zájezdy, které by si členové Klubu sami zorganizovali (např. jednodenní výlety do Luhačovic, Rožnova,)
- „Vlastní“ klubové aktivity (např. společenské hry)
- Pohybové aktivity (relaxační cvičení, plavání, apod.)

5) Jaká pravidelnost setkávání by Vám vyhovovala nejvíce?

- jednou za 14 dní
- jednou za měsíc
- jednou za 2 měsíce
- záleží na domluvě členů
- jiná varianta (doplňte)

6) Uvítali byste vznik Klubu absolventů i za předpokladu, že většinu aktivit by si členové Klubu organizovali sami?

- ano ne nevím

7) Kde by podle Vás bylo nejvhodnější setkávání realizovat? Navrhněte prosím prostory, které Vás napadají.

.....

Doplňující otázka: Co bylo hlavním důvodem k tomu, že jste se rozhodli pro studium na U3V? Zatrhněte prosím jen jeden důvod, který byl podle Vás rozhodující:

- prohloubení znalostí ve studovaných oborech
- společenský kontakt
- zvýšení kvalifikace
- pokračování ve studiu předmětu, který je celoživotním zájmem
- seznámení se s novým prostředím, lidmi, informacemi; upevnění sociálních vztahů

PŘÍLOHA P XVIII: UKÁZKA OBSAHOVÉ NÁPLNĚ CYKLU F

Cyklus F – Astronomie, ekologie a paleoekologie

Garant celého cyklu: doc. RNDr. Jiří DostáekCSc.

Akademický rok 2006/2007

Semestr 3.: Astronomie III

Garant: Ing. Arch. Ivan Havlíček, Zlínská astronomická společnost

Přednášky:

1. Pozorované jevy slunečního systému, Keplerovy zákony.
2. Stavba a geneze hvězdy, závěrečná stádia hvězd.
3. Dalekohledy a observatoře.
4. IR astronomie.
5. Radioastronomie.
6. Velkorozměrový vesmír – kupy a nadkupy galaxií a jejich vývoj.
7. Temná hmota, temná energie, konečnost a nekonečnost vesmíru.

Výuka je koncipována formou přednášek doplněných obrazovou dokumentací a video-prezentací (prezentaci dostávají posluchači na CD). Posluchači mají volný vstup na praktické pozorování na Zlínské hvězdárně.

Vyučující: Ing. Arch. Ivan Havlíček, ZAS; Ing. Vratislav Zíka, ZAS; Petr Cagaš, ZAS