



Strategie vzdělávání
pro **Kutnou Horu**
do roku 2018



Strategické cíle ve vzdělávání v Kutné Hoře

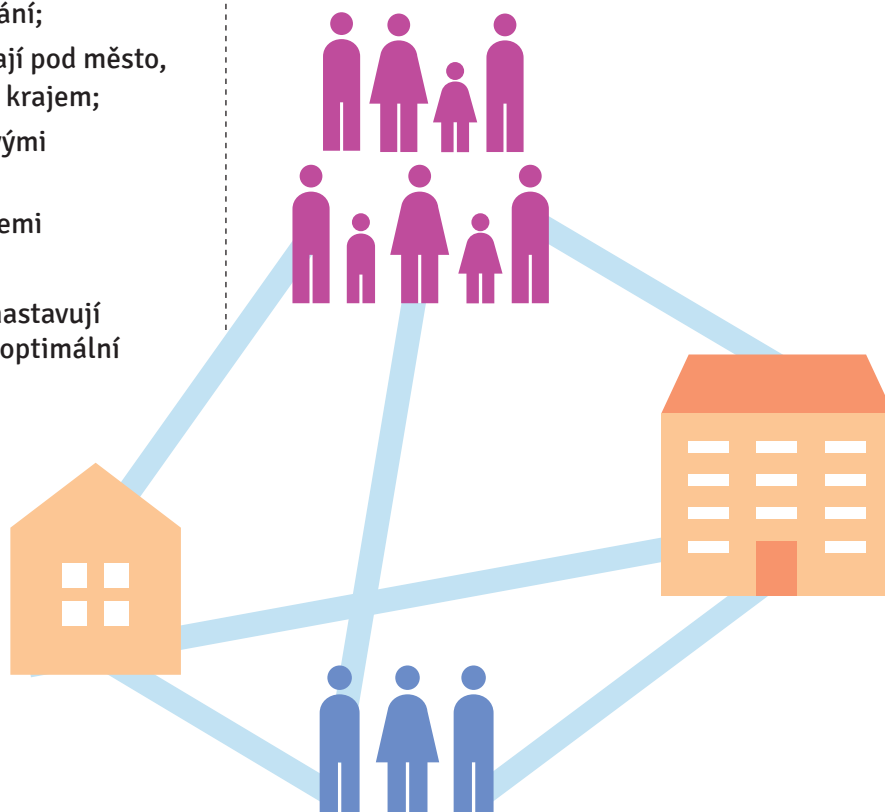
Strategické cíle:

- 1– Spolupracujeme a síťujeme**
- 2– Jsme informováni**
- 3– Poskytujeme příležitosti všem**
- 4– Inspirujeme se moderními trendy a dobrou praxí ostatních**
- 5– Podporujeme komunitní aktivity**

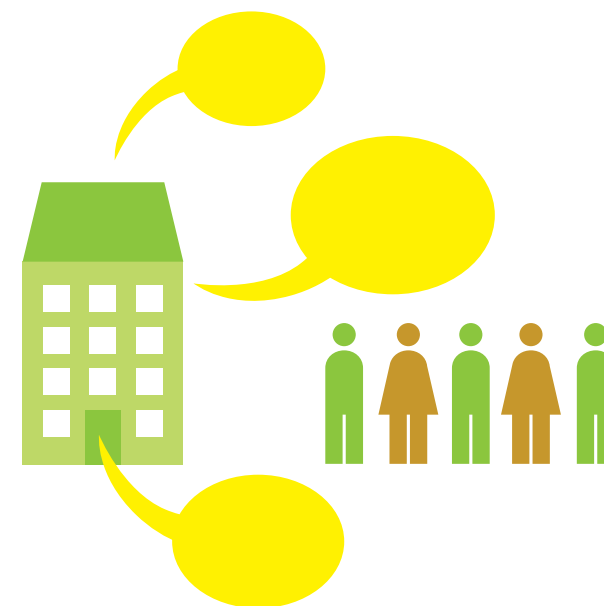
Strategický cíl 1

Spolupracujeme a síťujeme

- 1.1** Město podporuje diskuzi a spolupráci mezi jednotlivými vzdělávacími institucemi a dalšími organizacemi. Také oni přijímají cíl vzájemné spolupráce jako svůj závazek.
- Město společně se zástupci vzdělávacích institucí podporuje vzájemnou spolupráci mezi:
 - a/ institucemi formálního a neformálního vzdělávání;
 - b/ institucemi, které spadají pod město, i těmi, které působí pod krajem;
 - c/ vzdělávacími a neziskovými organizacemi;
 - d/ vzdělávacími organizacemi a lokálními firmami.
 - Město a další organizace nastavují pro vzájemnou spolupráci optimální podmínky.



- 1.2** Město, vzdělávací a neziskové organizace podporují mezigenerační a interkulturní spolupráci.
- 1.3** Vzdělávací organizace aktivně spolupracují a komunikují s rodiči.
- 1.4** Základní školy nejsou konkurenty, ale spolupracovníky.
- Je snižována konkurenční povaha vztahů mezi školami.
 - Je omezena stereotypizace jednotlivých škol ve městě.



Strategický cíl 2

Jsme informováni

- 2.1** Město pravidelně a přehledně informuje o všech vzdělávacích aktivitách ve městě.
- 2.2** Město veřejně propaguje možnosti a podmínky využívání všech prostor, které mohou být organizacemi využívány.
- 2.3** Zástupci vzdělávacích organizací jsou detailně a komplexně informováni o všech možnostech spolupráce s návaznými organizacemi.



Strategický cíl 3

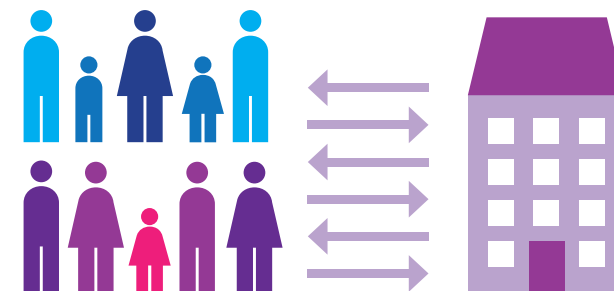
Poskytujeme příležitosti všem

- 3.1 Město podporuje celoživotní vzdělávání všech skupin obyvatel.
- 3.2 Město a vzdělávací organizace podporují využívání inkluzivních a individuálních přístupů.

Strategický cíl 4

Inspirujeme se moderními trendy a dobrou praxí ostatních

- 4.1 Město podporuje inovace, změny a přenos dobré praxe.
- 4.2 Všechny vzdělávací organizace zřizované městem mají zpracovanou svou vizi, která je v souladu s koncepcí města a zavazují se proto k využívání inovativních a kreativních přístupů.



Strategický cíl 5

Podporujeme komunitní aktivity

- 5.1 Město má formulována pravidla, která podporují a usnadňují realizaci kulturních, vzdělávacích a volnočasových aktivit obyvatel ve svých lokalitách.
- 5.2 Město zjišťuje pravidelně potřeby a názory jednotlivých skupin obyvatel a dle výsledků průzkumů upravuje svou strategii a grantovou politiku. Dosahuje tak participativního řízení.

Příloha 1

Jak vznikala Strategie vzdělávání pro město Kutná Hora

Strategii zpracovala obecně prospěšná společnost EDUin v rámci projektu [Města vzdělávání](#), který byl finančně podpořen J&T Bankou a IBM. Strategická část byla připravena a zpracována participativním přístupem přímým zapojením samotných aktérů ve vzdělávání.

Proč je dobré mít strategii vzdělávání

Za vzdělávání zodpovídají nejen školy, ale také organizace volnočasového vzdělávání, které se zaměřují na obyvatele různého věku od raného dětství po stáří. Na vzdělávání v takto široce pojetém slova smyslu se podílejí vedle škol také kulturní a sportovní organizace i další subjekty poskytující volnočasové vzdělávání apod. Všechny tyto organizace, ať už jde o přímo řízené instituce nebo neziskové organizace, popřípadě soukromé subjekty, mohou, pokud naplňují předem vytvořenou strategii, společně významně přispívat k rozvoji města a zapojení jeho obyvatel do veřejného života. Město o velikosti Kutné Hory zahrnuje takové množství organizací, že sladění jejich priorit tak, aby fungovala jejich činnost synergicky, je bez koncepce velice obtížné.

Jak vypadá „vesmír vzdělávání“ v Kutné Hoře, ilustruje následující obrázek:



Jak je vysvětleno výše a ilustrováno „vesmírem vzdělávání“, pojem vzdělávání je v této koncepci vnímán v nejširším slova smyslu a zahrnuje jak formální vzdělávání (ve školách) tak neformální vzdělávání (ve volném čase). Mezi vzdělavatele řadíme jak instituce předškolního, základního a středoškolského vzdělávání, tak neziskové organizace (zájmové spolky, sportovní oddíly apod. včetně podpůrných sociálních služeb), kulturní a zájmová zařízení (knihovny, galerie, muzea, divadla atd.), ale i soukromé firmy jako jsou například soukromé jazykové školy. Jelikož má vzdělání obyvatel dopad na jejich zaměstnatelnost, počítáme mezi relevantní aktéry ve vzdělávání rovněž zaměstnavatele a úřad práce. Používáme-li pojem vzdělávání, je nutno zdůraznit, že se týká všech věkových skupin a zahrnuje jak čistě vzdělávací aktivity, tak aktivity kulturní a sportovní.

Proč je dobré mít strategii pro vzdělávání, můžeme shrnout do následujících bodů:

- stanovuje cíle, kterých chceme společně dosáhnout
- díky ní všichni vědí, kam směřují jejich aktivity
- zamezuje roztříštěnosti aktivit a umožňuje naopak jejich zacílení
- vzhledem k diverzitě tvůrců je možné dosahovat společných cílů na různé úrovni
- aktivity navázané na strategii jsou pro obyvatele čitelnější

Jednotlivé kroky projektu jsou uvedeny v následujících bodech.

Jak strategie pro Kutnou Horu vznikala:

- sekundární analýza dat na internetu
- průzkum veřejného mínění ve formě dotazníkového šetření
- polostandardizované rozhovory s hlavními aktéry ve vzdělávání
- setkávání pracovní skupiny – diskuze zástupců vzdělávacích organizací nad výsledky auditu a debata nad obsahem zpracovávané strategie

Co následuje:

- veřejná konzultace strategie
- schválení vedením města
- zpracování akčního plánu pro naplnění strategie
- naplňování strategie prostřednictvím aktivit města a dalších aktérů

Výsledky průzkumu v oblasti vzdělávání v Kutné Hoře

Aby strategie reflektovala potřeby obyvatel, logicky bylo k prvotní přípravě podkladů koncepce vzdělávání využito sociologické šetření mezi místními obyvateli.

Úvod

Vlastní sběr dat probíhal na konci roku 2013 a měl podobu jak papírového, tak elektronického dotazníku. K analýze bylo získáno celkem 373 dotazníků, z čehož 214 dotazníků bylo v papírové podobě. Dotazník se zaměřoval na hodnocení šíře nabídky a kvality formálního a neformálního vzdělávání, zjišťoval spolupráci vzdělávacích zařízení s organizacemi poskytujícími volnočasové vzdělávání. Dále zkoumal, jakou formou respondenti vyhledávají informace spojené se vzdělávací problematikou a jaká je jejich spokojenost se životem ve městě. Více než dvě třetiny výzkumného souboru čítajícího 373 respondentů tvořily ženy. Průměrný věk respondentů činil 35 let. Z hlediska ekonomické aktivity tvořili největší část souboru zaměstnaní, a to rovnou polovinu, dále čtvrtinu souboru zahrnovali studenti (25,5%). Více než polovina respondentů (53,5 %) má děti, které navštěvují instituce formálního vzdělávání. V nejvíce případech navštěvují ZŠ.

Spokojenost se školami

Nejvíce jsou respondenti spokojeni s nabídkou základních škol, u nichž 43 % jedinců odpovědělo, že nabídku považuje za naprosto dostatečnou. Pokud ke spokojenosti přičteme ještě variantu „spíše dostatečnou“, kterou označilo dalších 43,5 % respondentů. Celkově je s nabídkou spokojeno 86,5 % dotá-

zaných. Nabídku středních škol hodnotí jako naprosto dostatečnou 24,5 % respondentů, pokud opět přičteme druhou variantu, kterou označilo 43 % jedinců, potom je s nabídkou sekundárního vzdělávání spokojeno celkem 67,5 % dotázaných. Nejméně jsou respondenti spokojeni s nabídkou mateřských škol, za naprosto dostatečnou ji považuje pouze 16,5 % a jako spíše dostatečnou ji hodnotí 30,5%. Naopak téměř stejný počet respondentů (30 %) ji považuje za spíše nedostatečnou a dalších 11 % dokonce za naprosto nedostatečnou.

S kvalitou fungujících mateřských škol jsou respondenti již více spokojeni, jako „naprosto dobrou“ ji vnímá 20,5 % a jako „spíše dobrou“ potom 56 % dotázaných, naopak záporně ji ohodnotilo pouhých 5 %. Celkově hodnotí respondenti jako nejkvalitnější právě mateřské školy.

Hodnocení kvality škol

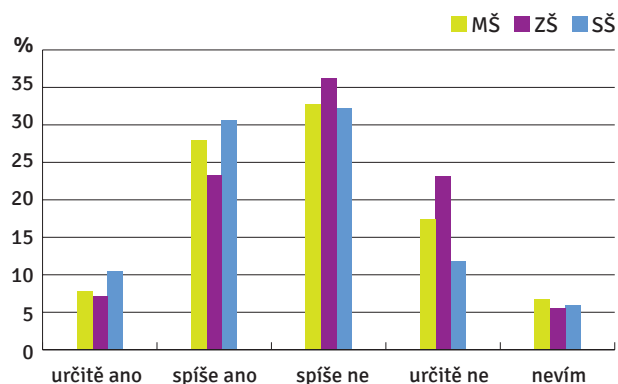
	MŠ	ZŠ	SŠ
naprosto dobrou	20,5%	14%	14%
spíše dobrou	56%	60,5%	57%
spíše špatnou	4%	12%	7%
naprosto špatnou	1%	2%	1%
nevím	12%	6%	11%
bez odpovědi	6,5%	5,5%	10%

Respondenti byli také tázáni, jaká nabídka škol podle jejich názoru ve městě chybí. Na tuto otázku odpovědělo celkem 180 dotázaných, přičemž nejčastěji (ve 32 % případů) zmiňovali nedostatečnou nabídku mateřských škol. 24 % respondentů by dále uvítalo širší výběr mezi středními školami či rozšíření oborů na učilištích. Respondentům ve městě chybí také vzdělávací instituce uměleckého zaměření (15 %), rozšířená výuka jazyků a alternativní podoby formálního vzdělá-

vání (mezi příklady, které někteří respondenti uváděli, patří waldorfská či montessori pedagogika).

K otázce, zda by byli ochotni za širší nabídku a lepší kvalitu formálního vzdělávání platit, se respondenti staví spíše zamítavě, a to u všech třech typů institucí. Největší rozdíl mezi ochotou formální vzdělávání financovat je u základních škol, kde by za něj bylo ochotno platit jen 30,5 % respondentů, zatímco 59,5 % respondentů za něj platit nechce. U mateřských škol se kladně vyjádřilo 36 % respondentů, nakonec nejméně jsou nůžky rozevřeny u středních škol, kde rozdíl mezi ochotou a neochotou platit za tento stupeň vzdělávání jsou pouhá 3% procenta. Respondenti jsou tedy nejvíce ochotni platit SŠ vzdělávání.

Graf 2 – Ochota platit za kvalitní a širší nabídku formálního vzdělávání



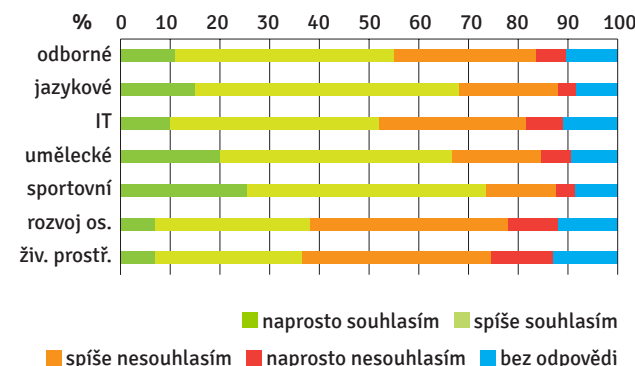
Volnočasové vzdělávání

Volnočasové a další vzdělávání

Stejně jako v případě formálního vzdělávání hodnotili respondenti i kvalitu a nabídku volnočasového vzdělávání. Vyjádřit se měli k následujícím kurzům: odborné, jazykové, IT, umělecké, sportovní, rozvoj osobnosti a životní prostředí. Z výčtu kurzů jsou respondenti

nejvíce spokojeni s nabídkou sportovních kurzů (jako dostatečnou ji hodnotí 74 %).

Graf 3 – Hodnocení nabídky kurzů volnočasového vzdělávání



Jako nejvíce kvalitní kurzy hodnotily téměř tři čtvrtiny respondentů kurzy sportovní (72 %), umělecké (71 %) a jazykové (70 %).

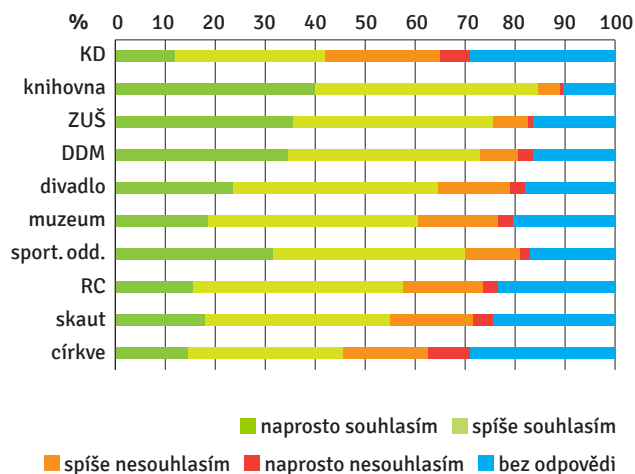
Respondenti byli tázáni také na to, jaký druh volnočasových aktivit v jejich městě chybí. Možnosti vyjádřit se k této problematice využilo 81 respondentů, kteří nejčastěji zmiňovali rozšíření sportovních a pohybových aktivit včetně lepšího sportovního zázemí (celkem 23,5 % případů). Dále by respondenti uvítali kurzy zabývající se odbornou tematikou (16 %), kterou je například finanční gramotnost, kurzy první pomoci či kurzy etiky. Často se objevovaly rovněž umělecké kurzy (8,5 %), které by však byly nezávislé na ŽUŠ, nebo také dramatický kroužek.

Organizace poskytující volnočasové a další vzdělávání

Respondenti měli také ohodnotit, které organizace podle nich poskytují dostatečně širokou a dobrou nabídku aktivit dalšího a volnočasového vzdělává-

ní. Nejlepší hodnocení obdržela knihovna, jíž kladně označilo celkem 85 % dotázaných. Pro kladné hodnocení rozhodlo kolem tří čtvrtin dotázaných u základní umělecké školy (76 %) a domu dětí a mládeže (73 %). Naopak nejhorší hodnocení získal kulturní dům, jehož nabídku a kvalitu aktivit ohodnotilo 29 % dotázaných záporně. Asi čtvrtiny dotázaných vnímá záporně ohodnotilo církevní organizace (26 %) a organizace typu skaut, pionýr, orel apod. (21 %). Kompletní přehled hodnocení nabízí graf níže.

Graf 5 – Hodnocení organizací volnočasového a dalšího vzdělávání dle šíře a kvality nabídky

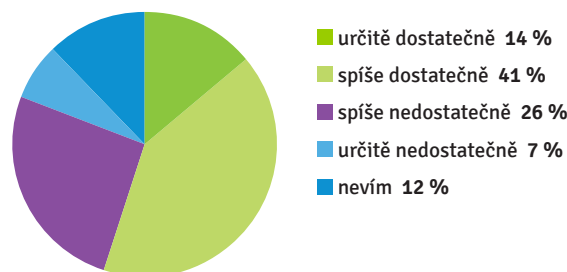


Dovednosti a znalosti získané ve volném čase jsou pro celých 85 % dotázaných stejně důležité jako dovednosti a znalosti nabyté ve škole. V tomto případě byla zjištěna slabá závislost mezi postojem respondenta a jeho věkem. Nicméně větší význam tomuto způsobu získávání znalostí a dovedností připisují mladší respondenti.

Spolupráce škol s organizacemi volnočasového vzdělávání

Dále se také zjišťovalo, jaký názor mají respondenti na vzájemnou spolupráci škol (tj. MŠ, ZŠ a SŠ) s organizacemi poskytujícími další a volnočasové vzdělávání. Na tuto otázku odpovědělo 359 respondentů, z nichž nejčastěji respondenti uváděli, že tuto spolupráci považují za „spíše dostatečnou“ (41 %).

Graf 6 – Hodnocení spolupráce škol s organizacemi volnočasového a dalšího vzdělávání



Informovanost občanů o nabídce volnočasového a dalšího vzdělávání

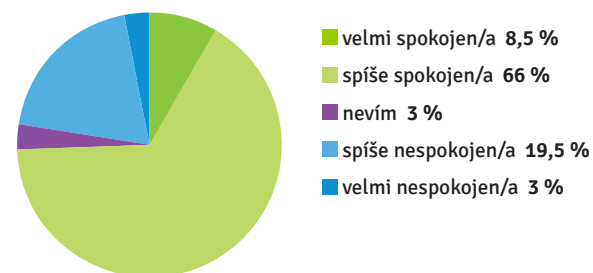
Respondenti hodnotí úroveň informovanosti o nabídce dalšího a volnočasového vzdělávání následovně: za velmi dobrou ji považuje 6,5 % dotázaných, 43,5 % ji hodnotí jako spíše dobrou, dalších 40 % jako spíše špatnou a 7 % jako velmi špatnou. Je zde tudíž značný prostor pro zlepšení.

Nejčastěji respondenti preferují vyhledávání informací o nabídce neformálního vzdělávání na internetu, méně už jsou využívány propagační tištěné materiály a místní tisk nebo informační tabule.

Spokojenost s životem ve městě

Možnost poukázat na nejpálčivější problém ve městě využilo 224 respondentů, tj. dvě třetiny z celkového počtu. Vysokou nezaměstnanost vnímá jako největší problém v Kutné Hoře celá pětina dotázaných. Na problémy s nepřizpůsobivými občany a další s tím tím spojené (např. vandalismus, nepořádek či drogová problematika) poukázala též pětina dotázaných. Ti v tomto případě nejčastěji zmiňovali problémy s romskou menšinou (13,5 %), osoby bez domova (3,5 %) a sociálně slabé jedince (3 %). V celkové koncepci města respondentům chybí především upravené klidové zóny se zelení, nedostatek funkčních dětských hřišť či vyhovující místa pro setkávání dospívající mládeže. Část respondentů by též uvítala lepší komunikaci města s občany, obzvláště co se týká jejich informovanosti o dění ve městě (např. z hlediska dopravních uzavírek, pořádaných kulturních akcí atp.)

Graf 7 – Spokojenost se životem ve městě



Závěry rozhovorů s aktéry ve vzdělávání

V rámci projektu proběhly na podzim 2013 polostandardizované rozhovory se čtrnácti zástupci organizací působících ve vzdělávání v Kutné Hoře (ZŠ, SŠ, knihovny, DDM, Charity, městského úřadu a neziskových organizací apod.). Bylo jim položeno 10 hlavních otázek a rozhovory trvaly cca 30–50 min. Informace z rozhovorů nám doplnila data získaná dotazníkovým způsobem a následné diskuze a brainstorming pracovní skupiny na tyto závěry navazovaly.

Níže jsou uvedeny získané názory za jednotlivé oblasti školství.

Mateřské školy

- Většina MŠ funguje pod jedním právním subjektem, což má svá negativa i pozitiva
- Nedostatečná kapacita MŠ; úvahy nad možnostmi zřízení firemních školek
- Možnosti podpory města alternativním MŠ
- Romské děti nenavštěvují MŠ
- Podpora přípravných tříd a podprahových zařízení pro rodiče s dětmi
- Chybějící jesle

Základní školy

- Problematika nízkého počtu žáků na ZŠ Kamenná stezka a romizace školy
- Otázka spádovosti a kapacit ZŠ
- Potřeba provázanosti a spolupráce mezi ZŠ a DDM Dominik
- Prostupnost a spolupráce MŠ a ZŠ
- Důležitost výchovných poradců
- Potřeba více terénních pracovníků a sociálních asistentů pro sociálně vyloučené
- Zájmové vzdělávání bývá realizováno přímo na ZŠ.

Je dobré, aby kroužky byly realizovány přímo na školách?

- Dostatečná nabídka volnočasových aktivit v KH, nicméně nedostatečná informovanost a koordinovanost, časté dublování
- Potřeba větší spolupráce škol s rodiči
- Malá podpora talentovaných dětí
- Podpora inkluze
- Žáci nemají důvod se učit, jelikož je převis nabídky SŠ nad jejich poptávkou
- Motivace kvalitních učitelů
- Vyřešení majetkových a pozemkových problémů ZŠ

Střední školy

- Dvě gymnázia
- Malý výběr SŠ oborů
- Důležitost výchovných a kariérových poradců
- Chybějící vztah i kontakt mezi městem a SŠ
- Užší spolupráce s úřady práce
- Větší provázanost mezi ZŠ a SŠ
- Malá nabídka volnočasových aktivit pro mládež a malá informovanost o nich
- Potřeba prostor vyčleněných pro volnočasové aktivity mládežnických
- Využití technicky i jinak odborně zdatných studentů ZŠ ze strany města, zdejších podnikatelů a jiných organizací
- Omezený kontakt a malá podpora i informovanost ze strany zřizovatele (kraj a MŠMT)

Neformální vzdělávání

- Dobrá nabídka, nicméně je potřeba navýšení propagace
- GASK – dobrá spolupráce s MŠ, ZŠ, SŠ, ZUŠ a dalšími institucemi

- DDM – zřizovatelem je kraj, nevztahuje se tudíž k DDM podpora ze strany města

Vzdělávání pro dospělé

- Velmi dobrá nabídka, nicméně je potřeba navýšení propagace, spolupráci a koordinace
- Hlavní aktéři: knihovna (Univerzita volného času), DDM (Akademie 3 V), ZŠ Žižkov (Centrum pro vzdělávání dospělých), dvě aktivní neziskovky

Další postřehy

- V Kutné Hoře je realizováno mnoho akcí, nicméně se s nimi pojí nízká informovanost a časté dublování
- Důležitost rozšíření prostor pro volnočasové aktivity (cyklostezka, naučná stezka, skatepark)
- Aktivní farnost, která dříve realizovala setkávání ředitelů škol; možnosti plánování podobných akcí v budoucnosti?
- Potřeba zlepšit povědomí o trendech ve školství mezi pedagogy, vedením škol i mezi městskými úředníky
- Aktivní nízkoprahová centra (Charita a Prostor), nicméně potřeba navýšení spolupráce mezi nimi
- Potřeba většího zapojení podnikatelů do společenského života města

Implementace strategie vzdělávání

Nově zpracovaná strategie je pouze prvním krokem k nastartování změn a nových aktivit. Nejdůležitější fází, která ověří práci všech odborníků zapojených do příprav strategie, je samotná implementace plánovaných dílčích cílů a konkrétních aktivit. V rámci závěrečného setkání zástupců všech čtyř pilotních měst vzdělávání, účastníci navrhli několik aktivit, které implementaci strategie napomohou.

V první řadě je to vytvoření akčního plánu pro naplňování vzdělávací strategie, za který bude v každém městě odpovídat nově vytvořená pracovní skupina s jasnou strukturou, definovanými zodpovědnostmi a koordinující osobou. Skupina by rovněž měla mít svého „tiskového mluvčího“, který bude zodpovědný za propagaci, včetně úvodní tiskové konference. V některých městech byl akční plán částečně již připraven, nicméně plnění naplánovaných aktivit je třeba lokálně koordinovat a kontrolovat. Je nutné vyjít z aktivit, které již ve městech existují, a opakovaně je v souvislosti se strategií vyhodnocovat. Rovněž je potřeba sjednotit požadavky a zájmy všech zapojených vzdělávacích subjektů. Skupina se bude pravidelně setkávat a plnění stanovených cílů bude průběžně kontrolovat a vyhodnocovat. Bude využito také dotazníkového šetření za účelem získání zpětné vazby od místních obyvatel.

Dalším důležitým momentem, který účastníci setkání uváděli, je potřeba nadchnout pro strategii a plánované aktivity zastupitelstvo a mít vždy mezi zastupiteli své podporovatele. Implementaci napomůže i pravidelná podpora médií, počínaje lokálními periodiky, rádiem, sociálními sítěmi i webovými stránkami města a jednotlivých organizací. Ideální je najít si své-

ho mediálního partnera. Důležité je také napojení na potenciální sponzory z řad lokálních firem.

Ideálním prostředkem pro podporu spolupráce je také podání společného projektu, který byl zaměřen buď na dílčí část strategie či na komplexní plnění nových vzdělávacích priorit při široké spolupráci různých institucí. Práce skupiny a aktivity společného projektu by měly fungovat v návaznosti na další iniciativy jako **Lepší místo, Síť zdravých měst** atd.

Do práce skupiny je vhodné nad rámec odborníků zapojit také aktivní rodiče dětí z MŠ a ZŠ a především také aktivní studenty SŠ, kteří touto spoluprací získají zajímavou zkušenost. Mohou být také zprostředkovateli informací o situaci a potřebách žáků na základních a středních školách v regionu. Za tímto účelem je přínosné také napojení na žákovské parlamenty. Všechny tyto konkrétní kroky k posílení dopadu vzdělávací strategie budou definovány při zpracování akčních plánů v jednotlivých městech.

Příloha 2

Rozpracování dílčích cílů do příkladů

Strategický cíl 1 Spolupracujeme a síťujeme

1.1

Město podporuje diskuzi a spolupráci mezi jednotlivými vzdělávacími institucemi ve městě a dalšími organizacemi. Také oni přijímají cíl vzájemné spolupráce jako svůj závazek.

1.1.1

Město společně se zástupci vzdělávacích institucí podporuje vzájemnou spolupráci mezi:

- a/ institucemi formálního a neformálního vzdělávání;
- b/ institucemi, které spadají pod město, i těmi, které působí pod krajem
- c/ vzdělávacími organizacemi a neziskovými organizacemi;
- d/ vzdělávacími organizacemi a lokálními firmami.

Příklady 1.1.1 a/ a b/

- Je nastavena úzká spolupráce ZŠ s DDM a ZUŠ. Město podporuje spolupráci škol s DDM při koordinaci nabídky kroužků na školách a kroužků nabíze-

ných v DDM. Cílem je snížení dublování a rozšíření nabídky. Poptávka cílových skupin se periodicky sleduje formou anket a dotazníků.

- Vzdělávací organizace spolu vzájemně spolupracují při čerpání evropských fondů a při organizaci komunitních akcí.
- Vzdělávací organizace plánují aktivity tak, aby si jejich akce navzájem nekonkurovaly a nedublovaly se. Využívají sdíleného kalendáře.
- Ve městě se konají společné akce jednotlivých ZŠ, SŠ, města a dalších vzdělávacích institucí (DDM, ZUŠ, knihovna atd.).
- Zástupci vzdělávacích institucí organizují pravidelné předmětové a odborné komise: a/ samostatné pro učitele ZŠ a učitele SŠ, b/ společné pro učitele ZŠ i SŠ, c/ setkání preventistů a výchovných/kariérových poradců.

DOBRÁ PRAXE KH – předmětové komise jsou zaneseny jako plánovaná aktivita akčního plánu vzdělávací strategie pro Kutnou Horu

Příklady 1.1.1 c/

- Neziskové organizace udržují pravidelný kontakt se školami (ZŠ i SŠ). Každoročně zpracovávají aktuál-

ní nabídku svých aktivit určených pro školy a další vzdělavatele v regionu. Tu publikují na webu města a oslovují také přímo ředitele škol. Neziskové organizace jsou dle aktuálních potřeb zvány na setkání ředitelů ZŠ.

Příklady 1.1.1 d/

- Město klade důraz na společensky odpovědné aktivity firem a je podporou při navazování kontaktu vzdělávacích institucí s lokálními firmami. Společensky odpovědné aktivity a firemní sponzoring cílené na vzdělávací instituce jsou veřejně prezentovány na webu města a v médiích jako příklady dobré praxe.
- Zástupci města a vzdělavatelů komunikují s regionálními firmami potřeby pro rozvoj v oblasti vzdělávání. Firmy tak mohou brát tyto aktuální potřeby v potaz při vypisování svých grantových výzev.
- Odborníci z firem a dalších organizací spolupracují se školami, např. zapojením se do výuky, účasti u maturit či učňovských zkoušek, vedením ročníkových prací, jednorázovými přednáškami a workshopy nebo vedením kroužků. DOBRÁ PRAXE KH – Foxconn

- Město, firmy a neziskové i vzdělávací organizace rozšiřují nabídku praxí a dobrovolnictví pro studenty SŠ a VOŠ v regionu jako prostředek navyšování zaměstnatelnosti absolventů. (Jako inspirace programů dobrovolnictví může posloužit program České rady dětí a mládeže 72 hodin – <http://www.72hodin.cz/2013/>).

1.1.2

Město a další organizace nastavují pro vzájemnou spolupráci optimální podmínky.

Příklad:

Na setkání ředitelů ZŠ město zve i ředitele SŠ a dalších návazných organizací (DDM, ZUŠ, knihovna, PPP, OSPOD, ÚP, zástupce relevantních odborů, neziskových organizací atd.).

Příklad:

Město při vypisování grantových výzev podporuje projektové záměry vzájemné spolupráce.

Příklad:

Město koncepčně zvažuje výhody a nevýhody možného převzetí DDM z krajského řízení na rovinu městskou.

Příklad:

Vzdělávací organizace a další subjekty (neziskové organizace, firmy atd.) stvrzují svou spolupráci formou memorand o spolupráci. **DOBRÁ PRAXE KH: GASK** – Galerie středočeského kraje má takto nastavenou spolupráci s MŠ a ZŠ.

1.2

Město, vzdělávací a neziskové organizace podporují mezigenerační a interkulturní spolupráci.

Příklad:

Školy zavádějí programy mentorování mladších žáků

a studentů žáky a studenty z vyšších ročníků. Starší studenti se také zapojují do programů doučování. **DOBRÁ PRAXE KH** – Tyto aktivity jsou již realizovány na ZŠ Žižkov a v rámci Charity.

Příklad:

Školy a další vzdělávací a organizace (ZUŠ, DDM, knihovna a neziskové organizace) spolupracují s domovy důchodců a seniory. Senioři tak jsou těmi, kdo jsou vzděláváni, i těmi, kdo vzdělávají a předávají dále své zkušenosti a dovednosti.

Příklad:

Jsou organizovány akce, které vytvářejí prostor pro kontakt různých sociokulturních skupin obyvatel (festivaly etnické hudby, tance, jídla atd.). Do jejich organizace jsou zapojováni zástupci těchto menšin.

1.3

Školy a další vzdělávací organizace aktivně spolupracují a komunikují s rodiči.

Příklad:

Město a vzdělávací organizace realizují komunitně zaměřené aktivity ve spolupráci škol s rodiči i dalšími organizacemi (neziskové organizace, firmy atd.).

Příklad:

Školy podporují rodiče v tom, aby při školách vznikaly nezávislá uskupení rodičů (spolky rodičů a přátel školy), která organizují akce při škole.

Příklad:

Školy vytvářejí příležitosti pro kontakt s rodiči, pro setkávání rodičů a jejich zapojování se do aktivit školy. Příkladem jsou např. rodičovské kavárny, školní akademie, programy spolupráce s rodiči jako např. Rodiče vítáni od EDUin, v. o. s. (www.rodicevitani.cz).

Příklad:

Sponzoring rodičů a výstupy takto podpořených akti-

vit jsou v lokálních médiích prezentovány jako příklady dobré praxe.

Příklad:

Školy rodičům naslouchají a získávají od nich zpětnou vazbu, na kterou reagují.

1.4

Základní školy nejsou konkurenty, ale spolupracovníky.

1.4.1

Je snižována konkurenční povaha vztahů mezi školami.

Příklad:

Dochází k postupné přeměně charakteru městské olympiády ze sportovní akce, při které mezi sebou soutěží jednotlivé školy, na akci, kde soutěží jednotlivci nezávisle na příslušnosti ke škole a kde se žáci a studenti prezentují rodičům a veřejnosti. Zároveň je diskutována změna názvu na Školské hry, Festival sportu či Městské hry atd. **DOBRÁ PRAXE KH**

Příklad:

Jednotlivé školy spolu spolupracují při zakládání a fungování žákovských parlamentů.

Příklad:

Školy spolu vzájemně spolupracují při čerpání evropských i městských fondů a při komunitních akcích.

Příklad:

Na úrovni zastupitelstva je otevřena strategická otázka nových maximálních kapacit žáků na jednotlivých ZŠ, a to v návaznosti na aktuální vývoj a potřeby, nicméně vždy za průběžné komunikace s řediteli škol.

Příklad:

Plánování počtu přípravných tříd je koordinováno v návaznosti na strategické vzdělávací a komunitní cíle.

1.4.2

Je omezena stereotypizace jednotlivých škol ve městě.

Příklad:

Díky pravidelnému publikování aktuálních a objektivních informací o jednotlivých ZŠ je snižována jejich stereotypizace. Dochází k postupné proměně veřejného mínění o jednotlivých ZŠ, především díky spolupráci s lokálními médii, která pravidelně poskytují prostor pro sebereprezentaci škol.

Příklad: Je spuštěna netradiční nezávislá prezentace škol na www města – popis metod výuky, ukázky z výuky (videa), prezentace akcí, projektů a třídních učitelů prvních tříd, propagace přípravné třídy atd.

Strategický cíl 2

Jsme informováni

2.1

Město pravidelně a přehledně informuje o všech vzdělávacích aktivitách ve městě.

Příklad:

Město informuje o vzdělávacích a volnočasových akcích, které pořádají jeho přímo řízené organizace. Město dále podporuje propagaci všech neformálních vzdělávacích aktivit ve městě, umožňuje jejich propagaci na webu města a v lokálním městském periodiku, např. formou pravidelné rubriky.

Příklad:

Město na svém webu spravuje samostatnou sekci pro pedagogy a odborníky na poli formálního a neformálního vzdělávání, a přehledně tak propaguje vzdělávací a informační akce určené pro pedagogy a další vzdělávatele. DOBRÁ PRAXE KH

Příklad:

Web města je rozšířen o funkční sdílený kalendář akcí, který je využíván organizacemi při plánování termínů svých akcí. DOBRÁ PRAXE KH

Příklad:

Informační centrum města koordinuje plánování kulturních a vzdělávacích akcí ve městě a tím zamezuje dublování a termínovému překrývání. DOBRÁ PRAXE KH

Příklad:

Projekty a aktivity hlavních neziskových organizací ve městě jsou veřejnosti dostatečně propagovány (např. aktivity Charity).

Příklad:

Existuje seznam všech vzdělávacích a neziskových organizací působících na území města s kontakty a popisem činnosti včetně rozpisu jejich pravidelných aktivit.

2.2

Město veřejně propaguje možnosti a podmínky využívání všech prostor, které mohou být organizacemi využívány.

Příklad:

Město poskytuje svým přímo řízeným organizacím a dalším vzdělávacím a neziskovým organizacím prostor pro propagaci zdarma či za symbolické poplatky (výlepové plochy, městská periodika, web města atd.).

Příklad:

Prostory, které jsou majetkem města, a podmínky jejich jednorázových pronájmů jsou viditelně prezentovány na webu města.

2.3

Zástupci vzdělávacích organizací jsou komplexně informováni o všech možnostech spolupráce s návaznými organizacemi.

Příklad:

Sociální odbor města ve spolupráci s Charitou poskytuje školám schéma spolupráce ZŠ a SŠ s OSPOD, PPP, Charitou, policií atd, (včetně adresáře kontaktů) a na městském webu přehledně představuje informace o spolupráci s těmito organizacemi. DOBRÁ PRAXE KH

Příklad:

Charita pravidelně iniciuje setkávání sociálních terénních pracovníků z různých organizací za účelem koordinace aktivit a sdílení zkušeností.

Strategický cíl 3

Poskytujeme příležitosti všem

3.1

Město podporuje celoživotní vzdělávání všech skupin obyvatel.

Město vytváří rovné šance pro všechny skupiny obyvatel v přístupu k neformálnímu vzdělávání a iniciuje bourání překážek pro vstup do něj (finanční dostupnost, termíny, počet míst v kurzech např. ZUŠ, DDM). Vzdělávací organizace ve městě svou nabídku zaměřují na všechny cílové skupiny:

3.1.1 MLÁDEŽ

Příklad:

Dochází k rozšíření nabídky volnočasových aktivit pro

studenty SŠ a k podpoře rozvoje a atraktivity veřejného prostoru, který mohou mladí lidé ve městě využívat.

3.1.2 DOSPĚLÍ

Příklad:

Vzdělávací organizace nabízejí širokou škálu vzdělávacích aktivit pro dospělé. Existuje vzájemná spolupráce organizací poskytujících vzdělávání dospělých. Na základě zjišťování potřeb se uzpůsobuje jejich nabídka.

3.1.3 RODIČE S DĚTMI

Příklad:

Vzdělávací a kulturní organizace nabízejí rodinné vstupné, realizují se mezigeneračně zaměřené akce a akce, kterých se mohou účastnit celé rodiny (při vzdělávacích akcích je prostor uzpůsoben i účasti dětí, je nabízeno hlídání dětí atd.)

3.1.4 SENIOŘI

Vzdělávací organizace nabízejí širokou škálu vzdělávacích aktivit pro seniory. Jejich nabídka je propagována dle specifik dané cílové skupiny.

3.1.5 OSOBY SE SPECIFICKÝMI POTŘEBAMI

Příklad:

Učitelé ZŠ a SŠ jsou vzděláváni v oblasti práce s dětmi se speciálními potřebami (talentovaní žáci, zdravotně a sociokulturně znevýhodnění) a školy umožňují dobrou praxi práce s těmito žáky. (www.ferovaskola.cz, www.supertrieda.com). Školy a město hledají způsoby, jak navyšovat počty asistentů ve vzdělávání.

3.1.6 SOCIÁLNĚ VYLOUČENÍ

Příklad:

PPP a terénní pracovníci se snaží snižovat počty žáků

ze sociálně znevýhodněných rodin, kteří se zapisují do speciálních škol.

Příklad:

Do žakovských parlamentů a do kulturních a sportovních akcí jsou programově zapojováni i sociálně vyloučení.

Příklad:

Snahou vzdělavatelů je zasáhnout co nejširší cílovou skupinu, a proto jsou některé aktivity nabízeny zdarma a v blízkosti sociálně vyloučených komunit.

3.2

Město a vzdělávací instituce podporují využívání inkluzivních a individuálních přístupů.

Příklad:

Dochází k posilování terénní práce a kontaktu s rodiči dětí ze sociálně vyloučených lokalit. Jedním z cílů je přesvědčit je o důležitosti vzdělávání a začlenění do předškolního vzdělávání a o pozitivěch docházky do běžných škol namísto speciálních.

Příklad:

Město koordinuje a snaží se minimalizovat počet otvíraných přípravných tříd. Namísto toho usiluje o to, aby byl větší počet dětí se sociálním znevýhodněním umístován do mateřských škol (rodiče jsou zároveň informováni o možnosti odpuštění plateb za stravné).

Příklad:

Město podporuje rovné příležitosti formou integrace dětí ze sociálně problémového prostředí na všech typech škol tak, aby neexistovala koncentrace těchto žáků na jedné škole.

Příklad:

Město i vzdělávací a neziskové organizace podporují prezentaci dovedností a úspěchů sociálně vylouče-

ných osob jako prostředek navyšování jejich motivace a pozitivního vztahu ke vzdělávání.

Strategický cíl 4

Inspirujeme se moderními trendy a dobrou praxí ostatních

4.1

Město podporuje inovace, změny a přenos dobré praxe

Příklad:

Město podporuje využívání moderních a inovativních přístupů při vypisování grantových výzev.

Příklad: Město pořádá či podporuje vzdělávací organizace v pořádání konferencí, workshopů a kulatých stolů v oblasti nových trendů ve vzdělávání. Lokální odborníci jsou vysíláni na odborné stáže, zároveň externí odborníci jsou zváni na akce pořádané ve městě.

Příklad:

Dochází k vytváření twiningových vazeb s městy v ČR i v zahraničí, které mohou být pro město a vzdělávací instituce vhodnou inspirací.

Příklad: Zástupci všech úrovní vzdělávání se společně setkávají a diskuze jsou pro ně prostředkem sdílení, inspirace a řešení problémů, např. předmětové komise, supervizní skupiny či science café, která se již konají na mnoha místech v ČR (více na www.science-cafe.cz).

4.2

Všechny vzdělávací organizace zřizované městem mají zpracovanou svou vizi, která je v souladu s koncepcí města a zavazují se

proto k využívání inovativních a kreativních přístupů.

Příklad:

Školy jsou otevřené alternativním a inovativním přístupům, jsou zřizovány školy či jednotlivé třídy alternativního charakteru (Montessori či waldorfská pedagogika), využívají se inovativní metody ve výuce (např. metoda kritického myšlení, matematika podle prof. Hejného, výuka jazyků v kombinaci s rodilými mluvčími atd.)

Strategický cíl 5

Podporujeme komunitní aktivity

5.1

Město má formulována pravidla, která podporují a usnadňují realizaci kulturních, vzdělávacích a volnočasových aktivit obyvatel ve svých lokalitách.

Příklad:

Město nastavuje snadné procesy a podmínky pro schvalování plánovaných komunitních akcí.

Příklad:

Město poskytuje své prostory pro komunitní akce za symbolické poplatky.

Příklad:

Město, vzdělávací a neziskové organizace zapojují i děti a mladé lidi do komunitního rozvoje, podporují žákovské parlamenty, projekty mladých pro zapojení do komunity atd. Jako příklad mohou sloužit aktivity realizované v rámci programů zapojujících mladé lidi do komunitního rozvoje, jejichž příklady nejlepší pra-

xe jsou shromážděny v publikaci Chuťovky pro starostky a starosty (ke stažení [ZDE](#)).

Příklad:

Cílem vzdělávacích a volnočasových aktivit je maximálně vtáhnout lidi do života města. Město podporuje komunitní plánování, setkání s občany, online diskuze, dobrovolnictví a atmosféru participace.

Příklad:

Město vypisuje výzvy na oživení veřejného prostoru s preferencí předem vytipovaných lokalit (např. náměstí, park atd.).

5.2

Město zjišťuje pravidelně potřeby a názory jednotlivých skupin obyvatel a dle výsledků průzkumů upravuje svou strategii a grantovou politiku. Dosahuje tak participativního řízení.



Zpracoval:

EDUin, o. p. s. – Vzdělávání je i naše věc
Veslařský ostrov 62, 147 00 Praha 4
Červenec 2014