ZAPOJ SE

AKTIVNĚ A UDRŽITELNĚ V KRAJI POD ŠUMAVOU

Občanské sdružení **„CHANCE IN NATURE - LOCAL ACTION GROUP“**
Projekt **„Aktivně a udržitelně v Kraji pod Šumavou“**
Registrační číslo CZ.1.07/3.1.00/37.0157

Metodika vzdělávacího projektu

Zapoj se

Autor/autoři: Mgr. Michal Jarolímek

Datum vydání: 7. 10. 2013

www.chanceinnature.cz

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

OBSAH

Obsah 1
1 Úvod 2
2 Stručně o projektu 2
3 Vzdělávací projekt „Zapoj se“ a jeho cíle 4
4 Mentoring 5
4.1 Základní pojmy 5
4.2 Subjekty mentoringu 5
4.3 Potřeby a očekávání jednotlivých aktérů mentoringu 7
4.4 Formy mentoringu 8
5 Organizace mentoringu v rámci vzdělávacího projektu „Zapoj se“ 12
6 Shrnutí 13
7 Zdroje 15
8 Přílohy
8.1 Přehled mentorů zúčastněných v projektu Zapoj se
8.2 Přehled mentee zúčastněných v projektu Zapoj se
8.3 Ukázka samostatných závěrečných prací mentee
9 Kontakty na realizátora projektu

1 ÚVOD

Metodika, která se Vám nyní dostává do rukou, vznikla v rámci projektu „Aktivně a udržitelně v kraji pod Šumavou“ (registrační číslo CZ.1.07/3.1.00/37.0157), jehož nositelem bylo Občanské sdružení „CHANCE IN NATURE – LOCAL ACTION GROUP“. Projekt byl realizován za pomoci grantu z operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost, oblasti podpory 3.1. Individuální další vzdělávání.

Tento projekt je spolufinancován z Evropského sociálního fondu a státního rozpočtu ČR.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

2 STRUČNĚ O PROJEKTU

Nositelem projektu je místní akční skupina, což mimo jiné znamená, že mezi základní cíle sdružení patří komplexní udržitelný rozvoj regionu prostřednictvím přípravy a realizace projektů orientovaných především na místní komunitu. Tímto regionem je v případě CHANCE IN NATURE území Prachaticka, Vlachovobřezska, Čkyňska a Vimperska.

Každý projekt sdružení je proto připravován s cílem řešit identifikované problémy a potřeby daného území a přicházet s řešeními, která budou dlouhodobě udržitelná a která ve svém výsledku přispějí k sociálně ekonomické stabilitě území. Výjimkou proto nebyl ani výše zmíněný projekt. Ten v podstatě reagoval na následující skutečnosti, které byly v území identifikovány:

- Ve většině obcí regionu je pozorován stagnující či klesající zájem obyvatel podílet se na životě své obce. Stagnuje například zájem o zapojení se do dobrovolnických činností neziskových organizací a rovněž klesá i účast ve volbách do místní samosprávy.
- Zejména mezi mladými lidmi jsou pozorovány chladné či přímo negativní postoje k důležitosti angažování a zapojování se do občanského života a tím k ovlivňování budoucnosti obce.
- Mezi obyvateli území je pozorován malý zájem vzdělávání, které by mělo vést k rozvoji osobnosti a k získání vyšší úrovně občanských kompetencí. Občané chápou nutnost dalšího profesního vzdělávání, které má přímou vazbu na jejich pracovní uplatnění, ale vzdělávání, kde tato vazba není přímá a viditelná je podceňováno a opomíjeno.
- U obyvatel, kteří se aktivněji zapojují do života v obci, chybí v regionu možnosti vzdělávání pro rozvoj jejich občanských schopností a znalostí, které by jim umožnily konstruktivnější zapojení do občanských aktivit.
- Obecně je vnímána nižší úroveň schopností a dovedností obyvatel pro zapojení se do občanských aktivit. Jedná se například o schopnost kritického myšlení spojeného s odpovědným rozhodováním, dovednosti k diskusi či schopnosti pracovat s informacemi, tedy nejen informace přijímat a vyhodnocovat, ale rovněž informace vytvářet a šířit.
- Mezi obyvateli je rovněž pozorováno nízké povědomí a informovanost v oblasti odpovědného přístupu k životnímu prostředí, udržitelnému rozvoji a životnímu stylu.

Z výše uvedených problémů vycházely cíle projektu, mezi kterými bylo především zvýšení odborných znalostí a kompetencí obyvatel daného regionu nezbytných pro zapojení do občanských aktivit v místní komunitě, a to jak v rámci systému zastupitelské demokracie, tak i mimo tento systém. Tím bylo myšleno především zapojení do struktur místní akční skupiny, do dobrovolných činností v místních neziskových organizacích, do komunitních rozvojových projektů a do veřejných debat a diskusí.

Významným cílem projektu bylo rovněž vyhledat aktivní občany s důrazem na mladou generaci a zapojit je do plánování a aktivního uskutečňování rozvoje regionu na bázi metody LEADER (tj. rozhodování „zdola“ na místní úrovni na základě partnerství mezi veřejným a soukromým sektorem).

K naplnění těchto cílů byly připraveny čtyři klíčové aktivity projektu, z nichž tři byly zaměřeny na přípravu a následnou realizaci vzdělávacích aktivit. Obsahem čtvrté aktivity pak byla propagační kampaň, která měla informovat obyvatele území o nových vzdělávacích příležitostech. Klíčové aktivity se vzdělávacím obsahem byly rozděleny tak, aby každá řešila jedno specifické téma. První klíčová aktivita tak řešila oblast spojenou s odpovědným přístupem k životnímu prostředí a udržitelnému rozvoji. Druhá aktivita se pak soustředila na téma vztahu k médiím a informačním technologiím a třetí klíčová aktivita byla zaměřena na tematickou oblast Aktivní občan a rozvoj lokálních prostředí a regionů v globálních souvislostech.

Zatímco v případě prvních dvou aktivit si lze konkrétní zaměření představit již ze samotného názvu aktivit, v případě třetí aktivity je nutné obsah blíže představit. Obsahem této třetí klíčové aktivity byla příprava a realizace dvou vzdělávacích kurzů na téma Dobrovolnictví a Zapojování občanů do veřejného dění, tedy např. do činnosti místní akční skupiny. Kromě toho však tato klíčová aktivita obsahovala i jinou a nutno dodat, že v regionu dosud nevyzkoušenou formu vzdělávání, a to mentoring. V projektu se tato specifická část třetí klíčové aktivity skrývala pod názvem „Zapoj se“.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

3 VZDĚLÁVACÍ PROJEKT „ZAPOJ SE“ A JEHO CÍLE

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, součástí třetí klíčové aktivity byla specifická část nazvaná „Zapoj se“. Jednalo se o samostatnou vzdělávací aktivitu, která se koncentrovala na individuální vzdělávání formou mentoringu. Důvodem byla snaha nositele projektu vyhledat, motivovat a zapojit mladé lidi do dění v regionu. Bylo přitom zřejmé, že je třeba volit intenzivní a aktivizující formy vzdělávání, u kterých bude zaručena akčnost, vysoká intenzita kontaktu mezi účastníkem a lektorem a praktičnost vzdělávacího obsahu. Jedině tak bylo možné dosáhnout požadovaných efektů, mezi kterými bylo nalezení nového lidského potenciálu využitelného pro udržitelný rozvoj území.

Cíle pro tuto část projektu tak lze shrnout následovně:

- Podpořit aktivní zapojení mladých lidí do místní komunity. Nositel projektu se přitom soustředil na mládež ve věku 1626 s trvalým bydlištěm v regionu.
- Navazovat a rozvíjet úzkou spolupráci se sociálními partnery v daném území a vytvářet podmínky a příležitosti pro jejich zapojování se do rozvoje tohoto území.
- Rozvíjet intenzivní spolupráci s Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích, především v oblasti know-how v oblasti vzdělávání.
- Využít mentoring jako vzdělávací formu nejen k individuálnímu vzdělávání mladých lidí, ale rovněž k získání nových podnětů pro rozvojové aktivity v území a pro činnost místní akční skupiny. Cílem bylo získat zpětnou vazbu a snížit riziko tzv. provozní slepoty, která se může časem v činnosti sdružení projevit.

Pro naplnění výše zmíněných cílů byla, jak již bylo výše uvedeno, zvolena metoda mentoringu. V praxi to znamenalo, že bylo osloveno deset osobností (mentorů) z různých významných firem či organizací v regionu s nabídkou, aby se po dobu jednoho měsíce věnovali mentorování vybraných mladých lidí z regionu. Na druhé straně tedy bylo vybráno deset mladých lidí (mentee), kteří přijali nabídku zúčastnit se stáže ve vybraných firmách a organizacích v regionu. Celkem se do aktivity zapojilo deset mentorů a každý z nich měl na starosti jednoho mentee, kterého v rámci desetidenní stáže vedl při řešení předem zadaného úkolu.

Smyslem stáže tedy nebylo pouze sledování toho, jak a co se v dané organizaci děje, ale rovněž zpracování zadaného úkolu, jehož společným jmenovatelem bylo navržení nějakého opatření ke zlepšení práce místní akční skupiny a rozvoje regionu.

Podrobnější informace k organizaci, průběhu a výsledkům mentoringu jsou obsahem dalších kapitol.

4 MENTORING

4.1 Základní pojmy

Mentoring patří mezi často využívané metody pro profesní rozvoj na základě příkladu a zkušeností úspěšné osobnosti. Mentoring je založen na vytvoření vztahu mezi mentorem/kou a mentee. Tento vztah by měl mít přínos pro obě zúčastněné strany. Mentee má jedinečnou šanci odpozorovat a převzít zkušenosti, kontakty, získat jasné představy o tom, jak zvládat řadu profesních a životních situací, otevírají se mu nové obzory. Mentor je naopak obohacen o náměty a postřehy člověka, který přišel zvenčí a není zatížen firemními stereotypy. Mezi mentorem a mentee jde o rovnocenný vztah, který je založen na vzájemné důvěře a je vymezen přesně stanovenými pravidly

Mentor, tedy osoba, která má předat dané zkušenosti a rady, je většinou starší, působí na konkrétním místě déle a má tudíž více zkušeností. Mentee může být nováček, který právě nastoupil do zaměstnání nebo byl přeložen z jiného místa v podniku. V případě našeho projektu se pak jedná o studenta či studentku, který nemá s firmou či organizací žádný pracovní vztah.

Mentor by měl na menteeho působit jako inspirátor, zvyšovat jeho sebevědomí i výkon, podněcovat menteeho k profesionálnímu chování a dosahování cílů, být pro něj vzorem, informátorem a rádcem.

Jak již bylo napsáno výše, důležitým momentem mentoringu je přínos pro obě strany. Mentoring nejen pomáhá menteemu aklimatizovat se, ale i mentorovi obohatit se o nové náměty a postřehy. Tato metoda firemního vzdělávání tak zabraňuje stereotypu v podniku a napomáhá jeho rozvoji.

4.2 Subjekty mentoringu

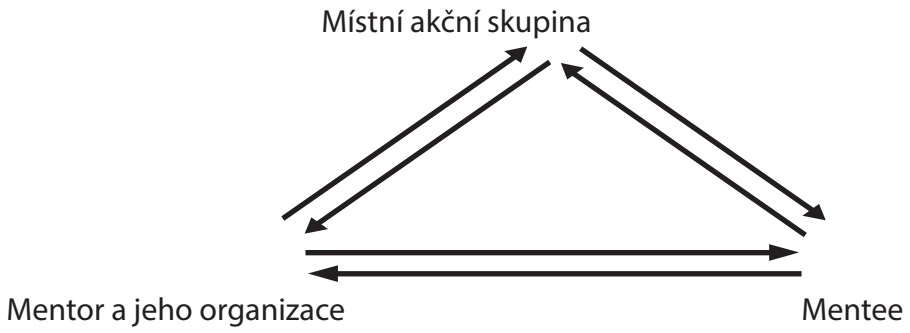
Jak již bylo zmíněno v předchozím textu, převažující formou vzdělávacích aktivit v projektu byly kurzy pro cca patnáctičlenné skupiny účastníků, kteří nebyli předem nijak definováni. Šlo tedy o velmi širokou cílovou skupinu, která byla omezena pouze věkovým rozpětím 16 – 64 let. Nositel projektu zvolil pro oslovení možných účastníků kurzů v podstatě plošnou propagaci, která se odlišovala především na základě témat jednotlivých kurzů. V podstatě zde platil princip „kdo přijde, přijde“. Nutno říci, že tento přístup byl zcela adekvátní cílům, které si nositel pro tuto část projektu stanovil a nelze jej tudíž hodnotit negativně. Možná právě naopak. Nositel projektu si totiž ověřil řadu organizačně metodických a marketingových postupů a získané zkušenosti mu mohou velmi dobře pomoci v další práci.

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Na druhé straně však pro dílčí aktivitu s názvem „Zapoj se“ potřeboval zvolit intenzivnější a individualizovanější přístup, protože jeho cílem nebylo jen vyškolit několik osob, ale získat tyto osoby pro další zapojení se do aktivit místní akční skupiny a ověřit si jejich možnosti v budoucí spolupráci. Podobný cíl však místní akční skupina měla i směrem k stávajícím firmám a organizacím působících v daném území. I zde existuje potřeba více propojit aktivity místní akční skupiny s činností dalších významných subjektů v regionu, a to bez ohledu, jestli se jedná o podnikatelské, neziskové či veřejnoprávní organizace.

V této situaci se potom mentoring ukázal jako ideální metoda, která propojovala zájmy místní akční skupiny jako nositele projektu, mentorů a jejich organizací a účastníků vzdělávací aktivity, tedy mentee. Vznikl tak pomyslný trojúhelník, který ilustruje vzájemné vazby mezi svými vrcholy, tedy mezi třemi subjekty vzdělávací aktivity.

Obrázek č. 1



Graficky naznačené vazby mezi jednotlivými subjekty znázorňují potřeby a cíle, se kterými do této vzdělávací aktivity vstupovali. Jejich charakteristika je uvedena níže. Nejdříve je však třeba alespoň v obecné rovině představit aktéry:

Místní akční skupina:

Místní akční skupina je neziskovou organizací, která se snaží koordinovat rozvojové aktivity na území své působnosti. Pro tuto svoji činnost však potřebuje dostatečně odborně zdatné lidské zdroje. Proto je jejím cílem tyto zdroje vyhledávat a vytvářet příležitosti pro jejich odborný růst.

Místní akční skupina zde hraje roli zprostředkovatele mezi mentory a mentee, čímž pomáhá řešit nejen své vlastní potřeby, ale rovněž potřeby mentorů a jejich organizací na jedné straně a mentee na straně druhé.

Mentor a jeho organizace:

Termín „mentor“ označuje člověka, který má velké zkušenosti a znalosti ve svém oboru, které předává mentee různými způsoby. Mentor se zajímá o mentee nejen z hlediska předávání dovedností, ale o člověka jako o celistvou osobnost.

Úkolem pro místní akční skupinu bylo před zahájením samotného mentoringu oslovit a vybrat vhodné mentory. Stalo se tak na základě osobní znalosti a zkušenosti pracovníků místní akční skupiny.

Prvotní snahou bylo, aby pro spolupráci byli získáni mentoři z různých organizací, tj. lišící se od sebe nejen oborem působení, ale i právním a společenským statutem.

Do projektu se tak zapojili mentoři z podnikatelských subjektů, neziskových organizací a veřejnoprávních institucí působících v následujících oborech: informační technologie, cestovní ruch, média, public relation, reklama, sociální služby a veřejná správa.

Téměř ve všech případech byli vybráni mentoři, kteří ve svých organizacích působili na vysokých rozhodovacích pozicích. Většinou se jednalo o majitele, jednatele, ředitele či starostku.

Mentee:

Mentee je člověk, který se formou mentoringu vzdělává a získává určité zkušenosti díky komunikaci se svým mentorem v určitém časovém období. V převážné většině by měl být mentee mladší než mentor, ale nikde není určeno, jak velký by měl být věkový rozdíl. V určitých případech se doporučuje, aby rozdíl věku nebyl velký a mentee snáze navazoval osobní vztah s mentorem. V jiných případech je to v zásadě jedno. Vše je odvislé pro jakou cílovou skupinu je mentoring používán.

V případě našeho projektu byl zájem vyhledat a zapojit mladé lidi (ženy i muže), kteří mají minimálně ukončené středoškolské vzdělání a mají zájem pracovat v území pokrytém místní akční skupinou CHANCE IN NATURE. Žádné speciální požadavky nebyly kladeny na specifickou oblast zájmu, ani nebyly kladeny žádné další limitující podmínky.

Projektu se nakonec zúčastnilo 10 mentee, kteří se na základě vlastních preferencí rozdělili do deseti firem a organizací.

4.3 Potřeby a očekávání jednotlivých aktérů mentoringu

Každý ze tří typů aktérů (místní akční skupina, mentoři a mentee) vstupoval do této vzdělávací aktivity s určitým očekáváním, přičemž platilo, že vzájemné vazby mezi těmito subjekty byly oboustranné. Každá zapojená strana (viz. obrázek č. 1) do mentoringu něco vkládala, něco očekávala a něco získala. Vzájemné vazby jsou popsány níže:

A. Místní akční skupina ⟶ Mentor a jeho organizace

Potřebou místní akční skupiny bylo navázat spolupráci s významnými organizacemi a firmami v území a pomocí této spolupráce zvýšit svoji odbornou kapacitu, která je nezbytná pro další rozvoj území. Ten by v dalším období měl být méně intuitivní a více založený na racionálních a sofistikovaných postupech a strategiích. Přitom je třeba zdůraznit, že prioritou bylo navázat kvalitní osobní vztahy, protože úroveň a kvalita spolupráce mezi organizacemi je vždy dána především úrovní a kvalitou spolupráce mezi jednotlivými osobami, které tyto organizace při spolupráci zastupují.

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

B. Mentor a jeho organizace → Místní akční skupina

Potřeby mentora a jeho organizace ve vztahu k místní akční skupině jsou dány pozicí tohoto subjektu v regionu. Místní akční skupina bere na sebe morální odpovědnost za komplexní a udržitelný rozvoj území, na kterém působí a měla by ve svých strategiích reflektovat všechny relevantní zájmy, které přicházejí od podnikatelských subjektů, neziskových organizací a veřejnoprávních institucí. Potřebou těchto subjektů ve vztahu k místní akční skupině je proto prezentovat tyto zájmy a přinášet argumenty o jejich důležitosti pro rozvoj území. Výsledkem pak bude soulad mezi individuálními zájmy jednotlivých organizací a rozvojovými strategiemi území pro období 2014 – 2020, který je jedním z důležitých předpokladů pro příliv finančních prostředků do daného území.

C. Místní akční skupina → Mentee

Potřeby místní akční skupiny ve vztahu k mentee již byly zmíněny v předchozím textu. Místní akční skupinu si lze představit jako sdružení osob, jejichž společným zájmem je udržitelný rozvoj daného území a posilování jeho socio-ekonomické stability. Jde tedy o zájem komplexní, který vyžaduje nejen vysokou míru odbornosti v různých oblastech života, ale současně i kreativitu a odvahu přicházet s návrhy inovativních postupů. Potřebou místní akční skupiny je proto cíleně vyhledávat lidi, kteří mají výše uvedený potenciál. Přirozeným zdrojem jsou mladí lidé, kteří procházejí či čerstvě prošli vysokoškolským vzděláním, a kteří cítí vazbu k místu, odkud pochází.

D. Mentee → Místní akční skupina

Potřebou mladých lidí je nalezení uplatnění ve společnosti. Nejčastěji je pochopitelně toto uplatnění spojeno s dalším profesním působením. Nabídka přímého pracovního uplatnění je sice u místní akční skupiny omezená, ale na druhé straně je známa řada příkladů, kdy práce (třeba pouze na dobrovolné bázi) pro místní akční skupiny přináší příležitosti k nalezení budoucího profesního uplatnění jako zaměstnanec u jiných subjektů v regionu. Místní akční skupina zde plní roli neformálního zprostředkovatele práce, tj. subjektu, který vytváří příležitosti pro propojení poptávky s nabídkou pracovních míst.

E. Mentee → Mentor a jeho organizace

Jak již bylo řečeno v předchozím textu, potřeba mladých lidí, kteří dokončili své počáteční vzdělání (základní, středoškolské či vysokoškolské) je zcela logicky spojena se získáním odpovídajícího zaměstnání. Pravdou však je, že se často musí vypořádat se skutečností, která je pro ně hendikepem. Tím je především nedostatek praxe, která je často zaměstnavateli požadována. Stáže, které byly předmětem projektu, tuto praxi sice nemohou nahradit (byly příliš krátké), ale zcela jistě mohly posloužit k představení mentee možným zaměstnavatelům, k poznání prostředí

reálné firmy či organizace, k vytvoření kontaktů a navázání osobních vztahů. V tomto smyslu se stáže mohly stát pro mentee vstupní branou pro budoucí pracovní uplatnění

F. Mentor a jeho organizace ⟶ Mentee

Každá rozumně se chovající organizace či firma musí přemýšlet o situacích, které vyvolají nutnost rozšířit kádr zaměstnanců nebo (a to častěji) obměnit stávající zaměstnance za nové. V těchto případech je pak velmi praktické, když existuje možnost oslovit již známé osoby, které bylo možno si „oťukat“ přímo v praxi. Rozhodování o nových zaměstnancích je pak menší a s tím i riziko chybného výběru.

4.4 Formy mentoringu

Formy vztahu a komunikace mezi mentorem a mentee jsou různé a závisí na možnostech i na charakteru práce mentora. Může jít o kombinaci mentorovo rad a doporučení, přímého pozorování práce mentora v praxi, nebo o společné rozhovory nad různými tématy, které jsou předmětem mentoringu.

V podstatě lze mentoring shrnout do těchto základních přístupů:

1. Vedení a rada
2. Zprostředkování kontaktů a užitečných informací
3. Diskuse na téma strategie úspěchu a plánování kariéry

Jak tyto základy daná dvojice naplní, to záleží na jejich dohodě

Vlastní mentoring představuje jednu z forem vzdělávací aktivity, která se může skládat z různých postupů. Ty mohou mít různou organizační formu, mohou být různě dlouhé a mohou se uskutečňovat na různých místech. Před vlastním zahájením mentoringu je však potřebné, aby si mentor ve spolupráci s organizací, která tuto vzdělávací aktivitu řídí, vypracovali program mentoringu, který bude obsahovat cíle, dílčí metody a podrobný scénář organizace mentoringu.

Program mentoringu ve dvojici mentor - mentee může například obsahovat:

- jednu nebo několik návštěv mentee u mentora ve firmě, zahrnující pasivní účast mentee na pracovní poradě, na obchodním jednání, na každodenní praxi mentora
- plán individuálních konzultací mentee s mentorem a případně i dalšími pracovníky ve firmě
- společnou návštěvu pracovní akce (konference, pracovní cesta, výstava apod.)
- seznam dílčích úkolů, které by měl mentee řešit na základě absolvovaných stáží

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- důležitá je průběžná komunikace a závěrečné vyhodnocení vzájemných očekávání a skutečných výsledků

Co je třeba si uvědomit před vstupem do programu mentoringu:

- ► vztah obou stran je rovnocenný a je založen na vzájemné důvěře
- ► obě strany si musí předem přesně definovat, co od mentoringu očekávají, co nabízejí, a stanovit si časový harmonogram mentoringu uzpůsobený možnostem obou dvou
- ► vztah mentor-mentee by měl být upraven i písemnou dohodou, která bude zahrnovat cíle mentoringu, formy a frekvenci vzájemné komunikace, místa setkání, ale i důležité organizační záležitosti týkající se například mimořádných výdajů a časového rámce mentoringu, důležitá je i vzájemná zodpovědnost
- ► odpovědností mentora je v zásadě především vedení dohodnutých schůzek, směrování vztahu k dosažení vzájemně dohodnutých cílů, iniciování a otevírání komunikace o klíčových tématech, zprostředkování kontaktů a informací
- ► základní odpovědností mentee je zodpovědný a aktivní přístup k mentorovi a k vzájemné komunikaci, poskytnutí zpětné vazby mentorovi a zpracování zadaného úkolu
- ► obě strany mají možnost po vzájemné dohodě z programu mentoringu vystoupit

5 ORGANIZACE MENTORINGU V RÁMCI VZDĚLÁVACÍHO PROJEKTU „ZAPOJ SE“

V kapitole č. 3 byly popsány některé obecné principy mentoringu a z tohoto popisu je zřejmé, že jde o vzdělávací aktivitu, která je velmi variabilní, vstupuje do ní několik proměnných a proto každý mentoringový program může mít jinou podobu. Dokonce lze říci, že i v rámci jednoho projektu, jehož součástí bylo 10 stáží založených na mentoringu se průběh mentoringu lišil v závislosti na podmínkách hostitelské organizace, přístupu mentora a mentee. Odlišnosti jsou tedy přirozenou součástí a každý organizátor by s nimi měl počítat. To však neznamená, že by nemohly být popsány společné prvky, které mentoring v projektu Zapoj se obsahoval.

Postup, jakým se tato vzdělávací aktivita realizovala v našem projektu, je možné rozčlenit do následujících kroků:

1) Nalezení mentorů a uzavření dohod

Úvodním krokem aktivity bylo vytipování možných mentorů a organizací, u kterých měla místní akční skupina zájem, aby v nich proběhly stáže. V některých případech tak byl prvním tipem mentor, který byl znám a u kterého byla jistota, že bude kvalitním mentorem. V jiných pak byla nejdříve vytipována organizace či oblast působnosti organizace a teprve potom hledán mentor uvnitř této organizace. Vždy však bylo postupováno s cílem získat za mentora zkušenou osobnost, která bude nejen kvalitním profesionálem ve svém oboru, ale současně bude mít zájem podělit se o své zkušenosti v podstatě s neznámým člověkem, který na několik dní přijde do firmy či organizace. Důležitá byla rovněž motivace mentora pro tuto činnost.

Z tohoto důvodu byla jejich činnost honorována a s každým mentorem byla podepsána dohoda, ze které vyplývaly nejen základní mentorovy závazky, ale rovněž finanční odměna.

2) Stanovení obsahu stáže a úkolů

Po vybrání mentorů a uzavření příslušných dohod, byl organizátorem ve spolupráci s mentorem určen stručný obsah stáže a úkol, který na tento obsah přímo navazoval. Z obecného hlediska lze říci, že úkolem bylo přijít s podněty na inovace či s návrhy nových aktivit či projektů, které by měly pozitivní dopad do území místní akční skupiny. Toto obecné zadání dávalo na jedné straně volnost a reflektovalo rozdílnost jednotlivých zapojených firem a organizací, na straně druhé se však v některých případech ukázalo, že mentee by přivítali konkrétněji formulovaný úkol. Zpracované úkoly však ukázaly, že stačí takovéto obecné zadání a konkrétnější specifikace je pak již na mentorovi a menteem.

3) Hledání a výběr mentee

Třetím krokem, který probíhal částečně souběžně s druhým, bylo oslovení cílové skupiny a výběr mentee. Oslovení proběhlo v rámci propagační kampaně projektu (což byla samostatná

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

klíčová aktivita řešená dodavatelsky) a v rámci předchozích vzdělávacích akcí, kurzů pro menší skupiny osob. V některých případech pak byly využity osobní kontakty na konkrétní mladé lidi, u kterých měla místní akční skupina zájem, aby se zapojili do činnosti sdružení. Nutno říci, že zájem nijak výrazně nepřevyšoval nabídku volných míst (těch bylo deset), takže se nemusel uskutečňovat složitý výběrový proces.

Ukázalo se, že nejvhodnější je využít osobních kontaktů a doporučení, nicméně oslovení v rámci propagace zachovává prvek otevřenosti pro všechny zájemce a nelze tudíž doporučit jeho vynechání.

4) Organizační schůzka s mentee (informace, kontakty, zadání úkolů)

Po výběru byla zorganizována společná schůzka se všemi vybranými mentee. V úvodu jim byla podána informace o projektu jako celku (aby měli představu, čeho jsou součástí) a byla jim představena nabídka firem a organizací, ve kterých se jim budou věnovat mentoři a kam mohou jít na stáž. Smyslem schůzky tak bylo mimo jiné rozčlenění jednotlivých mentee do firem a organizací k jednotlivým mentorům.

Dále na této schůzce dostali mentee detailní informace o tom, jak bude probíhat aktivita Zapoj se. Mezi zásadní informace, které by měly být vždy sděleny, patří:

- harmonogram aktivity
- způsob zajištění pojištění mentee
- způsob náhrad nákladů (např. cestovné)
- informace k úkolům, které mají být výstupem stáže
- kontakty na mentora a na organizátora z místní akční skupiny

Obr. 1: Fotografie ze společné schůzky nositele projektu a mentee – 25.7. 2013, Malenice.

Obr. 2: Fotografie ze společné schůzky nositele projektu a mentee – 25.7. 2013, Malenice.

5) Kontaktování mentorů a domluva na harmonogramu stáže

Logickým následným krokem po absolvování společné schůzky bylo individuální (tedy každým menteem zvlášť) kontaktování příslušných mentorů a domluva s nimi nad organizačními detaily stáže a mentoringu. Jak mentoři, tak mentee byli v této chvíli vybaveni všemi potřebnými informacemi, takže šlo o to se vzájemně představit, sdělit si důležité organizačně technické informace k vzájemné spolupráci a upravit si konkrétní harmonogram stáže a následných činností.

Tento krok si tedy řešil každý mentor a mentee individuálně. Organizátor pak měl pouze sebrat informace tak, aby měl přehled o termínech jednotlivých stáží a aby měl kontrolu, že ke kontaktování ze strany mentee skutečně došlo.

Do značné míry přecházela v tomto kroku odpovědnost za úspěšný průběh stáže na mentora.

6) Vlastní stáž

Vlastní stáž byla organizována jako desetidenní. Její průběh do značné míry závisel na mentorovi a možnostech hostitelské firmy či organizace. Pro eliminaci možných kolizí a problémů byla snaha jako mentory angažovat vedoucí pracovníky firem s takovými kompetencemi, které umožní bezproblémový průběh stáže. Požadavkem ze strany místní akční skupiny jako organizátora aktivity bylo to, aby stáže byly úzce spojené s praxí firmy či organizace a aby se nejednalo pouze o tzv. uklízení dvora, jak lze častý neduh stáží charakterizovat.

Ideálním stavem je, pokud je mentor motivován i tím, že v mentee může najít budoucího pracovníka firmy. To může zaručit dostatečnou otevřenost a intenzitu mentoringu. Na druhé straně

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

by ze strany mentorů mělo být myšleno na potřebu, aby mentee zachovali mlčenlivost.

Do vlastního průběhu stáží a mentoringu, tedy komunikace mezi mentorem a mentee, místní akční skupina nijak nezasahovala. Pouze se snažila být informována o harmonogramu a průběhu stáží.

7) Zpracování úkolu a jeho odevzdání

Tento krok spočíval v individuální práce každého mentee, která mohla probíhat již v průběhu stáže či po jejím skončení. Faktem je, že spojení stáže se zpracováním úkolu znamenalo i snadnější možnost konzultace s mentorem. Pokud byl úkol zpracováván až po stáži, kontakt s mentorem již nebyl tak intenzivní, takže konzultace probíhali písemně, telefonicky či vůbec neprobíhaly.

Důležitou součástí tohoto kroku je stanovení jednoznačného termínu pro odevzdání zpracovaných úkolů organizátorovi. Ten by také měl stanovit minimální požadavky na formální úpravu práce a měl by stanovit pravidla či principy dalšího využití zpracovaných námětů pro činnost místní akční skupiny či příslušné firmy či organizace.

8) Zhodnocení

Závěrečným krokem vzdělávací aktivity by mělo být vyhodnocení. Existence této zpětné vazby je důležitá pro všechny aktéry, tj. jak pro místní akční skupinu, tak pro mentory a mentee. Jako formu lze doporučit společné setkání, v rámci kterého by byly prezentovány všechny stáže a všechny výstupy, které v průběhu aktivity vznikly. Prezentace by měla být připravena a odprezentována jednotlivými mentee v konzultaci se svými mentory. Touto formou by tak došlo k vzájemnému sdílení zkušeností a podnětů pro úspěšné použití této metody v budoucnu.

6 SHRNUTÍ

Mentoring představuje jednu z možných forem vzdělávacích aktivit založenou na individuálním přístupu ke „studentovi“, tedy v tomto případě k mentee. Mentoring se nejčastěji používá při firemním vzdělávání, tedy v situacích, kdy firma či nějaká organizace si připravuje nové pracovníky. V projektu místní akční skupiny byl mentoring použit pro vyhledávání potenciálních pracovníků a spolupracovníků, kteří by mohli být zapojeni do přípravy strategických plánů a koncepcí území pro období 2014 – 2020 a do následné realizace těchto plánů.

Ať již je použití mentoringu jakékoliv, vždy je třeba jej chápat jako proces, který je rozčleněn do jednotlivých vývojových fází, přičemž každá z nich klade odlišné nároky na aktéry mentoringu, tj. mentory, mentee a organizaci, která mentoring řídí.

Mentoring lze rozdělit do těchto fází:

1) Fáze plánování mentoringu
2) Fáze realizace mentoringu
3) Fáze vyhodnocení mentoringu

AD 1) Fáze plánování mentoringu

Jde o často podceňovanou součást mentoringu, která však může do značné míry rozhodovat o úspěšnosti této metody. Fázi je možno rozdělit na několik dílčích kroků.

a) Vyhodnocení připravenosti organizace pro mentoring.

Na začátku celého procesu by mělo dojít k objektivnímu zhodnocení připravenosti organizace použít mentoring jako vzdělávací metodu pro přípravu lidských zdrojů. Kromě technických, organizačních, právních a personálních podmínek by měla v organizaci existovat i silná motivace k přípravě lidských zdrojů formou mentoringu. Jde totiž o formu, která je náročná a do určité míry odhaluje vnitřní prostředí firmy (včetně možných know-how) před osobou, která do firmy vstupuje jako mentee a v našem případě bez pracovněprávního vztahu.

b) Stanovení cílů a výstupů, kterých má být dosaženo

Žádná činnost by se neměla odehrávat bezcílně. Jasné stanovení cílů a výstupů pomůže v efektivním nastavení celého procesu mentoringu. Tento krok nutí realizátora k zamyšlení nad tím, co vlastně od mentoringu očekává a proč jej využívá jako vzdělávací metodu. Konkrétní cíle pomohou v závěrečné fázi vyhodnotit celý proces, jeho efektivitu a úspěšnost.

c) Definování jednotlivých rolí

V mentoringu jsou jednotlivé role v podstatě dány. Důležité však je, jakými aktivitami,

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

odpovědností a kompetencemi budou naplněny. Toto do značné míry závisí na cílích a konkrétních podmínkách organizace, kde se mentoring odehrává.

d) Plán průběhu mentoringu

V tomto kroku jde o detailní rozpracování plánu, jak bude mentoring probíhat. Zpracován by měl být konkrétní obsah vzdělávací aktivity menteeho, činnost mentora, pravidla vzájemné komunikace mezi mentorem a menteem, harmonogram se stanovením dílčích cílů a milníků, rozpočet, respektive náklady, které si mentoring vyžádá. Součástí plánu by měl být i způsob, jakým bude probíhat hodnocení aktivity a indikátory, na základě kterých bude možné vyhodnocovat úspěšnost a naplnění cílů.

Specifickou součástí by měl být i podrobný plán, dle kterého bude probíhat komunikace mezi jednotlivými aktéry mentoringu. Jde jak o volbu komunikačních prostředků, tak o intenzitu a harmonogram.

e) Plán přípravy mentorů

Mentoři hrají v této vzdělávací metodě zásadní roli, proto by plán jejich přípravy měl být nedílnou součástí této fáze. Plán může být složen z různých dílčích aktivit, které budou zahrnuty do úvodních fází vlastního mentoringu, ale i do jeho samotného průběhu. Může jít o společné semináře, workshopy, konzultace, e-learning a samostudium podkladových materiálů.

Jako součást plánu by měl vzniknout seznam možných vhodných mentorů, kteří mají základní dispozice pro tuto roli.

AD 2) Fáze realizace mentoringu

Postup vlastní realizace mentoringu byl částečně naznačen již v popisu vzdělávací aktivity Zapoj se. Celkem je možné v tomto postupu definovat tři dílčí kroky:

a) Výběr mentorů

Jde o výběr konkrétních osob, které budou angažovány pro vlastní mentoring. Může se tak dít na pozadí již vzniklého seznamu, nicméně platí, že každý mentor by měl splňovat požadavky na nejen odborné znalosti a dovednosti, ale rovněž požadavky na komunikační dovednosti. Dobrá komunikace mezi mentorem a mentee je totiž základem úspěchu. Je možné dokonce tvrdit, že důležitost komunikačních dovedností převažuje nad odbornými znalostmi.

b) Vlastní mentoring

Tento dílčí krok představuje samou podstatu mentoringu. V podstatě jde o udržování vzájemné komunikace mentora s menteem, při které dochází ke vzájemné výměně informací. Mentor by měl reagovat na otázky a podněty od menteeho a předávat mu své zkušenosti a odborné znalosti. Mentor by však měl svého menteeho provokovat k přemýšlení a k hledání

odpovědí. Cílem by neměla být informace či poznatek, ale cesta jak tento poznatek získat a jak ověřit jeho platnost. Trochu jiný přístup může platit, pokud je mentoring zaměřen více na získávání dovedností. Úkolem menteeho však není jen pasivní příjem informací, poznatků či opakování doporučených postupů, ale aktivní přístup vyvolávající dotazy a návrhy na jiná možná řešení.

c) Průběžný výcvik lektorů

Tento dílčí krok je možno doporučit především tam, kde mentoring probíhá delší dobu, účastní se ho několik mentorů a celému mentoringu je dán společný cíl. Smyslem této aktivity je potom koordinace práce mentorů, slaďování jejich postupu a vzájemná výměna zkušeností, která může pomoci v dalším průběhu mentoringu.

Jako formu lze volit několik (ale ne příliš mnoho) krátkých workshopů, kde důraz bude kladen na diskusi, prezentaci příkladů dobré praxe a případových studií.

AD 3) Fáze vyhodnocení mentoringu

Součástí této fáze je především posouzení výstupů a výsledků na pozadí toho, co bylo naplánováno v první fázi. V případě, že nedošlo k naplnění cílů a plánovaných výstupů, je třeba vyhodnotit a analyzovat důvody, proč k tomu došlo a navrhnout opatření, která by to měla napravit. Tato opatření by se pak měla stát i východiskem pro zpracování dalších plánů mentoringu. Díky důslednému provádění této fáze jsou vytvářeny předpoklady pro zvyšování kvality a efektivity této metody.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

7. ZDROJE

- BRUMOVSKÁ, T., SEIDLOVÁ MÁLKOVÁ, G. Mentoring. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. 152 s. ISBN 978-80-7367-772-5.
- VÁCLAVU, J., Metodika k programu „Mentoring“, Společnost Tady a Teď, o.p.s., 2009
- THE HAYES GROUP INTERNATIONAL, INC., Mentoring metodology
- www.wikipedia.cz
- CHANCE IN NATURE – LOCAL ACTION GROUP, Projekt „Aktivně a udržitelně v kraji pod Šumavou“, 2011
- Zpracované individuální práce jednotlivých mentee, kteří byli zařazeni do vzdělávacího projektu „Zapoj se“

8 PŘÍLOHY METODIKY VZDĚLÁVACÍHO PROJEKTU ZAPOJ SE

8.1 PŘEHLED MENTORŮ ZÚČASTNĚNÝCH V PROJEKTU ZAPOJ SE

Ivana Vlková, starostka, Obec Chlumany

Jiří Pomije, majitel firmy, JPC Data

Michaela Veselá, ředitelka, Farní Charita Prachatice

Mgr. Lenka Kohoutová, učitelka, Mateřské centrum Bodlina

Josef Pecka, OSVČ, spisovatel, průvodce, fotograf

Michal Piloušek, ředitel, Kulturní a informační služby města Prachatice

David Hocke, ředitel, Hitradio Faktor

Zdeněk Přibyl, OSVČ, redaktor, fotograf – internetové deníky Prachatickonews, Strakonickonews

Daniel Kopál, OSVČ, marketing, reklama, grafika

Jan Ferenčík, OSVČ, grafik

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

8.2 PŘEHLED MENTEE ZÚČASTNĚNÝCH V PROJEKTU ZAPOJ SE

Marie Capůrková, Vlachovo Březí, 18 let

Bc. Jiří Fleischmann, Vimperk, 23 let

Mgr. Lenka Smržová, České Budějovice, 26 let

Jana Capůrková, Vlachovo Březí, 16 let

Vojtěch Černý, Volyně, 24 let

Radim Soukup, Prachatice, 23 let

Lenka Mitášová, Komařice, 23 let

Bohumila Petrášková, Vimperk, 25 let

Marek Synek, České Budějovice, 23 let

Magdalena Kohlbergerová, Malenice, 18 let

8.3 UKÁZKA SAMOSTATNÝCH ZÁVĚREČNÝCH PRACÍ MENTEE

8.3.1 Mgr. Lenka Smržová - Návrhy pro zvýšení PR Farní charity Prachatice (dále FCHPT)

1 Uživatelé

- Letáky,
- Plakáty,
- Koncerty a charitativní akce.

Výše zmíněné prvky by bylo ideální umístit v lékařských ordinacích, v rámci terénních sociálních služeb a na sociálních sítích.
Osobnost / tvář charity PT – rodák přímo z PT („Jablečňák“, Jiří Mádl, …)
- každý projekt FCHPT bude mít svou tvář – ideál – uživatelé, kterým se díky FCHPT podařilo postavit „na vlastní nohy“ (popřípadě regionální osobnost, která má k jednotlivým projektům z určitých důvodů blízko).

- Známá tvář zaštiťující FCHPT (zacílení na širokou veřejnost, zacílení na uživatele)
- Uživatel, který se díky FCHPT dokázala znovu postavit na vlastní nohy (uživatel bude tváří př. Azylového domu pro matky s dětmi, Azylového domu Záboří…). Je vysokým motivačním prvkem pro aktuální uživatele využívající některou ze služeb FCHPT či pro budoucí uživatele, kteří se rozhodují službu využít…

2 Široká veřejnost

1.1 Sociální síť Facebook (dále Fcb)
Fcb je nezbytným marketingovým nástrojem posledních několika let. Jako hlavní obrázek doporučuji chobotnici, ruku, ježka… atp., jakožto symboliku širokého portfolia FCHPT.

Chobotnice – FCHPT má několik projektů, které zaštituje – co projekt, to jedno chapadlo s tím, že další chapadla jsou připravena pro další nově vznikající projekty. Volná chapadla naznačují i fakt, že sociální oblast / práce má mnoho sfér, u kterých je nezbytná jak krizová intervence, tak i prevence.

Pozn.: S chobotnicí by mohla být v propjení i améba (tzv. měňavka) v kontextu toho, že FCHPT a její projekty se přizpůsobí každému uživateli na základě jeho individuálních

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

potřeb. Améba by mohla být využita i u jednotlivých příspěvků na Fbb FCHPT.
Ruka – principiálně jde o stejnou myšlenku, jako u „chobotnice“, přičemž zde jsou dominantní hlavní články prstů – co prst, to realizovaný / připravovaný projekt.

Ruka často asociuje symbol pomoci, náklonnost a pochopení.

Pozn.: jako jednu z dalších variant navrhu ježka – bodliny jako symboly hrozeb a nebezpečí, které s sebou dnešní společnost přináší.

Facebook a Farní charita Prachatice

- Příspěvky na Fcb musí být aktualizované, tzn. před každou realizovanou akcí / po každé realizované akci (jak akce probíhala, návštěvnost, fotoreport, naplnění cílů akce); před nově realizovaným projektem (hlavní smysl a cíle projektu); úspěchy FCHPT…
- Shrnutí celkové měsíční činnosti FCHPT – popis včetně fotogalerie (mix fotografií)
- Úvodní informace na Fcb musí být zacíleny na širokou veřejnost, aby byla:

a) eliminace etiketizace
b) hlavní smysl / cíl FCHPT
c) portfolio stávajících služeb
d) důraz na fakt, že sociální služba je o vedení, ne o přímé pomoci – nikoliv o zařizování věcí za uživatele

1.2 Webové stránky

Zpráva bude zpracována do konce srpna 2013 a poslána elektronicky pí ředitelce FCHPT Mgr. Michaele Veselé.

Důležité je sjednocení všech log zastřešující služby FCHPT.

1.3 Výstava fotografií

Realizace výstavy fotografií ztvárňujících cílové skupiny FCHPT (marginální skupiny; postpenitenciární péče; gerontů; …).

Možná témata

- Stáří – jedinečnost této životní fáze včetně možných problémů. Stáří a spojitost s nezaměnitelnými životními zkušenostmi a kultem vědění. Poukázání na jejich kouzlo

a smysl pro společnost, tzn. vymícení mediální propagace, kdy je tato početná skupina brána pouze jako ekonomicky neaktivní a mnohdy až jako „přítěž“ pro stát s častým prezentováním nízké mortality a vysoké natality – př. zátěž pro státní rozpočet, nutnost zvyšování péče, neproduktivita atp.).

- Bezdomovectví
- Minoritní skupiny
- Postpenitenciární péče a rodina / rodinné vztahy
- Postpenitenciární péče a zaměstnatelnost
- Marginální skupiny
- Mládež a volný čas (ideálně s kontrastem na mládež v 21. století a mládež konce 20. století včetně změny hodnotového systému)
- Matka samoživitelka a její role

1.4 Komiks

Časté příběhy uživatelů FCHPT v komiksovém zpracování. Komiks a skutečné příběhy v sociální sféře nebývá častou formou prezentace a především v mladých lidech a v cílových skupinách FCHPT navýší zájem o informovanost portfolia služeb.

- Text příběhu – oslovení studentů SPGŠ Prachatice z důvodu, že většina studujících jsou studentky připravující se na profesi pedagoga (ISCED 0) a jsou empatické, což je pro příběh jeden ze stěžejních prvků. Další vysoký benefit je jejich jazyková vybavenost.
- Grafika / obrázky / karikatura – průmyslová škola Volyně

Pozn.: komiks může být propojen i v rámci propagačních předmětů (např. pexeso, tašky, diáře…).

3 Další možné aktivity

- Koncerty

Pro partnery, sponzory, uživatele a širokou veřejnost. U koncertů by bylo vhodné, aby

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

byl rentabilní. Pokusit se o vytvoření cca 4 koncertů / rok, které se stanou pro FCHPT tradicí.

- Vánoční a velikonoční přání

- ruční výroba (osobnější)

a) pro partnery, sponzory, zaměstnance – Speciální škola Prachatice

b) pro uživatele – SPGŠ Prachatice

- Loga

Sjednotit na všech projektech FCHPT – jednoduše a tematicky.

8.3.2 Bohumila Ptrášková - PROJEKT „ZAPOJ SE“ – Zapojení problematiky médií do rozvoje regionu

Prostřednictvím místní akční skupiny Chance In Nature jsem v rámci projektu „Zapoj se“ absolvovala jako studentka žurnalistiky stáž v regionálním internetovém deníku. Měla jsem možnost nahlédnout do každodenní redakční práce lokálního novináře, fotoreportéra a vydavatele v jedné osobě. Celé periodikum provozně i obsahově zajišťují jen dva lidé, další dva přispívají příležitostně, přesto mají webové stránky za měsíc až stotisícovou návštěvnost a obyvatelé regionu na nich často vyhledávají fotoreportáže z místních akcí i aktuální zpravodajství.

Mým druhým studijním oborem je andragogika a personální řízení, mám tedy blízko k myšlence rozvoje lidských zdrojů, a to především neformální a informální cestou – v tomto případě prostřednictvím médií. Princip fungování internetového deníku a místní vymezení jeho čtenářské cílová skupina mě inspirovaly k ideji vytvoření nové regionální informační platformy. Internetový portál by se nevztahoval na konkrétní okres ani město, ale propojoval by celé spádové území MASky. Toto zacílení by dávalo webu nový rozměr – jednalo by se o síť informací, aktualit, názorů, nápadů a především realizovatelných projektů. Portál by byl interaktivní, jeho základní smysl by tkvěl v podněcování a rozvoji občanské společnosti.

Moje předběžná vize internetových stránek má několik sekcí:

Zprávy z mikroregionu by absolvovaly všechny důležité aktuality a novinky o místním dění – politické, společenské, kriminální, kulturní, sportovní i meteorologické.

Obce by na těchto stránkách mohly sdílet svoji úřední desku a zároveň informovat o činnostech jednotlivých odborů úřadů. Vedle toho by tu volení představitelé samosprávy mohli prezentovat své vize a komentovat svá rozhodnutí.

Neziskové organizace by se mohly prostřednictvím webu představovat veřejnosti a zapojovat ji do svých aktivit. Zároveň by se díky propojenému portálu mohla utvářet nová sdružení či rozšiřovat ta stávající.

Místní podnikatelé by v samostatné rubrice měli prostor pro prezentaci své činnosti a propagaci svých služeb či produktů.

Názory občanů by sloužily jako nezbytné fórum dotazů i připomínek. Vždy by obsahovaly e-mailovou adresu odesílatele a prolinky by odkazovaly na konkrétní články či odpovědné osoby mající na portálu své profily. Vedle diskusních stromů by mohl každý jednotlivec představovat svůj konstruktivní nápad vztahující se k jakékoliv místní problematice, jehož realizace by se pak snadno mohla ujmout obec, podnikatel či nezisková organizace.

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kulturní a společenské akce by měly na portálu zvláštní místo proto, aby vedle palčivých diskuzí vyniklo také pozitivní dění v regionu. Tato rubrika by obsahovala pozvánky na následující akce a reportáže z uplynulých.

Fotogalerie by obsahovala roztříděná alba ze všech uplynulých významných akcí a kromě profesionálů by do ní mohli svými fotografickými postřehy z mikroregionu všichni návštěvníci webu.

Projekty by byly představovány v samostatné sekci s důrazem na aktuálně realizované a rozbíhající se.

Součástí portálu by mohl být také tzv. crowdfunding – tedy získávání prostředků na realizaci nápadů angažovaných jednotlivců z řad veřejnosti. Crowdfunding se osvědčil při uplatňování nejedné občanské iniciativy na území hlavního města Prahy, mimo jiné pomohl projektu umísťování pián na ulici či přestavbě nákladního kontejneru na víceúčelný originální kulturní prostor. Princip je jednoduchý – každý občan, kterému se daný nápad zamlouvá a stojí o jeho uskutečnění, může přispět libovolnou částkou. Pokud se vybere předem stanovená cílová suma peněz, dostane dárce podle výše svého příspěvku nějakou pozornost spjatou s daným projektem, pokud se potřebná částka nepodaří do určité doby získat, dostanou všichni své příspěvky zpět. Jsem přesvědčena, že by crowdfunding mohl fungovat i mezi místními obyvateli, kteří by na malých obcích měli k výsledkům kýžených projektů blíže a zároveň si jich pak více považovali, protože by se na nich takovýmto jednoduchým způsobem spolupodíleli.

Je to jen nastíněná a možná příliš ideální představa toho, jak by mohla média rozvíjet region, jsem však přesvědčená, že by za podmínky precizního technologického řešení, doladění, a následně důsledného spravování mohla fungovat. Web s pracovním názvem „ZAPOJENÍ“ by fungoval na principu rozmanitosti, sdílení a vzájemnosti tak, aby ve výsledku sloužil všem zainteresovaným skupinám MASky: občanům, neziskovým organizacím, podnikatelům i samosprávě. Skutečně úspěšná změna se podle mého názoru a dosavadních zkušeností může dít jen díky jejich vzájemné inspiraci a vzniklé synergii. Aby byl portál co nejvíce navštěvován a obstál v konkurenci ostatních regionálních serverů, měl by si zachovat výše uvedená specifika. Financování by mohlo zřejmě fungovat výhradně prostřednictvím inzerce. Ideální propagace webu by spočívala ve vizuálně atraktivních odkazech na sociálních sítích, které jsou navštěvovány zejména mladou generací. Mezi nimi se informace šíří nejrychleji a koneckonců jsou to právě mí vrstevníci, kdo mají nejvíce nadšení, energie a motivace k proměňování a vylepšování svého okolí.

8.3.3 Bc. Jiří Fleischmann - Zapojení informačních technologií do rozvoje regionu

V rámci programu mentoringu jsem zdokonaloval své znalosti z oboru informačních technologií pod vedením mentora Ing. Jířího Pomijeho. Seznámil jsem se s mnoha praktickými činnostmi, které probíhají ve firmě zaměřené na informační technologie. Získané zkušenosti a přehled lze jistě využít v rámci rozvoje regionu ve spolupráci s ostatními účastníky programu.

Další rozvoj regionu se neobejde bez nových informačních technologií. Každé odvětví potřebuje pro svou činnost počítač, tiskárnu, fax a mnoho dalších zařízení. Avšak všechna tato zařízení musí být správně nainstalována a do budoucna kvalifikovaně spravována. Neodborná instalace a správa může zamezit budoucímu rozvoji, příkladem může být nekvalitně vytvořená počítačová síť, která se v budoucnu stane nepřehledná, a bude nutné vytvořit síť zcela novou, což s sebou přináší dodatečné finanční náklady. V první řadě lze moje zkušenosti prohloubené v rámci tohoto programu využít při nákupu nových zařízení. Mohu poradit s výběrem správného zařízení pro danou aplikaci. Na první pohled by se mohlo zdát, že není nijak obtížné zakoupit nové vybavení. Ve většině případů je však nutné najít takové zařízení, které dokáže plnit požadovanou úlohu a jeho provoz není příliš nákladný. Správný výběr může ušetřit finanční prostředky buďto přímo při nákupu tím, že zařízení zvládne danou činnost s maximální efektivitou a nebude zbytečně předimenzováno nebo posléze díky nižším nákladům na provoz.

V dnešní době většina komunikace probíhá v elektronické podobě. Tento způsob má mnoho výhod oproti dříve používané tištěné podobě. Díky této transformaci je nutné mnoho tiskopisů a formulářů převádět do elektronické podoby. Tato transformace se nazývá digitalizace. Mohl bych vypomáhat s tímto procesem v rámci regionu. Tvorbou elektronických formulářů, vkládáním digitalizovaných tiskopisů na internet a úpravou webových stránek.

V předchozím odstavci byl zmíněn proces digitalizace. Čím dál tím více informací je ukládáno v elektronické podobě. To s sebou přináší nároky na vyšší kapacitu datových úložišť a jejich zálohování, které nás chrání před ztrátou dat. V rámci tohoto programu jsem pracoval s technologií NAS. Jedná se o technologii síťového datového úložiště. Tato technologie umožňuje komfortnější sdílení dat v lokální síti. V praxi tato technologie může sloužit například i pro ukládání záznamu z IP kamery. Osvojil jsem si základy konfigurace této technologie.

Z největší části jsem se v rámci programu mentoringu zabýval softwarovým vybavením počítače. Úplným základem softwaru počítače je operační systém. Měl jsem možnost zdokonalit se v samotné instalaci operačního systému, konfiguraci pevných disků, ale i obnově systému po kritické události. U nově zakoupeného počítače je nutné provést čistou instalaci operačního systému a doinstalovat potřebné programy nutné pro práci na počítači. Ať už se jedná

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

a o textové a tabulkové editory, webový prohlížeč a mnohé další. Pokud je potřeba začít využívat nový software, je nutné ho důkladně otestovat, zda splňuje naše požadavky, a to ještě před jeho instalací na pracovní počítač, případně do celé počítačové sítě. Počítač je nutné také chránit před útoky z okolní sítě, například z internetu. Zde mohu pomoci s výběrem kvalitního antivirového programu a s jeho instalací, popřípadě s nastavením firewallu. Pokud tato prevence selže a počítač je napaden škodlivým softwarem, jsem schopen provést odvirování počítače. Po několika letech v provozu je nutné každý počítač vyčistit, a to nejen mechanicky, ale i softwarově. Pokud je tato údržba zanedbána, může dojít ke zhroucení počítače. Tuto údržbu jsem schopen taktéž provést.

Také jsem měl možnost vyzkoušet si tvorbu podkladů pro školení. Přesněji návody pro používání textových a tabulkových editorů. Především starší generace má někdy problémy při používání tohoto kancelářského softwaru, a je důležité těmto lidem pomoci získat tyto znalosti. Byl bych schopen provést výklad k základům užívání tohoto softwaru.

Tento program mi umožnil seznámit se lépe s činnostmi ve firmě zabývající se informačními technologiemi. Myslím, že to pro mě bylo velkým přínosem a budu rád, pokud získané zkušenosti budu moci dále využít například pro rozvoj regionu.

8.3.4 Jana Capůrková - Zapojení vybrané problematiky do rozvoje regionu - Mateřské a rodinné centrum Bodlina

- Charakteristika MC: Mateřské centrum je subjekt, který sdružuje zpravidla osoby na rodičovské dovolené- zejména maminky a jejich děti, popřípadě další členy rodiny. Společně tráví volný čas. Mateřská centra zakládají zejména matky na mateřské dovolené, které se zároveň podílejí na samosprávě a vytvářejí si program. MC umožňují maminkám s dětmi vyjít z „izolace“, kam se celodenní péčí o dítě dostávají.

MC pořádají programy pro matky, rodiče a děti: tvořivé, vzdělávací, sportovní, rekvalifikační i jednorázové akce.

- Mateřská centra fungují v ČR 20 let a Síť MC 10 let. V seznamu Sítě MC k 30. 6. 2013 v Jihočeském kraji bylo uvedeno 27 mateřských center.

- Jako poslední založené MC bylo uvedeno právě Mateřské centrum Bodlina ve Vimperku. Bodlina byla poprvé otevřena v květnu 2013, přes prázdniny bylo v provozu a 9. září 2013 proběhlo slavnostní otevření. S nápadem přišly maminky na mateřské dovolené, které před 2 lety založily občanské sdružení Bodlina. Nyní má o. s. Bodlina více než 10 aktivních členů. Do činnosti se může zapojit každý, kdo má zájem, Centrum se nachází v prostorách bývalé lesnické školky. Peníze na technické vybavení i dětské hračky byly získány za pomocí MAS Chance in Nature.

- Program: Dopoledne- organizované cvičení pro děti do tří let (říkanky, cvičení na míči, tančení). Od září 2013- angličtina pro předškoláky, angličtina pro žáky 1. stupně. Se sdružením Šumavous je organizována i lesní miniškolka.

  Odpoledne- Volná herna

  Večer- příležitostně, akce spíše pro rodiče

- Zorganizované akce- Závody kočárků ve sportovní chůzi
  - Rozloučení s prvním rokem LMŠ Šumavousek
  - Resuscitace nejen u dětí
  - Za paraple pro paraple

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Charakteristika Lesní miniškolky- Nachází se v areálu dětského centra Šumavous (U sloupů, Vimperk). Aktivity Lesní mateřské školky se odehrávají venku za každého počasí. Děti si hrají, skákají na trampolíně, krmí zvířátka, malují, učí se nové věci např. poznávají rostliny apod. Většinu času děti tráví v lese. Tam si staví různé domečky, vyrábí si lodičky nebo se houpají a prolézají lany, která jsou přivázaná ke stromům. O prázdninách fungovala každý den od pondělí do pátku lesní školka, která probíhala od 8:00 do 16:00.

- Program- aktivity MC Bodliny od září 2013

1. Kurzy angličtiny- pro začátečníky, mírně pokročilé i pokročilé
2. Bodlináček- nový klub pro předškoláky (každé pondělí 15,30-17,30)
3. Lesní miniškolka- pro děti od 1 roku do 3-4 let v dětském centru Šumavous.
4. Angličtina pro děti
5. Logopedie
6. Beseda s MuDr. Martinem Gregorou (dětský pediatr)
   24. 9. 2013 v 19 hodin.
7. Kurz „základní kurz pro denní matky/ otce“- v průběhu měsíce října
8. Mateřské centrum s Luckou Kotrlíkovou- říkanky, tvoření
9. Mateřské centrum s Helčou Kolafovou- cvičení na gymnastických míčích s padákem

- Návrh akcí a aktivit (co by bylo možné dělat):

- Otiskování ručiček a nožiček nejmenších dětí do keramiky
- Čtení pohádek pro nejmenší
- Den pro tatínky
- Možnost oslavit narozeniny dětí v MC

- Pravidelné akce - návrh

□ Leden- Tříkrálové krmení zvířátek, rodinný country bál, pohádka na neděli - divadelní představení v MC.

□ Únor- Valentýnské tvoření, čtení s maňásky, zábavné odpoledne pro předškoláky - hry, soutěže.

□ Březen- Masopust (maškarní bál), bazárek dětských věcí, potřeb a hraček, jarní - velikonoční tvoření, Velikonoce - velikonoční zvyky např. Jít hledat velikonoční vajíčka do lesa apod.

□ Duben- Tvorba přání ke dni matek, Den Země- vysázení letniček.

□ Květen- Divadelní dílna, táborák ke dni rodin s možností fotografování rodin, zpívání pro radost.

□ Červen- Pohádkovým lesem za pokladem (např. na téma Dlouhý, Široký a Bystrozraký).

□ Červenec- Jedeme na výlet.

□ Srpen- Dětičky by si mohli sami sehrát své divadlo- za pomoci rodičů.

□ Září- Soutěže, mlsání- děti by mohli zpívat, menší sportovní aktivity, které by mohli v MC Bodlina probíhat (házení míčků do krabice, ve které je vyřezaný otvor).

□ Říjen- Drakiáda (společně by se mohl vyrobit drak, který by se mohl jít pouštět ven), výroba drobných šperků- navlíkání korálků (pro předškoláky/ školáky).

□ Listopad- Lampionový průvod, výroba adventních věnců.

□ Prosinec- Mikulášská nadílka, zpívání vánočních koled, zdobení vánočního stromečku v MC Bodlina.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

- Závěr- V MC Bodlině i v dětském centrum Šumavous se mi opravdu líbilo. Práce s dětmi je velmi zajímavá. Děti mají možnost si volně hrát, plně si užívat program, ale i něco si namalovat. Jsem velmi ráda, že jsem poznala, jak fungují vůbec mateřská centra a také, jak probíhají lesní školky narozdíl od běžných školek, kde jsou děti převážně uvnitř. Poznala jsem, že práce s dětmi není někdy úplně lehká, ale když si někdo s dětmi rozumí a baví ho s nimi pracovat, je to skvělé. A když je ještě k tomu na dětech vidět, že je to baví a jsou spokojení, tak to má opravdu smysl.

8.3.5 Vojtěch Černý – Rozvoj území MAS – zhodnocení, slabiny, jak to zlepšit

Má práce na projektu započala koncem července. Po domluvě s mým mentorem, panem inženýrem Josefem Peckou, jsme se dohodli na tom, v čem bude spočívat moje práce v jeho firmě. Jednou částí mé činnosti byla účast na projektu, který má vliv na zachování šumavského fenoménu a to, kapliček, kaplí a božích muk. Tento projekt se prováděl ve spolupráci s CHKO a správou národního parku Šumava. Práce spočívala v tom, že jsem dostal zadaný soupis šumavských kapliček a dohledával jsem k nim souřadnice a majitele pozemků, na nichž kapličky stojí.

Další mou prací na projektu bylo zúčastnění se turistické vycházky do šumavského parku jako asistent pana průvodce Pecky. V neděli 4. Srpna jsme se tedy vydali do divočiny. Start výpravy byl naplánován v 9:15 z Prášil a také se dodržel, náš celkový počet čítal 12 osob různých věkových kategorií plus průvodce pan Pecka. Nejprve jsme se vydali na vrchol Ždánidla. Trasa byla, co se terénu týče, docela náročná, především díky panujícímu tropickému počasí. Po cestě náš průvodce mnohokrát ukázal své místoznalství a široký přehled v botanice. Na vrcholu Ždánidel jsme udělali krátkou přednášku o zlatém stolečku, který byl důležitou součástí pašerácké stezky a následoval sestup k Prášilskému potoku, který tvoří část hranice mezi Českou Republikou a Německem. Sledovali jsme hraniční kameny, které byly k naší smůle čerstvě natřené, a jeden z nich dokonce čekal na vymalování. Po krátkém občerstvení jsme opět kopírovali potok, i když cesta byla lehce podmáčená, všichni ji statečně zdolali, dokonce i my, kteří jsme podcenili terén a vyrazili pouze v teniskách. Této mokré trasy jsme se ještě nějakou chvilku drželi, až jsme narazili na cestu, která vedla až do Prášil. Po krátké poradě jsme se dohodli, že vynecháme cestu na Skalku, což se ukázalo jako velmi rozumný nápad, jelikož se strhla poměrně silná bouře jen několik okamžiků po našem příchodu do Prášil. S průběhem vycházky jsem byl velmi spokojený, terén byl pro skupinu naprosto vyhovující a jediné co bych sám sobě vytknul, byla tak trochu nepřipravenost. Co se týče pana průvodce, tak opravdu ukázal, že má znalosti hodné opravdového šumavského průvodce. Nakonec bych ještě na výbornou ohodnotil jeho lidský přístup k všem účastníkům vycházky. Mým úkolem bylo napsat hodnocení na tuto vycházku. Tímto bych asi zakončil kapitolu a popis mé hlavní práce u pana Pecky.

Teď po stručném popsání mé práce na projektu bych rád upozornil na některé slabiny a chyby, které v tomto odvětví jsou a vznikají. Na základě mých nabitých zkušeností si myslím, že jedním z bodů, který bych uvedl jako slabinu je určitě propagace a vlastně vůbec zviditelnění konkrétní věci, ať je to různé podnikání či jednorázové akce. Demonstruji to na konkrétním případě. Na konci srpna se ve Strakonicích konala akce s názvem „Zatrénuj si s reprezentantem“. Tento projekt je zaměřen na rozvoj v současné době nejrychleji se rozvíjejícího sportu u nás a to florbalu a je znám také pod názvem „Salibandy camp“. Probíhá tak, že přijede skupinka 1 – 2 českých

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

reprezentantů spolu s některými členy realizačního týmu české reprezentace, v tomto případě to byl dlouholetý hráč finského Nokianu a současná opora Vítkovic Pavel Brus a fyzioterapeuti národního týmu. Jelikož jsem již dlouhá léta členem strakonického florbalového oddílu tak jsem na takové akci nemohl chybět. Ovšem účast pro mě byla zklamáním. Vzhledem k tomu, že na Strakonicku a Písecku operuje 5 poměrně velkých florbalových klubu, přičemž hráčská základna každého z nich čítá okolo 80 aktivních členů, tak se mi účast na této akci v podobě 20 osob, zdá poněkud nešťastná. Ale abych upozornil na daný problém, rozeslání e-mailů s informací o této akci a vytvoření události na facebooku považuji z hlediska zviditelnění této činnosti za hodně nepovedenou. Přitom si myslím, že zrovna o tento typ akce by v případě zviditelnění byl opravdový zájem a účast by mohla být o hodně větší, můj odhad je okolo 70 účastníků. Toto je pouze jeden konkrétní případ a určitě když každý z nás zapátrá v paměti, přijde minimálně na několik takových projektů, kdy si člověk řekl, že by mohlo přijít o hodně víc lidí.

Jako řešení tohoto dle mě hlavního problému je především přístup lidí, kteří na daném projektu dělají. Tento faktor je ale opravdu těžké nějak ovlivnit, snad jedině tím, že budou dotyční náležitě motivováni a budou mít buď zkušenosti s pořádáním takových projektů, nebo budou opravdovými nadšenci s talentem na organizování kulturních nebo sportovních akcí. Dle mého názoru je nejlepší propagace přes místní inzertní noviny a už jen fakt, že se akce zúčastní známá osoba, je výborná reklama. Například u sportovních akcí je ale zapotřebí určitého finančního kapitálu, a jelikož florbalové kluby a ostatně všechny menší sportovní nemají peněz lidí se zájmem o vě zrovna na zbyt, byla by jakákoliv spolupráce s MAS velmi vítaným přínosem a šancí přivést ke sportu mnoho nových tváří, především z dětských řad. Třeba projekt mentoringu by dané sféře velmi pomohl.

8.3.6 Marie Capůrková – Zapojení vybrané problematiky do rozvoje regionu

V rámci programu Mentoring jsem se zapojila ve veřejné správě. Byla jsem po dobu 10ti dní v Chlumanech, malebné vesnici, která za posledních 7let dosáhla ohromných změn k lepšímu díky paní starostce Ivaně Vlkové. Chlumany získaly několik ocenění, například Cena hejtmana za Chlumanský trh, Zlatou cihlu za vybudování staveb v duchu tradic venkova a mnoho dalších. Byly mi ukázány různé části obce a jejich spravování, například územní plánování, realizované projekty, plánované projekty, údržba obce, organizování akcí, provoz obce. Dle mého názoru jsou Chlumany na vynikající úrovni.

Pýchou obce je KY.BY zahrada, kde se dají nakoupit různé bylinky a květiny. O zahradu se výborně starala v době mého mentoringu paní Zuzana Jedličková. Propagace je skvělá – letáčky, internetové stránky, dokonce i čt1 zde byla natáčet díly do pořadu. Na jaře zde byl organizován dětský den, děti si můžou vyzkoušet například smyslový chodníček, nebo si prohlídnout hmyzí hotel, což se jim velice líbí, poněvadž takové věci moc neznají. Pro děti se zde pořádají i tvořivé díly několikrát do roka – na Vánoce, Velikonoce.. Myslím si, že by bylo zajímavé, kdyby se například v rámci Chlumanských trhů uspořádala soutěž ve vaření, či pečení, při které by účastnící musely používat například Chlumanské brambory, nebo různé bylinky z KY.BY, nebo by se mohla vydat kuchařka Chlumanská brambora, kde by byli recepty z brambor a různých bylinek.

V Chlumanech se dějí spousty akcí během celého roku – Masopust, Chlumanské trhy, Staročeská konopická, sportovní turnaje, plesy, hasičské zábavy. Vše je perfektně organizované,během těchto akcí je otevřená KY.BY zahrada, kam chodí mnoho lidí. Obyvatelé Chluman si změny v obci chválí.

Chlumany se změnili také díky projektům a i se měnit budou. Má se realizovat projekt venkovního posezení u rybníka. Toto posezení bude užitečné například při akci Truckfest, který se letošní rok konal podruhé a měl vysokou účast. Tento přístřešek by se mohl využívat v budoucnu například pro akce typu dětský den, nebo by se zde mohl uspořádat nějaký koncert buď lidové hudby, nebo i něco rockovějšího. Jelikož je v Chlumanech průměrný věk obyvatel 37, tak si myslím, že by tato akce mohla mít úspěch.

Chlumany začínají být velice navštěvovány turisty, které lákají různé typy akcí, KY.BY zahrada a mnoho dalších. Například na Staročeské Konopické se sjelo mnoho lidí z okolí, i z daleka. Proto by měl být v Chlumanech nějaký pension, aby turisté mohli zůstat na více dní a pořádně si užít krásy Chluman. Bylo mi prozrazeno, že se plánuje realizace nějakého ubytování pro turisty. Lidé z měst rádi poznávají venkov a toto je ideální příležitost, jak se jim to podaří.

V Chlumanech by se mohl jednou za čas zorganizovat výlet například do Prahy do divadla, nebo na exkurzy, výstavu, či zájezd na rozhlednu, hrad, nebo do Zoo. Když by se sešel autobus lidí, myslím si, že by to občané Chluman radostně uvítali.

evropský sociální fond v ČR EVROPSKÁ UNIE MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Kdyby se v Chlumanech chtěl realizovat nový projekt, tak by byla zajímavá nějaká naučná stezka, například v okolí Kolína je Ovocná stezka, ve Strakonicích naučná stezka Švandy Dudáka, nebo Planetární stezka, která je vlastně zmenšenina sluneční soustavy. Udělalo by se v okolí pár zastavení, kde by se lidé dozvěděli zajímavosti o Chlumanech, informace o Františku Vyšatovi, slavném rodákovi, nebo by se mohla realizovat například výše uvedená planetární stezka. Některé zastavení by mohli být pro děti, že by tam byly hry.

Dále by se pro mladší obyvatelstvo mohli realizovat nějaké soutěžní hry. Například ve stolním tenise, či ve vybíjené. Nebo by se mohlo uskutečnit nějaké divadelní představení (loutkové).

Od jara je V KY.BY zahradě výstava dřevěných soch, kterou si lidé velice chválí. Tak by bylo zajímavé nějaké dřevosochání na živo. Postavil by se stan na louce u rybníka. Mohli by se sezvat nějací sochaři z okolí, aby ukázali lidem své umění na živo. Tyto sochy by poté byly rozmístěny po obci pro její zkrášlení. Byla by možná i dražba jedné ze soch. Akce může být dvoudenní, aby na výrobu jednotlivých soch bylo více času.

8.3.7 Magdalena Kohlbergerová - Národní síť místních akčních skupin České republiky, o.s. - úvaha o propagaci a medializaci sdružení místních akčních skupin NS MAS ČR na internetu a vztah mladých lidí k problematice NS MAS ČR

Obsah

1. NS MAS ČR
2. Program Leader ČR
3. Marketing
4. Webové stránky NS MAS ČR a prezentace na internetu
5. Mladí lidé, žáci i studenti
6. Závěr

Úkolem Národní sítě místních akčních skupin České republiky, os.je, jak je psáno na webových stránkách sdružení: „především sdružovat MAS, reprezentovat a zastupovat MAS na národní úrovni vůči vládním institucím, ministerstvům a organizacím zřizovanými ministerstvy a dalším relevantním subjektům a na mezinárodní úrovni vůči organizacím a subjektům pracujícím v intencích iniciativy Leader a ve vztahu k ostatním partnerům institucím, úřadům apod. NS MAS ČR je svými členy pověřena komunikovat s kraji, jejich řady, finančními ústavy, na mezinárodní úrovni s příslušnýi institucemi EU, atd.¨“

Součástí činnosti je propagace a medializace ve sdělovacích prostředcích a samozřejmě i aktuální prezentace na internetu, zvláště pak na domovských webových stránkách NS MAS ČR.

Na základě toho, že program Leader ČR využívá investiční prostředky ze státního rozpočtu na základě zákona o státním rozpočtu České republiky na příslušný rok a je určen na jedné straně místním akčním skupinám, které vytvářejí a realizuí společné rozvojové strategie a záměry, a na straně druhé místním subjektům, které realizují konkrétní projekty, je na snadě, že tento program a postupy jeho plnění, možnosti a následné čerpání interesují okruh zájemců, kteří hodlají program využít ke zlepšní kvality života ve venkovských oblastech, k posílení místního konomického rostředí a tvorby pracovních míst, či podpoře místních kulturních, ale i přírodních zdrojů.

Je propto třeba jak tento program Leader ČR, možnosti a podmínky z něho vyplývající, tak aktivity akčních skupin a především Národní sítě místních akčních skupin České republiky, os,

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

velmi dobře prezentovat.

Je tomu tak i v případě prezentace a představení výše uvedeného sítí NS MAS ČR?

Marketing by měl splňovat několik podmínek, a to: poskytnutí toho, co zájemce hledá, vytvoření vlastní strategie pro uspokojení potřeb zájemce a sestavení plánu pro dosažení cíle zvolenou strategií. Do těchto podmínek tedy bezesporu spadá i prezentace na webových stránkách.

Vzhledem k tomu, že jsem studentkou umělecko-průmyslové školy, nebudu ve své úvaze rozebírat marketing v jeho globálu, ale zaměřím se prezentaci na webových stránek www.nsmascr.cz a na vyhledávání NS MAS ČR pomocí internetového vyhledávače, spolu s designem webových stránek adalších odkazů na internetu.

Webové stránky www.nsmascr.cz jsou designově zajímavé. Svou přehledností a jakousi jednoduchostí ve stylu vyhledávání informací jistě vyhovují každému jejich návštěvníkovi. Grafické uspořádání jednotlivých listů webových stránek umožňuje zájemci o konkrétní informaci tuto nalézt bez toho, aniž by musel dlouze pátrat po odkazech, které mu dají odpověď na jeho konkrétní otázku. Možná bych snad jen viděla nedostatek v sekci „Kontakty“, kde bych upřednostnila „živý“ odkaz emailu info@nsmascr.cz, kde by se kliknutím na tento odkaz aktivovala PC pošta a nemusela bych celý email vpisovat ručně do odesílané zprávy.

Na internetovém vyhledávači Seznam.cz se NS MAS ČR rozhodně neztratí. Jen na první straně vyhledávače jsem nalezla deset odkazů jak na centrum NS MAS ČR, tak na jednotlivé místní akční skupiny, tak i odkaz na Wikipedii.

Internetové odkazy i webové stránky NS MAS ČR jsou tedy, až na možnost rychlého kontaktu na email info@nsmascr.cz bezpochyby velmi dobře zpracované a udržované vkládáním aktualit a potřebných informací.

Zajímá však tato problematika místních akčních skupin a jejich programu také mladé lidi?

Současná situace nutí mladé lidi odcházet za prací do větších měst, kam se posléze i stěhují z menších měst, městysů a obcí, kde nemohou nalézt práci. V opačném případě se do těchto míst stěhují mladé rodiny s dětmi, kde rodiče jsou zabezpečeni a jaksi si „mohou dovolit“ žít na vesnici, městysu či malém mětě s tím, že jsou adekvátně sociálně zabezpečeni a nemají problémy se svým pracovním místem, či podnikatelskou činnností.

Proč ale neoslovit tyto mladé lidi, nebo lépe, proč neoslvit již žáky a studenty a nepřestavit jim činnost NS MAS ČR, s tím, že tak zástupci místních akčních skupin probudí zájem těchto mladých lidí, žáků, či studentů o tuto problematiku? Nebylo by vhodné navštívit studenty ve školách a zaujmout je? Proč by nemohli přicházet se svými nápady a popřípadě nespolupracovali na propagaci NS MAS ČR, nebo se neúčastnili akcí NS MAS ČR, kde by mohli pomoci například s organizací, nebo kde by se zapojili do dění? Myslím, že by se řada z nich, zvláště Ti, kteří tí potřebu zapojit se do podobných projektů, této šance využila a pocítila by i jakousi zodpovědnost za místo, ve kterém žije a jistě by si někteří z nich nenechali utéct příležitost přispět svým názorem nebo aktivitou ke zlepšení života v místě, ve kterém jsou doma.

Shrnutí na závěr.

Dostala jsem za úkol okomentovat možnosti prezentace, marketingu a popřípadě nalézt zlepšení v tomto smyslu. Webová prezentace a prezentace NS MAS ČR na internetu je velmi dobrá. Upřednostnila bych pouze již výše zmíněný problém, a to aktivaci emailu NS MAS ČR tak, aby došlo k okamžitému propojení s možností odeslání emailové pošty. Slabší stránku v prezentaci NS MAS ČR a jejích místních akčních skupin nevidím, a to ani ve smyslu designového zpracování webových stránek a navazujících internetových odkazů.

Jediné co bych navrhovala jako – myslím – změnu k lepšímu, jsou debaty s žáky, dtudenty a mladými lidmi, kteří by se mohli – dobře informování o možnostech a programech NS MAS ČR – zapojit do činnosti svými názory, nápady a případnou akční spoluprácí.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

8.3.8 Marek Synek - Projekt Jihočeský Kraj 2014 - poznejte krásu našeho kraje (South Bohemian region - Discover the beauty of our region)

Zaměření:

Projekt bude zaměřen na Turisty z cizích zemích ale i na České občany.

Cíl kampaně:

Cílem projektu je upozornit že Česká Republika má více míst k navštívení než je jenom Praha proto chceme hlavně cizincům ukázat že na Jih od Prahy konkétně Jihočeský Kraj má též co nabídnout a má spousty zajímavých památek jak přírodních (narodní praky, Chráněná krajinná oblast) tak i Kulturní památky (hrady,zámky) a stojí je za to navštívit.

Jak bude kampan probíhat:

1. Vytvoření specialních webových stránek kde budou poskytnuty veškeré informace o projektu,míst,památky a města která jsou do něj zapojeny a další ruzné informace (rekreační,nejlepší ubytovaní,doprava atd…) propagace různých míst v realném čase pomocí nových madií Facebook,Instagram,Foursquare,Youtube… a pomocí technoligie Hastagů (lidé se budou zapojovat do tvoření obsahu a budou za to odměňováni).

2. Vytvoření speciálních stránek na Facebooku ve 3 jazykových mutací (Čeština,Angličtina,Němčina) kde se bude propagovat různé zámky, hrady, národní parky, kulturní akce a další eventy v Jihočeském kraji. Vytvoření Youtube kanálu a pro různé pořady… . Vytvoření Instagramu pro propagaci krásy Jihočeského kraje. A v poslední řadě vytvoření CHECK IN na mapě pomocí služby Fousquere, která je hodně používaná turisty ve vyhledávaní různých zábav a podniků.

3. Letáky,plakáty a brožurky po Praze a Jihočeském kraji

Praha:

vytipovat místa kde se nachází nejvíce cizinců kteří jdou za účelem pouze navštívit Hlavní město a neví o dalších místech v ČR které jsou stejně krásné a určitě zajímavé.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Vytipovaná místa pro letáky plakáty a brožurky:

Hlavní vlakové nádraží ČD:

Na pokladnách by měli být brožurky a letáky v Anglické,německé verzi.na nich by mělo být jasně vysvětleno že Česká republika má mnoho různých míst k navštívení než je jenom Praha. Doporučená místa Zámek Hluboká nad Vltavou,České Budějovice,Národní park Šumava a další ….

Informační centra po Praze, Sportovní centra např: O2 arena

Opět letáky a brožury

Jihočeský Kraj:

Všechny kulturní památky, které se zapojí do projektu by měli mít logo projektu, plakáty vyvěšené v centru aby upozornili že se aktivně zapojují a upozornili i své občany že probíhá tato akce.na Zámcích,Hradech by měli být k dostání letáky a prospekty s naším projektem kde bude vysvětleno vše, že se můžou zapojit do soutěží pomáhat nám tvořit propagaci našeho kraje a že jsou součástí tohoto projektu. Pomocí Foursquare Check in a Facebook,Instagram Hashtag.

Obsah letáků:

Logo projektu a že se do něj zapojuje daný zámek či hrad.

měl by obsahovat infomace kde se zámek či hrad nachází.

Krátké povídaní a zajímavosti o něm.

QR Kod – který bude obsahovat trasu k zámku či hradu.,odkaz na naše webové stránky.

Měl by upozornit návštěvníky aby oznámili svojí polohu pomocí Foursquare aplikace nebo Facebooku a když tohle učiní zapojují se do soutěže.

Leták by měl obsahovat jasně dané Hashtagy a upozornit návštěvníky aby potom tyto hashtagy využili až budou nahrávat svoje fotky na instagram či jiné služby.

Nejedná se o finální podobu letáku,slouží pouze jako prezentace.

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Nejedná se o finální podobu letáku,slouží pouze jako prezentace.

9 KONTAKT NA REALIZÁTORA PROJEKTU

Občanské sdružení CHANCE IN NATURE- LOCAL ACTION GROUP

Sídlo: Archiváře Teplého 102, 387 06 Malenice

Tel.: 383390134, 724058536

E-mail: info@chanceinnature.cz

www.chanceinnature.cz

www.facebook.com/zapojse

Místo pro poznámky:

Místo pro poznámky:

evropský sociální fond v ČR
EVROPSKÁ UNIE
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY
OP Vzdělávání pro konkurenceschopnost
CHANCE IN NATURE LOCAL ACTION GROUP
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ