MRCHN

1
2010

ZPRAVODAJ O VÝCHOVĚ A VYUŽITÍ VOLNÉHO ČASU DĚTÍ A MLÁDEŽE

foto Michal Fanta

ČESKÁ RADA DĚTÍ A MLÁDEŽE

Téma tohoto čísla: PR čili "public relations" v naší neziskové organizaci

Fotogalerie Archy

foto Dominik David

foto Michal Fanta

Potřebují členské spolky České rady dětí a mládeže PR?

Potřebují neziskové organizace vůbec PR? Nespadá oblast public relations přeci jen do komerční sféry? Současný mediální věk vytváří silný dojem, že PR „potřebuje“ téměř všechno. PR můžeme poskytnout nějakému výrobku, službě, ale také hodnotě – a právě oblast hodnot, především těch nemateriálních, do neziskové sféry určitě patří.

Můžete namítnout, že i bez PR lze přece žít. Ovšem. Ale s PR může i nezisková organizace žít leckdy lépe. I nezisková organizace, která se věnuje aktivitám bohulibým, na ně totiž potřebuje peníze. Tím spíš, že sama – jak už z jejího označení vyplývá – žádný zisk nevytváří. Nevěnuje se totiž aktivitám, které by se daly nějak výhodně zpeněžit: Věnuje se „konání dobra“, a to jak známo, zpravidla moc nevynáší.

Neziskové organizace tudíž musí peníze na svůj provoz shánět jinak. Nabízí se hned několik možností: žádosti o dotace, granty, hledání sponzorů, eventuálně dárců. Pokud ale něco takového chci, nemůžu očekávat, že mi to spadne samo do klína. Musím pro to také něco udělat. Přinejmenším si musím o onu dotaci zažádat. Svůj projekt sepsat, představit jej. Pravděpodobně nikdo mi nedá peníze jen tak *(viz též str. 12 – 13, pozn. red.)*. Aby se někdo rozhodl mi určitou finanční částku věnovat, musí o mně něco vědět.

Musí mě znát.

Dozvědět se o mě – o nás, o našem sdružení – mohou potenciální partneři buď přímo ode mne či od mých spolupracovníků, anebo zprostředkovaně. Ve druhém případě pak stojí za to pokusit se obratně využít médií. Proto také vlastně vznikla jako součást řízení organizací sekce, jež se nazývá public relations neboli PR neboli Vztahy s veřejností.

Dnešní zhýčkaná média však za neziskovými organizacemi přijdou sama od sebe jen zřídkakdy. „Píáristů“ je navíc hodně, tolik, že si i v neziskové oblasti navzájem konkurují… Někdy se zkrátka může zdát, že je to takový „lov na novináře“. Řada novinářů by si přitom dnes vystačila jen s tiskovými zprávami nejrůznějších organizací – těch jim každodenně do e-mailových schránek chodí „kvanta“. Jde tedy o to „ulovit“ toho „svého“, nebo ještě lépe ty „své“ novináře.

Ani Česká rada dětí a mládeže přirozeně nechce – nebo nemůže – stát stranou. Nechceme, aby o nás lidé nevěděli. Nechceme, aby se na neziskovou sféru, a v ní na tu naši oblast zvlášť, zapomínalo. Nechceme také, abychom z médií byli syceni pouhými neduchaplnostmi, zbytečnostmi a „kauzami“ pro zlost. Činíme tak kvůli sobě i kvůli Vám.

Když se v tisku nebo v elektronických médiích objeví nějaký pochvalný či aspoň neutrální článek o nás, když v rozhlase či televizi odvysílají takový spot, je to samozřejmě fajn. Pokud ne, je dobré mít v záloze své vlastní médium. ČRDM má taková média hned dvě – jsou to internetový server Adam a tištěný zpravodaj Archa. Jde o mediální prostor, který je otevřený všem 98 členským sdružením ČRDM bez rozdílu. Záleží jen na Vás, jak ho dokážete využít.

I Česká rada dětí a mládeže a všichni její členové tedy potřebují PR. Právě jste otevřeli časopis, který je již několik let označován za „výkladní skříň ČRDM“. Rádi bychom, aby v ní kolemjdoucí spatřili i Vás. Místa je tu pro všechna členská sdružení ČRDM dost. Proto pište. Pište články o činnosti Vašich sdružení, Archa na ně čeká. Vždyť byla stvořena a je tu přece pro Vás.

Těšíme se na Vaše příspěvky.

Lucie Celbová
Autorka je manažerkou PR a komunikace ČRDM
foto Jiří Majer

Zpravodaj ČRDM o výchově a využití volného času dětí a mládeže

ARCHA

Registrace Ministerstvem kultury: MK ČR 8135
Tematická skupina 13A/A8, ISSN 1212 – 5016
Podávání novinových zásilek povoleno Českou poštou, s.p., odštěpný závod Přeprava, č.j. 1259/99 ze dne 29. 3. 1999

Redakce: Jiří Majer – vedoucí redaktor
Adresa redakce: Česká rada dětí a mládeže
Senovážné náměstí 977/24, 116 47 Praha 1
tel: 234 621 210, fax: 234 621 541
e-mail: archa@crdm.cz
IČO: 68379439

Graf. úprava a sazba Michala Rocmanová, akad. mal.
Tiskne Studio REFOS, Praha
Fotografie z archivů členských sdružení ČRDM
Příspěvky přijímáme nejlépe ve Word 7.0 nebo RTF

Vychází 8 x za rok
Toto číslo vyšlo v únoru 2010

Zpravodaj Archa je nekomerční tiskovinou, která není určena k prodeji.
Archiv čísel Archy od roku 1999 ve formátu PDF najdete na adrese http://www.crdm.cz/archa

PR není jen pro firmy, potřebují ho i neziskovky

PR (public relations) je komunikační činnost, která utváří pozitivní vztahy s veřejností. Veřejné mínění je možné ovlivnit různými způsoby, nejčastěji se děje prostřednictvím médií a osobním kontaktem. V každém městě působí neziskové organizace, které se starají o volný čas dospělých i dětí, jsou součástí kulturního života a vyplňují mezery v mimoškolních aktivitách. Práce v těchto organizacích je často dobrovolná, často oceněná pouze úsměvy dětí. Současný svět je plný informací, lidé jsou na ně zvyklí, a tomu je potřeba přizpůsobit i činnost v neziskových organizacích. Můžete totiž uspořádat sebelepší turnaj v deskových hrách nebo naplánovat úžasný výlet pro rodiny s dětmi, ale když o tom nebude nikdo vědět, těžko někdo přijde a obtížně se potom žádá o dotace na provoz. Řešení není složité.

HALAHOJ

Podívejme se na praktický příklad. Vloni v létě jsem pod hlavičkou sdružení Halahoj z Třebíče pořádala dětský letní tábor. Nejdříve bylo nutné dát veřejnosti vědět, že mohou začít své děti přihlašovat a pomoci jim při rozhodování, aby své děti poslali právě s námi. Napsala jsem několik článků o táboře, jaké bude téma a program a našla starší fotografie. Důležitým krokem bylo umístění těchto článků. Domluvila jsem se s místními zpravodaji a weby, které informují o volném čase a připravují zpravodajství pro Třebíčsko.

Další možností, jak tábor zviditelnit, je registrovat ho do katalogů, ze kterých si rodiče často vybírají. Pokud se zaměřujete na určitou skupinu dětí, například z jedné školy, je dobré připravit schůzku s rodiči a nabídnout jim právě váš tábor. Nepodceňujte osobní kontakt. Je to časově náročnější, ale výsledky potvrzují, že to za to stojí.

Tím práce nekončí. Je dobré si uvědomit, že média prožívají v létě okurkovou sezónu a budou ráda za každý tip na článek. Můžete zkusit dva způsoby. Redaktory na tábor pozvat, aby sami zakusili atmosféru, nebo připravit tiskovou zprávu, kde jim nabídnete inspiraci pro článek. Je také dobré se zamyslet nad tím, koho by informace o vašem táboře zajímala. Naše tábory jsou zaměřené křesťansky, proto se jako nejvhodnější periodikum jeví Katolický týdeník, z rozhlasu to může být Proglas. Tímto směrem je dobré přemýšlet. Pokud pořádáte tábory či aktivity týkající se koní, najděte média, která se zabývají touto oblastí. Velký prostor nabízí internetové zpravodajství, nově i sociální sítě, například Facebook. Fakt, že to funguje, mohu potvrdit na našem letním táboře. Přijeli za námi dva redaktoři a vyšlo o nás několik článků. Rodiče nám dokonce schovávali výstřižky z novin.

Celoroční činnost organizací si zaslouží péči v oblasti PR. Pravidelné tiskové zprávy informující média o tom, co připravujete, dobře udržovaný web, spolupráce s rodiči a nové nápady jsou tím, co zviditelní organizace v očích veřejnosti, a navíc pomůže budovat dobré vztahy navzájem.

Eva Fruhwirtová

Autorka zastává pozici senior manager v komunikační a PR agentuře Commservis.com. Je členkou Studentského klubu Katolického gymnázia Halahoj v Třebíči. Zabývá se PR, komunikací a vzděláváním. Podílí se na přípravách a mediálním zastupováním regionálních Bambiriád a Regionálních vzájemných výměn zkušeností.

Archa 2010

Témata Archy	Uzávěrky:
1. PR management v naší neziskové organizaci	22. 1.
2. Spolupráce „dětských“ neziskovek na místní úrovni	26. 2.
3. Táborové hry – náměty a praxe	9. 4.
4. Bambiriáda 2010 (dvojčíslo)	4. 6.
5. Tento způsob léta zdá se nám být šťastným...	20. 8.
6. Jsme Češi – jak se to pozná?	17. 9.
7. Žijeme uměním, tvoříme, skládáme, hrajeme...	15. 10.
8. V Evropě jsme doma + příloha	19. 11.

Public relations v Letním domě

Občanské sdružení Letní dům mě už více než rok zaměstnává coby PR manažerku. I když je mé „píár“ jen na zkrácený úvazek, už po jednom roce nese své ovoce. Pozornost věnovaná vztahům s médii a veřejností je klíčovou pro získání podpory veřejnosti a úspěšný fundraising. Hlavním cílem letnědomního PR je informovat veřejnost o naší činnosti – pomoci dětem z dětských domovů.

Řekla bych, že letnědomní PR je teprve na začátku – zatím se nám daří zejména ve spolupráci s médii, které se věnují práci s dětmi. Například v Arše jsme vás nechali nahlédnout do novoročního dění (Letní dům v zimě 01/09) a seznámili jsme vás s příkladnou spoluprací firmy s neziskovou organizací (Dobrá praxe 02/09). Objevujeme se také v Zámečku. Jeho čtenáři „nakoukli“ na sourozenecký pobyt (Když jede na pobyt s Letním domem deset sourozenců 03/09) a na arteterapeutický prázdninový pobyt (Pavel Temperka 10/09). Součástí většiny letnědomních článků bývají barevné fotografie, díky nim mají texty teprve tu správnou šťávu.

Výraznou pomocí v PR Letního domu je také známý herec Petr Vacek. Jeho nadšený přístup znamenal prezentaci Letního domu ve Snídani s Novou a v časopise Marianne. Podařilo se nám i několik odborných článků – dva v časopise Arteterapie (č.19/09) a jeden v měsíčníku Práce a sociální politika (č. 10/09). Důležitou součástí public relations jsou i články v elektronických médiích (Moje-rodina.cz, Mamaja.cz, hyperstudent.cz, e-Informační bulletin SKOK, Bulletin nadace OKD, Inspiromat).

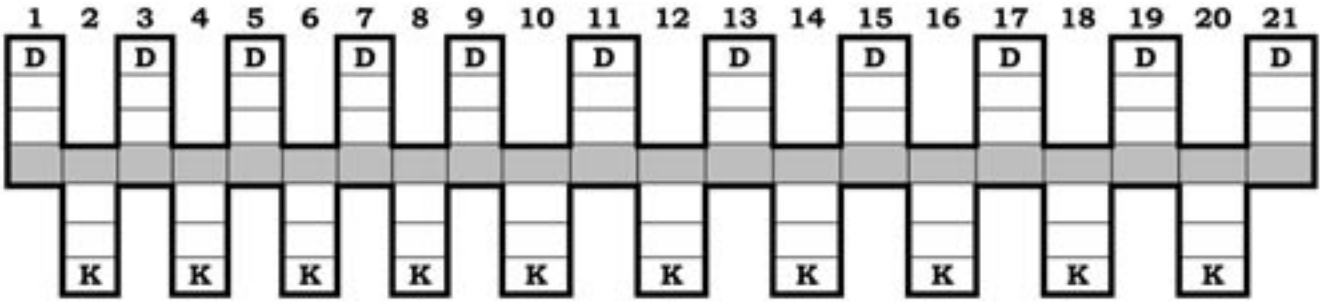
PR není jen o psaní článků pro média, ale o celkové komunikaci organizace navenek. Do PR spadá aktualizace webových stránek, komunikace s dárci, dodržování publicity projektů nebo podpora dobrého jména organizace. Stejně jako praktické části je třeba věnovat pozornost novým médiím, zásadám a způsobům komunikace s veřejností. Pracujeme s dětmi z dětských domovů, které je potřeba chránit před případnou diskriminací v budoucnosti. Jsem si jistá, že odborné semináře, kterých se účastním, a studium literatury k tomu výrazně napomáhají. I díky nim jsme zvládli setkání se zvídavými novináři většího deníku na podzim letošního roku.

Práce v neziskové organizaci v oblasti PR vyžaduje trpělivost a kreativitu. Jde o běh na dlouho trať, a proto je pro mě každá zmínka o činnosti Letního domu milou odměnou. Všem PR manažerům neziskových organizací držím palce, aby se jim dařilo navazovat tak dobré vztahy s redaktory novin a časopisů, jako máme my s redakcí Archy.

Martina Bromová, Letní dům
ilustrační foto archiv autorky

Hřebenovka

(V tajence se skrývá název jednoho z členských sdružení ČRDM)



1. Éra. – 2. Spolek pro ostravskou kulturu. – 3. Známá kořenící a konzervační směs. – 4. Slavný britský mořeplavec. – 5. Oblíbená čokoládová tyčinka. – 6. Rýžová pálenka. – 7. Franc. „proto“. – 8. Mužské křestní jméno skandinávského původu. – 9. Uměle zacuchaný pramen vlasů. – 10. Mravouk. – 11. Biřic. – 12. Tropické šílenství. – 13. Dostatek. – 14. Přezdívka účastníků internetových diskuzí. – 15. Katalánský surrealistický malíř. – 16. Krycí název pro jeden z paradesantních výsadků (vysílačka Ludmila) vyslaných během II. světové války z Anglie na území Protektorátu Čechy a Morava. – 17. Pohádková bytost. – 18. Suchý pukavý plod. – 19. Divadelní akademie múzických umění. – 20. Škvár. – 21. Opak nahoru. *(maj)*

Píárko u debrujárů

Šéfredaktor Archy Jirka Majer mě vybídl, abych prezentoval zkušenosti Asociace malých debrujárů ČR v oblasti PR. Prezentací a popularizací našich činností není nikdy dost. Jak však do toho?

Zkušeností opravdu nemáme málo. Debrujáry jste mohli vidět v řadě televizních pořadů pro děti jako třeba Žirafa, Hřiště Sedm na ČT1 nebo pro mládež PORT na ČT2, ale i v pořadech pro dospělé Snídaně s Novou (TV Nova) a několika dalších. Debrujáři se také pravidelně objevují u rozhlasových mikrofonů a ve zpravodajských šotech regionálních a kabelových televizí. Pravidelně také zveřejňujeme články v tisku. Každá z oblastí publicity je ve své organizaci natolik složitá, že by bylo kontraproduktivní se zabývat všemi nuancemi.

Pokusím se zvolit cestu přímočařejší, ukázkou konkrétní akce, kterou se snažíme představit veřejnosti.

Již více než sedmnáct let organizuje AMD ČR republikovou soutěž pro své kluby s možností zapojení dalších, neorganizovaných dětských kolektivů. Pro letošní rok má název XPERTiQ. Zapojit se mohou kolektivy dětí a mládeže obvykle ve věku 6 – 18 let. Od ledna do června získají informace a interaktivní úkoly, které se snaží postupně plnit a jsou organizátory vyhodnocovány. V červnu zpracujeme výsledkovou listinu a nejlepší týmy jsou pozvány na republikové finále pořádané v některém z krajských měst, obvykle v říjnu. Letos projekt vyvrcholí 8. – 10. října v Liberci.

Akce se každoročně účastní kolem 50 kolektivů a více než tisícovka dětí. Jak však takovou akci propagovat, aby se informace dostaly k potencionálním zájemcům?

Používáme celkem osvědčený systém. Po ročních konzultacích a vyhodnocení uplynulého ročníku schválí v prosinci valné shromáždění gestora, harmonogram, rámcový rozpočet i obsahovou část. V lednu soutěžního roku vyjedou zástupci organizačního štábu do pořadatelského kraje a krajského města (letos do Liberce). Na předjednaných schůzkách přebírají záštitu projektu hejtman a primátor krajského města. Nejedná se o formální akt, ale spolu se záštitou obvykle následuje i finanční podpora grantovým systémem, pomoc se zajištěním dílčích úkolů a také místní popularizace a medializace. Oba tyto zmiňované orgány mají vlastní systémy, které poskytují k našemu využití.

Propagace a tok informací prostřednictvím vlastních internetových stránek www.debrujar.cz je cestou nejsnadnější a, jak se zdá, také levnou a efektivní. Nicméně i při vyhodnocování shledáváme, že čtenáři jsou značně zahlceni a často informace nečtou ani ti, kterým jsou podklady přímo určeny.

Více formální je už uspořádání tiskové konference k projektu a obeslání ČTK a dalších médií se žádostí o zveřejnění. Tím jsou vlastně naše možnosti vyčerpány. Posuďte sami, zda je struktura medializace takovéto konkrétní akce snadná, účelná nebo naopak slabá – každý na to může mít svůj názor, my ale vycházíme ze své zkušenosti.

Pochopitelně vidíme řadu cest, kterými by se dalo PR volnočasových aktivit sdružení zlepšit. O řadu z nich jsme se pokoušeli, ale to už by bylo na jiné povídání. Snad ideální by bylo vytvoření silné pracovní skupiny ČRDM pro PR, která by zkušenosti sesbírala a pokusila se vytvořit model dalšího postupu pro ostatní sdružení, se snahou o jejich prosazování.

Petr Zapletal, prezident AMD ČR
ilustrační foto Jiří Majer

15. celostátní soutěž Malých debrujárů EXPERTiQ

Propozice soutěže

• Průběh soutěže

Korespondenční část – zahájena 1. února 2010.

V následujících čtyřech měsících budete postupně řešit úkoly, díky kterým se z vás stanou experti ve 4 oblastech. Korespondenční část bude ukončena 31. května 2010.

Finálová část – říjnové setkání 20 nejlepších družstev v libereckém science center iQpark. V červnu 2010 budou známy výsledky korespondenční části a nejlepší řešitelé se zúčastní velkého celorepublikového klání. To proběhne v termínu od 8. do 10. října 2010 v Liberci.

• Komu je soutěž určena?

Debrujárské kluby – soutěžní úlohy řešíte jako debrujárský klub a pokud budete vybráni do finále, postavíte čtyřčlenné družstvo s jedním dospělým vedoucím. Dětská družstva – jakékoliv jiné dětské kolektivy s minimálním počtem 4 členů ve věku od 3 do 18 let s vedoucím nad 18 roků. Všechny zvídavé a hravé děti, které rády objevují svět kolem sebe, jsou vítány.

• Jak se přihlásit?

Řádně vyplňte přihlášku a odešlete ji elektronicky nejpozději s řešením prvního kola soutěže.

Uzávěrka přihlášek (a současně prvního kola soutěže) je 28. února 2009. Odpovědi zaslané později budou mírně penalizovány.

Přihlášku zašlete e-mailem na adresu: EXPERTiQ@seznam.cz

Další informace najdete na: www.debrujar.cz

Junák – cesta k osobnosti

Je mnoho organizací, které si kladou za cíl naplňovat smysluplně volný čas dětí a mladých lidí. Méně je těch, které mají ambici vychovávat. A ještě méně těch, kterým se to daří tak dlouho a nezpochybnitelně jako Junáku – svazu skautů a skautek ČR. Ve skautingu se člověk naučí poznávat přednosti druhých i své vlastní, pěstuje vůli překonávat nedostatky, získává schopnost tvořit tým, těžit z vítězství i porážek. A přitom dodržovat etická pravidla a ctít hodnoty, které jsou podmínkou zdravého fungování každého lidského společenství.

Skauting vychovává osobnosti, které budou součástí elity národa a díky mezinárodnímu rozměru skautingu spojnicí mezi schopnými a mravnými lidmi celého světa.

Moderní organizace moderních lidí

Jakkoliv skauting staví na neměnných hodnotách, jako je přátelství, zodpovědnost, odolnost, schopnost činit rozhodnutí, ochota pomáhat potřebným, ochrana přírody a výtvorů lidského umu, je dnešní Junák moderní organizací. Využívá soudobých pedagogických metod a manažerských postupů. Má rozsáhlé mezinárodní kontakty, spolupracuje s řadou institucí a významných osobností a svoji činnost přizpůsobuje měnícím se potřebám tak, aby byl schopen plnit své poslání – vychovávat úspěšné, sebevědomé a současně obětavé a vysoce mravní osobnosti. Junák jakožto člen mezinárodní skautské organizace poskytuje svým členům příležitost k jazykovému vzdělávání a networkingu. Spolupracuje s řadou uznávaných expertů v oblasti pedagogiky, komunikace a marketingu. Využívá ve své činnosti výpočetní techniku, jeho www stránky patří ke špičce v rámci nestátního sektoru. Děti si osvojují pravidla správného hospodaření, dospělí členové pak ekonomiku a legislativu neziskových organizací v celém rozsahu. Skauting v České republice připravuje své členy na řešení každodenních situací dneška a zítřka.

Správnou cestou

Na celém světě je více než 39 miliónů skautů. Junák je největší dětskou organizací v České republice a požívá vysoké společenské prestiže. Počet skautů ve světě přitom neustále roste. Stále více rodičů si uvědomuje, že skauting dává dětem a dospívajícím schopnosti a vlastnosti, které jsou důležité pro jejich budoucí uplatnění i pro společnost jako celek.

Vedení organizace pečlivě sleduje zájmy a názory členů i veřejnosti a spolupracuje s agenturou pro výzkum veřejného mínění Median. Získává tak údaje užitečné pro vývoj organizace a způsob její prezentace na veřejnosti.

Junák spolupracuje s řadou významných osobností. Supervizorem nového skautského stejnokroje byl světoznámý designér Theodor Pištěk. Nový vizuální styl vytvořilo prestižní studio Aleše Najbrta. Na komunikační strategii Junáka spolupracovali Václav Marhoul, Ladislav Kopecký, Jiří Mikeš, Ivan Zachariáš, Michal Srb, Marek Hlavica a další.

Zdroj: www.skaut.cz
ilustrační foto Pavel Drábek – Dazul

Agentura Median srovnávala ***hodnotové orientace členů Junáka a populace*** *v průzkumu v roce 2000. Výrazně vyšších hodnot dosahují skauti oproti běžné populaci v důrazu kladeném na tyto hodnoty:*

- *Posilovat vzájemné porozumění a vzájemnou pomoc lidí*
- *Sportovat a dostat se do dobré party*
- *Podílet se aktivně na ochraně přírody*
- *Aktivně se podílet na rozvoji společnosti*
- *Mít možnost ovlivňovat veřejné záležitosti*
- *Vyznávat duchovní hodnoty*

Časopis Skaut

Vznikl jako první dětský časopis v českých zemích ještě v dobách, kdy rodiče neřešili problém „co s volným časem našich dětí“. První číslo vyšlo v roce 1915 a nepsalo se v něm ani o programátorech, ani o pilotech boeingu, ani o tom, jak vybrat dobrou termosku. Za devadesát let přerušované existence časopisu se měnil jeho formát, grafika, rubriky, témata i šéfredaktoři. Co je ale podobné, je smysl časopisu – tehdy i teď má být zábavným společníkem dětí, chytrým skautským kamarádem, studnou nápadů, jak užitečně a zajímavě trávit volný čas a také spojkou na přátele – jak na ty oddílové, tak na stovky dalších kluků a holek z různých koutů republiky i ze zahraničí.

Bambiriáda už má renomé, ale reklama je důležitá

Rozhovor s projektovou manažerkou Bambiriády 2010 Blankou Liškovou na téma PR

Blanko, blíží se Bambiriáda 2010 – jak probíhají v současné době přípravy kampaně na tuto celostátní akci?

Hlavním cílem kampaně je zajistit, aby akce byla dobře pochopena, vysvětlit veřejnosti, proč tuto přehlídku pořádáme, a odlišit ji od podobných záležitostí, např. od oslav dětského dne. A já musím zároveň rozdělit propagaci Bambiriády do dvou úrovní: na propagaci celostátní a poté na propagaci pražské části. Můžu s klidným svědomím prohlásit, že v současné době máme již za sebou kus práce, která není zatím vidět, ale patří do oblasti PR.

Blanka Lišková na tiskové konferenci k Bambiriádě 2008

Vedu jednání ohledně možných záštit nad touto akcí: již koncem roku jsme věděli, že Bambiriádu 2010 opět podpoří paní Klausová, manželka prezidenta republiky, dále ministryně školství, mládeže a tělovýchovy, místopředseda vlády a ministr obrany. Věřím, že v době, kdy se vám tato Archa dostane na stůl, nad Bambiriádou záštitu i předseda vlády pan Jan Fischer.

Můžeš mi prosím ve stručnosti popsat, co je náplní PR aktivit spojených s přípravou samotné akce?

Můžu a není to tak složité vysvětlit. V kostce jde o to, že aktivně pracujeme s novináři, poskytujeme informace formou tiskových zpráv, redakčních článků. Připravujeme každoročně takové PR aktivity, které pomáhají stále prohlubovat povědomí o akci. Snažíme se o to, aby i doprovodné akce byly postaveny na zajímavém nápadu, který přitáhne pozornost.

Manželka prezidenta ČR paní Livia Klausová při prohlídce Bambiriády 2009

Rozumím tedy tomu dobře, že díky správnému PR se může celá akce dostat do širšího povědomí veřejnosti?

Ano, a jak! Pro mě je nejdůležitější asi komunikace s médii. To je oblast, kterou nelze vůbec vynechat, a jsem přesvědčena, že zde máme ještě trochu mezery.

S novináři komunikujeme, ale strašně ráda bych docílila daleko větší informovanosti nejen o Bambiriádě, ale všeobecně o neziskovém sektoru v oblasti volnočasových aktivit právě prostřednictvím novinářů – třeba při osobních setkáních nebo jiných neformálních příležitostech.

Letos proběhne 12. ročník Bambiriády. Má ještě stále smysl spojovat její jméno s reklamou a propagací formou PR aktivit?

Jsem si jistá, že Bambiriáda si již po jedenácti letech své existence renomé značně vybudovala, to ano. Veřejnost akci zná, ale reklama je důležitá pořád. Když jsem před několika lety nastoupila do ČRDM a o Bambiriádu se začínala zajímat, byla situace úplně jiná. Dnes se vyskytne v mých jednáních pouze málo případů, kdy musím konkrétně vysvětlovat, co to Bambiriáda je. Povědomí o této akci je opravdu velké, ale to ještě neznamená, že se nemusí již dále posilovat. Jsem zastáncem toho, že jakákoli akce se musí dělat srdíčkem a nejvíce mi záleží na komunikaci s lidmi. Ať se jedná o spolupráci s jinými organizacemi, s partnery nebo třeba s tiskárnou. Jednotlivé PR aktivity mají v rukou ale i koordinátoři jednotlivých měst a poté přímo sdružení, která se na akci prezentují. Bez nich můžeme PR budovat jak chceme, ale akce by tak úspěšná nebyla. O tom jsem na základě svých vlastních zkušeností rozhodně přesvědčená.

ptal se Josef Kudrna
foto archiv Blanky Liškové a Jiří Majer

Regiontour 2010 a ČRDM

Česká rada dětí a mládeže se opět představila na Regiontouru, největším veletrhu turistických možností v regionech ČR. Jde už o tradiční prezentaci ČRDM a jejich členů. Letos jsme stánek obývali společně s Národním institutem dětí a mládeže a Sdružením středisek ekologické výchovy – Pavučina.

Výhodou bylo, že stánek stál téměř uprostřed Pavilonu P (opět nového) a s rozlohou 100 m^2 byl stejně veliký jako sousední prostory jednotlivých krajů. Naopak nevýhodou bylo, že jsme se potýkali s malým zájmem jednotlivých sdružení. Nezklamali jen tradiční Brontosauři, kteří jsou v Brně doma, mají tu ústředí *(Folklorní sdružení ČR se prezentovalo samostatně, pozn. red.)*. Na stánku se ale kromě ČRDM a NIDM prezentovali tři členové Pavučiny a Českétábory.cz.

Představenstvu České rady dětí a mládeže záleží na prezentaci jejích aktivit i aktivit jejích členů, proto bude během roku 2010 intenzivně hledat nápady na využití potenciálu, který nám každoročně Regiontour nabízí. Pokud máte nápady, chcete se do příštího veletrhu aktivně zapojit, pište nám už teď. Vaše náměty pro PR ČRDM nejen na Regiontouru posílejte na kriz@crdm.cz

za představenstvo ČRDM
Ing. Martin Kříž

Ze statistiky

- Z průzkumu vyplývá, že čtyři pětiny návštěvníků na veletrhy GO a REGIONTOUR přijíždějí pravidelně.
- K hlavním důvodům návštěvy nejčastěji patřil získání bližších informací o konkrétním regionu v tuzemsku či konkrétní zahraniční destinaci.
- 28 % respondentů přijelo především s cílem vést obchodní jednání či navazovat obchodní kontakty.
- S návštěvou veletrhu bylo spokojeno 88,5 % návštěvníků, a to především s atraktivitou vystavených produktů či služeb, s jejich počtem a s kvalitou doprovodného programu.
- Plných 94 % návštěvníků chce přijet i příští rok.
- V Press Centru se akreditovalo 452 novinářů ze čtyř zemí.
- Třicet zahraničních novinářů přijelo z Polska, Ruska a Slovenska.

FoS ČR na Regiontouru

V neděli 17. ledna skončil v Brně největší veletrh cestovního ruchu Regiontour 2010. V rámci tohoto veletrhu se Folklorní sdružení ČR prezentovalo u dvou stánků. Jedním byl stánek České centrály cestovního ruchu, na druhém se podílel Spolek pro ochranu venkova. Obě expozice byly velmi kladně hodnoceny nejen odbornou veřejností, ale i dalšími návštěvníky, kterým brněnské Výstaviště o víkendu patřilo.

Největší pozornosti návštěvníků se těšil Kaleidoskop Jižní Moravy a Vysočiny. Tradičně se festivaloví hosté také těšili na skládačku FoS ČR a nově vydaný Kalendář folklorních akcí 2010. Byla rovněž velice ceněna soutěž Klubu českých turistů, která probíhala po celou dobu veletrhu.

Folklorní sdružení ČR by touto cestou chtělo poděkovat všem, kteří zaštítili stánek FoS ČR v Brně.

FoS ČR
foto Svetozár Plesnik

Studenti studentům

Rozhovor s Tomášem Slavíkem, místopředsedou AIESEC Česká republika

Kdy a za jakých okolností Vaše organizace vůbec vznikla? Kdo stál u jejího zrodu v ČR a stal se hlavním „tahounem“ jejího vývoje u nás?

Organizace AIESEC vznikla v roce 1948. Hlavním cílem organizace v jejím počátku bylo vytvořit platformu, která umožní opětovné sjednocení rozpolceného světa po druhé světové válce. Hlavní skupinou, na kterou jsme se chtěli zaměřit, byli mladí lidé, kteří mohli zaručit postupné zlepšení vyostřené situace. Hlavními cíli organizace byl proto mír a naplnění lidského potencionálu. Zakládajícími zeměmi byli Lucembursko, Nizozemsko Belgie, Norsko, Finsko, Švédsko a Dánsko. Není bez zajímavosti, že mezi zakládající skupinou byl i Čech Jaroslav Zich. Bohužel díky politické situaci v Československu se naše země k zakládajícím zemím nepřidala.
AIESEC Československo tak vznikla až v roce 1966 jako jedna z prvních zemí socialistického bloku. U jejího zrodu stál Miloš Motoška, první prezident AIESEC Praha.

Kolik máte momentálně členů? A – pokud je to známo – kolik z nich tvoří mladí lidé do 26 let?

V současnosti má organizace přes 300 členů. Všichni z nich jsou současní studenti v drtivé většině mladší 26 let. Je to díky tomu, že celá organizace je plně řízena studenty. Působíme na největších univerzitách v České republice, jmenovitě v Praze, Brně, Plzni, Ostravě, Karviné, Zlíně a Olomouci.

V čem vlastně spočívá hlavní těžiště vaší činnosti?

AIESEC vznikla jako platforma pro rozvoj mladých lidí a stále jí je. Tou hlavní činností je studentům pomoci hledat cestu ke svému rozvoji a vybudovat hodnoty a postoj, který se v anglickém pojetí shrnuje ve slově *Leadership*. A jak to děláme? Umožňujeme studentům nabírat praktické zkušenosti již během studia na univerzitě. Mají šanci vést své první týmy, vytvořit vlastní projekty či vyjet na zahraniční odbornou stáž. Chceme jim pomoci najít to nejlepší v sobě, aby to posléze mohli uplatnit ve svém dalším životě.

Zůstáváte v čilejším kontaktu se svými členy, kteří již nejsou studenty? Pomáhají vám někteří z nich i poté, co se třeba dostanou do zajímavých pracovních pozic?

Ano, samozřejmě, že se svými bývalými členy se snažíme být

v úzkém kontaktu. K tomu vytváříme skupinu lidí, která se nazývá Alumni. Jejich služby využíváme hlavně co se týče vzdělávání našich členů. A to skrz sdílení jejich praktických znalostí z oboru, což pro mladé studenty před jejich první prací je neocenitelným zdrojem inspirace.
Můžeme říci, že naši členové jsou již ve velkém počtu ve vysokých pozicích mezinárodních společností, ať už je to generální ředitel T-Mobile Austria či PR ředitel Ogilvy&Mather.

Kdybyste měl uvést pár konkrétních příkladů vydařených akcí z poslední doby, řekněme za uplynulý rok, které by to byly?

Určitě musím zmínit již náš dlouholetý projekt Career Days, který umožňuje studentům individuální setkání s nejprestižnějšími společnostmi v České republice. Je to každoroční akce, která se odehrává v hotelu Diplomat a účastní se jí přes 1600 studentů a 35 společností. V současnosti jsme rozběhli projekt Edison, který je zaměřen na vzdělávání studentů středních škol v oblasti *soft skills*. Dále mohu zmínit náš server www.tvojekariera.cz.

S jakými spřátelenými organizacemi rádi spolupracujete?

V současnosti spolupracujeme zejména s našimi partnery jako ČSOB, Coca-Cola či P&G se kterými spolupracujeme na vzdělávání našich členů. Dále se jedná o neziskové organizace spojené pod zkratku J4, jde o Junior Achievement, JCI, ESN a AIESEC.

Co Vás vedlo k rozhodnutí ucházet se o členství v České radě dětí a mládeže, do níž jste vstoupili loni na jaře?

Naším cílem je silněji se angažovat v problematice rozvoje a vzdělávání mládeže. Proto bychom se chtěli dostat do bližšího kontaktu s organizacemi s podobným zaměřením a společně s nimi se snažit podporovat a zlepšovat tyto aktivity. Zároveň velmi oceňujeme možnost ovlivnit legislativní dění v této oblasti a reprezentovat názory mládeže na národní i mezinárodní úrovni.

Děkuji za rozhovor.

ptal se Jiří Majer
foto archiv AIESEC ČR

AIESEC Česká republika

Senovážná 2
110 00 Praha 1
Tel. 224 235 192
email: infoaiesec.cz
web: www.aiesec.cz

Pár poznámek k dotacím MŠMT pro neziskové organizace

Už hodně dlouho přemýšlím o tom, že by někdo měl „promluvit do duše“ představitelům některých nestátních neziskových organizací (NNO) na téma dotace z MŠMT. Nevím, že by to někdo zatím udělal, a tak se o to pokusím sám. Dovoluji si tedy sám za sebe, nikoliv za odbor nebo ministerstvo, uvést pár poznámek k tomu, jak já vidím přístup některých NNO k získávání dotací.

Autor textu Jaroslav Tuček obdržel v roce 2008 od ČRDM za mnohaletou kvalitní práci pro děti a mládež České republice mimořádnou Cenu Přístav.

Považuji to za potřebné i z toho důvodu, že se v současné době na MŠMT vytváří podmínky pro otevření dalších dotačních titulů z prostředků ESF. V roce 2010 předpokládáme samostatnou výzvu pro oblast zájmového a neformálního vzdělávání, která bude určena především pro NNO a školská zařízení pro zájmové vzdělávání. A tady je náročnost projektů a podmínek pro poskytnutí dotace ještě vyšší než u našich ministerských. Je proto třeba se v NNO na tuto situaci dobře připravit.

MŠMT má vyhlášeny dotační programy na čtyřleté období a v návaznosti na ně stanovuje priority pro daný kalendářní rok. NNO, které požadují dotaci, se musí zaregistrovat v elektronickém systému na adrese http://is-mladez.msmt.cz. Po potvrzení registrace pak podávají projekt do vybraného programu vždy k poslednímu říjnu, resp. březnu. Projektem se rozumí souhrn dokumentů které jsou stanovené ve vyhlášení dotačních programů. Projekt se podává vložením do výše uvedeného elektronického systému a kopie celého vloženého projektu se písemně zasílá na adresu Národního institutu dětí a mládeže.
To všechno a řada dalších informací a pokynů je obsaženo v Programech státní podpory práce s dětmi a mládeží pro nestátní neziskové organizace na léta 2007 až 2010. Jejich aktuální znění je volně k dispozici na webové stránce MŠMT www.msmt.cz/mladez.

Tohle všechno naprostá většina z vás nepochybně dobře zná. Jiná věc je, že ne každý se tím také opravdu řídí. Tento poznatek jsem si opět potvrdil v době, kdy probíhalo posuzování projektů, které NNO podaly pro rok 2010. Opět se ukazuje, že nemalá část (cca ¼) NNO buď vůbec dotační programy nečetla, nebo se nemíní jimi řídit. Takže opět bude nemalá skupina NNO, které dotaci vůbec neobdrží. Osobně je mi to líto, neboť řada těchto projektů je docela zajímavých.

Každoročně na zářijových seminářích vysvětlují pracovníci odboru pro mládež, jak zpracovat projekt, čemu se vyhnout, co je potřeba udělat atd. Zdá se, že to není příliš platné. V čem se nejvíce chybuje v té technické či administrativní části:
- projekt není vložen do elektronického systému
- projekt je vložen do jiného programu, než kam náleží
- v projektu chybí předepsané dokumenty (i jeden chybějící dokument znamená, že je projekt neúplný, a tudíž nebude přijat k realizaci)
- nebyl dodržen stanovený termín podání
- projekt byl zaslán na jinou adresu, než je stanoveno (nezasílá se na MŠMT ale na NIDM)
- chybí rozpočty projektu, rozpočty požadované dotace, výjimkou nejsou rozpočty s matematickými chybami, není uvedeno spolufinancování
- NNO zašle písemně jiný nebo neúplný projekt než ten, který je vložen v elektronickém systému.

Projekty s těmito závadami (a dalšími obdobnými chybami) jsou vyřazovány z dalšího projednávání a jsou zamítnuty. Byl bych moc rád, kdyby si funkcionáři v NNO uvědomili, že nakládání s finančními prostředky státu (a ostatně nejen s nimi) má svá daná pravidla. Nemusí se někomu třeba líbit, ale dodržovat se musí. A to všemi, beze zbytku, bez výjimek i v detailech.

Jinou věcí je obsah samotných projektů. Z řady z nich není zřejmé, co chce NNO vlastně dělat. Pokud je popis projektu v rovině „budeme organizovat různé zajímavé akce pro děti a mládež“ nebo „budeme pořádat besedy, setkání, zábavná odpoledne apod.“ je to velice obecná formulace, kterou nemůžeme akceptovat. V projektu musí být naprosto konkrétní akce nebo činnosti s jasným termínem, místem, zabezpečením, rozpočtem atd. Nemálo aktivit v projektech neodpovídá prioritám stanoveným pro daný rok. Požadavky na finance na naprosto stejné materiální vybavení se pravidelně opakují několik let za sebou. Kam tento materiál přijde? Nebylo by možné, aby si NNO svůj majetek (zejména tábornické vybavení a potřeby) navzájem půjčovaly?

Nemálo projektů je evidentně finančně nadhodnocených. Řada žadatelů se řídí starým zvykem –

„potřebuji 100, požádám tedy o 200 – 300 a možná dostanu i 150“. Musím říci, že ve výběrových komisích pracují lidé se zkušenostmi, kteří dovedou posoudit i náročnost a nákladnost vašich projektů. Je leckdy s podivem, když NNO požaduje dotaci ve výši třeba 500, dostane 150, a přesto zrealizuje celý projekt v plném rozsahu, aniž by doplnila chybějící peníze z jiných zdrojů. Asi jsou někde kouzelníci.

Myslím si, že všechny NNO jsou schopny projekt kvalitně zpracovat. Výmluvy na amatérismus, nedostatek času apod. považuji za plané. Jestliže chci, ba dokonce potřebuji finanční prostředky, tak pro to musím udělat to, co a také jak se to ode mne požaduje. Osobně mi rovněž velice vadí snaha čím dále více NNO prosadit si poskytnutí dotace namísto standardního postupu prostřednictvím „intervencí“ různých „kamarádů“ funkcionářů. Považuji to přinejmenším za nefér jednání.

Objevují se i takové případy, že NNO podá projekt, který je přímo okopírovaný z minulého roku. Bez jakékoliv úpravy včetně třeba letopočtu. To už považuji za nehoráznost (letos 3 případy).

Všichni víme, že procházíme složitým ekonomickým obdobím. Přesto se MŠMT podařilo zabezpečit, že finanční prostředky na dotace budou v téměř stejné výši jako v minulém roce. Jsme si vědomi, že to není plně optimální, že to již několik let nestačí na pokrytí všech požadavků NNO. Porovnáme li poměr výše dostupných financí a celkové výše požadovaných dotací, potřebovali bychom nejméně 6 – 7x více peněz. Je třeba však vycházet z dané reality, a tudíž i adekvátně upravit své požadavky.

Proto MŠMT upřednostňuje aktivity, které jsou určeny co nejširšímu okruhu dětí a mladých lidí. Nebude tudíž finančně podporovat jednorázové akce jako např. různé besídky, sportovní či zábavná odpoledne, festivaly, výlety, oslavy apod. Nebude podporovat finančně neúnosně nákladné akce s nejistým výsledkem nebo úzkým dopadem. Nebude financovat nákladné zahraniční cesty uměleckých souborů a sportovních kolektivů a další.

Vážení přátelé v NNO,
jsem rád, že vás je většina, koho se moje truchlivá předchozí slova netýkají. Vážím si vaší práce a děkuji vám za ni. Problematikou dotací pro NNO se profesně zabývám již mnoho let, a tak si myslím, že o nich něco vím. Proto jsem se rozhodl napsat do Archy a Inspiromatu nikoliv nějaký ucelený rozbor, ale alespoň těchto pár poznámek. Toto mé – zdůrazňuji, že naprosto osobní – nabádání těch, kteří zatím v projektové činnosti poněkud „plavou“, není výčitkou nebo lamentací. Chci vám pomoci vyvarovat se naprosto zbytečných chyb, lépe se zorientovat a nasměrovat k tomu, abyste byli úspěšnější než dosud. Moc vám to přeji.

Jaroslav Tuček
foto Jana Šedivcová a archiv Bambiriády

Prohlášení představenstva ČRDM

Představenstvo České rady dětí a mládeže v reakci na nedávné ničivé zemětřesení na Haiti a na hrozící nebezpečí humanitární katastrofy nevídaného rozsahu v této karibské zemi vyjadřuje svůj soucit se všemi trpícími lidmi a víru, že jejich neštěstí co nejdříve pomine. Může se tak stát především díky pomoci ze zahraničí – tedy i z České republiky. Představenstvo ČRDM proto vyzývá všech 98 organizací, které nyní zastřešuje, respektive všechny jednotlivce v nich sdružené, aby nezůstali lhostejní a podle svých možností se alespoň symbolickými částkami zaslanými prostřednictvím DMS či na konto některé ze známých humanitárních organizací připojili k vlně solidarity, jíž jsme v těchto dnech svědky.

Charita ČR • pomáhá prostřednictvím Arcidiecézní charity Olomouc.
Sbírkový účet: 35-1868350237/0100 u Komerční banky, VS 99999. Do sbírky je možné přispět také odesláním DMS HAITI na číslo 87 777 (jedna DMS stojí 30 Kč, na pomoc Haiti tak přispějete 27 Kč).

Adra • přispět můžete na účet 4028 4028/0300, variabilní symbol 391, nebo zasláním dárcovské SMS v hodnotě 30Kč ve formě DMS ADRA na číslo 87777.

Člověk v tísni • přispívat lze přímo na konto sbírky SOS Haiti 4095 4095/0300 nebo prostřednictvím dárcovské SMS ve formě DMS SOSHAITI na číslo 87777 (SOSHAITI píšeme dohromady, není to překlep, tvar k odeslání je tedy skutečně „DMS mezera SOSHAITI“).

Konečně s jednotnou tváří aneb Sněm Asociace TOM

Ano, tak by si mohl připadat nezúčastněný pozorovatel, kdyby v sobotu 16. ledna nakoukl do divadelního sálu zámku v Poděbradech, kde sněmovali tomíci.
Poděbrady hostily 8. sněm Asociace TOM vlastně celý víkend. V pátek večer si mohli účastníci zahrát hry s Ivo Skočkem ze Zlatých Šípů, nebo se podívat na poetické Postřižiny, v sobotu pak od půl desáté probíhalo v poděbradském zámku sněmování.
V auditoriu zasedlo krom dvou stovek účastníků i několik milých hostí. Tomíky pozdravil místostarosta Junáka dr. Navrátil, šéf Pionýra Petr Halada, předseda Folklorního sdružení Zdeněk Pšenica a předseda České rady dětí a mládeže Aleš Sedláček, stejně jako předseda Klubu českých turistů Jan Stráský, který se spolu s emeritním předsedou Janem Havelkou účastnil dopolední části sněmovního jednání. Zástupkyně ministerstva školství Eva Hampejsová místo dlouhých řečí tomíkům zamávala... Odpoledne pronesl pár milých slov ke sněmujícím poděbradský pan starosta Ďurčanský.

Vzpomněli jsme zesnulých kolegů a ocenili dva aktivní tomíky z našich řad, totiž Zdenu Formánkovou (klubové vyznamenání) a Zdeňka Vejrostu, šéfa rady závodů. Tomu vedení spolku udělilo za neúnavnou práci pro spolek na poli turistických závodů Stříbrný hořec.

Řešili jsme provozní záležitosti – táborové školy, srazy tomíků minulé i budoucí, revizní činnost, soutěž Jedenadvacítku... charitu... Zajímavý byl příspěvek Davida Šimka, člena spolkového náčelnictva. Apeloval v něm na spolkovou hrdost, tedy na to, aby se tomíci nestyděli používat spolkový znak na webu, na táborových branách, aby nevnímali spolek jen jako zdroj financí a pojištění... Tohle téma, stejně jako nabídka letího srazu od pražského krajánka Petra Teringla, jistě zaujalo.
Zaujala ale i chvíle pro Banán. Ano, který spolek má notářsky ošetřeno to, jak se loupe banán, přátelé? U tomíků těsně, o pár hlasů, zvítězila stopka! Přítomný notář dr. Rolný nechal pro jistotu hlasující dvakrát přepočítat, protože to bylo opravdu o fous. Iniciátor téhle taškařice, valmezský tomík Kaski, může být spokojen – frakční boj, který v kauze Banán zuřil v jeho oddílu celá desetiletí, může být

do jisté míry autoritativním výrokem svobodného sněmu utlumen.

Milý byl i křest knihy Chalupář TOM. Barevná publikace, asi nejvýpravnější, kterou asociace vydala, je rekapitulací spolkového chalupaření, péče o základny, které tomíci patnáctým rokem spravují. Autoři všech kapitol se sešli na podiu a přiťukli na to, aby kniha autorů Milana Blšťáka a Tomáše Novotného našla své čtenáře.

Sněm prodloužil volební mandát spolkovému náčelnictvu. Stalo se tak po rozpravě, vyvolané potřebou neschůzovat co rok. Na vysvětlenou: za rok, v lednu 2011, bude asociace slavit v Praze své dvacáté narozeniny. Rok poté by následoval další sněm, řádný, volební. I s poděbradským sněmem by to byly tři velké a finančně náročné akce. Neprošel návrh, aby bylo volební období o rok zkráceno – sněmující dali naopak zvolenému vedení důvěru na období delší. 100% delegátů bylo i pro zvýšení členských příspěvků o dvacet korun, tedy na 120 Kč od roku 2011.

V debatě došlo i na další témata, například vztah s KČT, nadcházející volební konferenci klubu, na financování v roce 2010.

Sněm moderoval poděbradský tomík Tadeáš Klaban, hlava přípravného týmu poděbradských Robinsonů. On byl i lázeňským švihákem, postavou procházející jako povedené čertovo kvítko filmovými sekvencemi, které sněm doprovázely. Jemu, jeho sestře Anežce, sourozencům Rydlovým a jejich kamarádům patří dík za obrovskou práci, kterou sněmu věnovali a milé prostředí, které nám připravili.

Nejmladším účastníkem sněmu bylo několikaměsíční robě z Moravskoslezského kraje, Vítek, syn Kamila Zbořila-Šerifa, nechyběly ale ani věrné návštěvnice spolkových akcí, Eliška a Kačka Balcerovy, které rovněž srážely dramaticky náš věkový průměr.

A proč se v nadpisu zmiňuji o jednotné tváři? Posuďte sami, foto nahoře je dosti výmluvné!

Tomáš Novotný, předseda Asociace TOM
www.a-tom.cz

Z Brna na Mars

Pololetní prázdniny strávilo 15 dětí, které úspěšně prošly internetovým konkurzem Expedice Mars 2009, na hvězdárně v Brně. Nečekalo je tam však žádné lenošení. Naopak. Usilovaly o zařazení do dětské vesmírné posádky, která v dubnu 2010 odjede do Evropského vesmírného centra v Belgii. Tam děti projdou několikadenním výcvikem a na závěr podniknou v maketě raketoplánu simulovaný let do vesmíru.

Expedice Mars 2009 je již šestým ročníkem konkurzu na dětskou vesmírnou posádku, který organizuje občanské sdružení Klub Domino, Dětská tisková agentura.

V loňském roce na světovém setkání astronautů v Praze byli organizátoři Expedice Mars oceněni medailí kosmonauta Alexeje Leonova. V České republice ji má už jen Vladimír Remek, který se jako první Evropan podíval do vesmíru osobně a který nad Expedicí Mars převzal záštitu.

„Medaile nám pochopitelně udělala velikou radost, ale zároveň je to pro nás závazek v akci pokračovat," říká předseda pořadatelské organizace Slávek Hrzal.

Nebylo však vůbec lehké sehnat na šestý ročník simulovaného letu na Mars finance. Sponzoři se nehrnou a dotace ministerstva školství na zaplacení všech výdajů nestačí. Naštěstí z účastníků prvních simulovaných letů jsou už dospělí vysokoškoláci, kteří se rozhodli s organizováním bezplatně pomáhat. Vstříc budoucím kosmonautům vyšla i brněnská hvězdárna a planetárium, která nabídla své prostory.

Pro účastníky brněnského semifinále bylo připraveno několik odborných přednášek a kurzů, prošli hrami, které ověřily jejich psychickou odolnost a schopnost pracovat v týmu, obhajovali své projekty, které zpracovali v internetové části konkurzu. Jen deset z nich pojede v dubnu do Evropského vesmírného centra a jen pět z nich se může nominovat do posádky raketoplánu. Další pětice se bude simulovaném letu podílet v řídícím centru.

Slavnostní předání „letenek na Mars" proběhlo 31. ledna 2010 v Planetáriu v Brně na Kraví Hoře. Všechny informace o Expedici Mars 2009 jsou na www.mars.zde.cz.

Dětská tisková agentura
ilustrační foto z jednoho z předchozích ročníků Expedice Mars

---

Folkový kvítek 2010

KVĚT – sdružení klubů dětí a dětských domovů v ČR vyhlašuje již 19. ročník národní autorsko-interpretační soutěže pro děti do 18 let v žánrech folk, folk-rock, country, bluegrass a trampská píseň. Přihláškou do soutěže je zaslání nejméně tří autorských písniček na adresu:
KVĚT, Senovážné náměstí 24, 116 47 Praha 1.

Podmínky soutěže a přihlášky jsou ke stažení na www.folkovykvitek.cz.

Národní finále se koná 8. května 2010 v přírodním divadle na Konopišti.

Na vaše autorské písničky se těší odborná porota a pořadatelé

Hospodařit s penězi se děti naučí už ve škole

Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy se rozhodlo do výuky základních a středních škol zařadit předmět nazvaný Finanční gramotnost. Důvodem pro takové rozhodnutí se staly výsledky průzkumu veřejného mínění týkajícího se schopnosti dobře hospodařit s penězi, který provedlo Ministerstvo financí mezi dospělou populací České republiky. Podle tohoto průzkumu se Češi stále více a více zadlužují. Zároveň roste i jejich následná neschopnost tyto dluhy splácet.

Náměstek ministryně školství, mládeže a tělovýchovy Jindřich Kitzberger

Zařazení výuky Finanční gramotnosti do českých škol musí začít vyškolením učitelů. Předmět bude do vyučování nejprve jako součást některých jiných, jako jsou například Výchova k občanství, Člověk a svět práce nebo Matematika. MŠMT nedávno vydalo již druhý díl metodiky předmětu Finanční gramotnost pro učitele. Na přípravě této publikace s názvem „Finanční gramotnost – úlohy a metodika“ se podílel Národní ústav odborného vzdělávání ve spolupráci a Výzkumný ústav pedagogický v Praze (obě organizace jsou přímo řízené MŠMT). První příručka k uvedenému tématu, pojmenovaná „Finanční gramotnost – obsah a příklady z praxe škol“, byla vydána v roce 2009. Mezi úvodní kapitoly této publikace patří nácvik sestavení osobního rozpočtu či rozpočtu domácnosti. Děti na základní škole se tak mohou naučit nejdříve tomu, proč není možné realizovat všechny chtěné výdaje. Na střední škole se pak studenti mohou naučit i to, jak případný schodkový rozpočet domácnosti řešit.

Dušan Hradil ze sekce Finanční trh Ministerstva financí ČR

A co vlastně pojem „finanční gramotnost“ znamená?

Členka bankovní rady ČNB Eva Zamrazilová

MŠMT jej definuje jako soubor znalostí, dovedností a hodnotových postojů občana nezbytných k tomu, aby finančně zabezpečil sebe a svou rodinu v současné společnosti a aktivně vystupoval na trhu finančních produktů a služeb. Jde tedy o to, aby školy z dětí a mladých lidí vychovaly občany, kteří budou svým financím rozumět, budou vědět, co si mohou dovolit a co ne.

Dle slov ministryně školství Miroslavy Kopicové, která se v lednu k této problematice podrobněji vyjádřila na tiskové konferenci,

Ministryně školství, mládeže a tělovýchovy Miroslava Kopicová

je finanční gramotnost v běžném životě nepostradatelná. „Jedná se o oblasti, které patří z hlediska budoucího života našich dětí v současné době k těm vůbec nejdůležitějším. Etická výchova má zásadní vliv na hodnotový žebříček a morálku, finanční gramotnost je zase nepostradatelná v praktickém životě,“ prohlásila ministryně Kopicová.

MŠMT na úkolu vzdělávat občany České republiky ve finanční gramotnosti spolupracuje také s Ministerstvem financí a Českou národní bankou.

Ministerstvo financí ve svém výzkumu veřejného mínění ohledně finančního vzdělávání například zjistilo, že pouze čtvrtina Čechů si pravidelně sestavuje rozpočet. Tři čtvrtiny dospělé populace přitom považují znalost pojmů a vzdělávání ve finanční oblasti za důležité a chtějí se vzdělávacích programů na toto téma zúčastnit. Česká rada dětí a mládeže nyní připravuje projekt, který je rovněž zaměřen na finanční gramotnost. Rozdíl mezi projektem MŠMT a ČRDM je zřejmý: ČRDM bude děti a mladé lidi ve finanční gramotnosti vzdělávat např. při oddílových schůzkách, a to zábavnou, hravou formou. Předpokládá se, že tento projekt, financovaný z Evropských strukturálních fondů (Vzdělávání pro konkurenceschopnost), bude spuštěn 1. března a potrvá tři roky.

Lucie Celbová
foto autorka

YBC 2010 – Šance pro podnikavé mladé lidi

V letošním roce se uskuteční první ročník projektu pod názvem ***Youth Business Conference*** pro aktivní mladé lidi do 18 let. Cílem projektu je informovat a vzdělávat aktivní mladé lidi v oblasti podnikání, a zvyšovat tak jejich zájem o podnikatelskou činnost, což přispěje k jejich celkové konkurenceschopnosti nejen v rámci ČR ale i celé Evropy. Připomeňme, že rozvíjení kreativity a podnikání je jedním ze základních pilířů nové strategie mládeže Evropské Unie. Projekt mladým lidem umožní rozvíjet jejich talent a schopnosti a zprostředkuje cenný kontakt s odbornou sférou.

Vyhlášení soutěží

V rámci projektu jsou vyhlášeny soutěže, do kterých se mohou od této chvíle přihlašovat mladí lidé s podnikatelským duchem a chutí aktivně se zapojit do projektu. Soutěže budou sestávat z:

• ***Youth Business Project***
Úkolem bude vypracovat (zjednodušený) podnikatelský plán nebo záměr, na jehož realizaci se předpokládá finanční obnos a je možno jej aplikovat v praxi (ukázková forma podnikatelského plánu, včetně návodu a tipů pro sestavování bude uveřejněna na stránkách projektu).

• ***Youth Business Idea***
Úkolem bude napsat esej nebo text na předem stanovené téma související s podnikáním. Hodnocena bude slohová obratnost i myšlenkový obsah.

• ***Youth Business Knowledge***
Vědomostní soutěž s otázkami z oboru podnikání, ekonomie, finančnictví a investování. Soutěžící budou mít za úkol správně zodpovědět zadané otázky, uveřejněné na webových stránkách projektu.

Zadání soutěžní a informace o tom, jak se registrovat jsou k dispozici na internetové adrese www.ybc.cz/souteze.aspx. Uzávěrka soutěží je 30. dubna 2010.

Konference v Praze

Všichni účastníci soutěží budou pozváni na celonárodní konferenci, která proběhne v květnu 2010 na Vysoké škole ekonomické v Praze. Na konferenci budou vyhlášeny výsledky podnikatelských soutěží a vítězové dostanou možnost představit svůj projekt před publikem. Připraven bude program plný přednášek, diskuzí a prezentací. Na konferenci bude spousta příležitostí pro navazování nových kontaktů, získávání nových informací a inspirace k dalším podnikatelským aktivitám.

Generálními partnery projektu jsou British Council, Česká rada dětí a mládeže, nakladatelství Management press a Deloitte. Hlavní mediální partner je internetový server Podnikatel.cz. Mediálními partnery jsou server Měšec.cz a Internetová agentura Netvisio. Organizátorem projektu je občanské sdružení Youth Business Network.

Kompletní informace o projektu a jeho aktivitách naleznete na www.ybc.cz

Hranice bezpečí

V roce 2009 proběhly přípravy první ze tří publikací, které se rozhodl vydat tým projektu „Nás se to týká“. První publikace, kterou autoři projektu zpracovali, se jmenuje Hranice bezpečí. Její podtitul zní „Metodický průvodce prevencí sexuálního zneužívání dětí a mladistvých I.“. Publikace je určena především pro vedoucí oddílů. Ti z ní mohou načerpat inspiraci, jakými způsoby lze s tímto tématem ve skupině dětí a dospívajících pracovat.

V publikaci naleznou nejen potřebnou teorii, ale také návod na praktické využití této příručky. Nachází se v ní popis různých forem zavedení zmíněného tématu do oddílu dětí a mládeže. Autoři publikace zde představují také několik her, které byly přejaty z německé publikace, již vydal Bavorský kruh mládeže pod názvem *Prävention vor sexueller Gewalt in der Kinder und Jugendarbeit Grundlagen und Methoden präventiver Arbeit.* Hry do češtiny přeložila ředitelka Kanceláře ČRDM Mgr. Michaela Přílepková.

Další texty napsal vedoucí projektu „Nás se to týká“ Mgr. Jiří Zajíc. V této části publikace se nejprve konkretizuje, co všechno je považováno za sexuální zneužívání. Je to důležité především proto, aby děti a dospívající měli jasno, co lze ještě tolerovat a co už je za onou „hranicí“. Mimo jiné jsou zde uvedeny také rady pro rodiče, jak mají své děti o problematice sexuálního zneužívání informovat.

Do publikace je vložena příloha – nově graficky upravený „Kodex chování pro prevenci sexuálního násilí ve sdruženích pracujících s dětmi a mládeží“. Publikace má 56 stran + 4 strany obálky formátu A5 na šíři. Vydána byla v nákladu 2 500 kusů.

Lucie Celbová

V případě zájmu si můžete tuto publikaci vyzvednout v Kanceláři České rady dětí a mládeže po předchozí domluvě přes e-mail: lucie.celbova@crdm.cz nebo na tel. 234 621 210.

Obnovený Pionýr oslavil dvacáté narozeniny

Je to skutečně už dvacet let od 20. ledna 1990, kdy byla obnovena činnost Pionýra jako samostatného demokratického sdružení. Dvacet let plných soutěží, her, oddílových schůzek, výprav, táborů, ale i velkých celostátních a mezinárodních akcí. Obnovený Pionýr za tu dobu dospěl, vyrovnává se se svou minulostí, dobře ví, na co lze navazovat. Je tvořen stovkami živých a činorodých oddílů a klubů, které pracují po celé České republice. Získal si uznání státních orgánů i odborných institucí, má pevné zahraniční vazby. Sečteno a podtrženo, může na svou narozeninovou oslavu vyrazit s radostí a klidem, protože před ním jsou další dobré roky.

U příležitosti svých narozenin Pionýr připravil výstavu, která návštěvníky seznámí s historií i současností pionýrského hnutí u nás, přiblíží činnost současného Pionýra i hlavní myšlenky, z nichž vychází jeho program. A protože hry, soutěže a tvořivé aktivity jsou základním prvkem naší činnosti, budou i tuto výstavu doprovázet různé doprovodné programy. Výstava bude putovat po mnoha místech naší vlasti, aby ji mohl zhlédnout opravdu každý, kdo se nespokojí se stále přetrvávajícím vnímáním Pionýra coby jakéhosi reliktu minulosti.

Zahájení výstavy proběhlo v Praze 29. ledna jako součást 10. ročníku tradiční akce *Ledová Praha* v Letohrádku Portheimka – Štefánikova 12, 150 00 Praha 5 *(www.portheimka-smichov.cz)*. Přehled dalších míst a termínů výstavy bude průběžně aktualizovaný na internetových stránkách www.pionyr.cz.

Jakub Kořínek, Pionýr
www.pionyr.cz

foto Anna Krýslová
(Pionýr na pražské Bambiriádě 09)

Ledová Praha každoročně umožňuje mnoha dětem z celé republiky navštěvovat v průběhu jednoho víkendu různé památky, muzea a další zajímavosti hlavního města za zvýhodněné vstupné nebo dokonce zcela zdarma. Je určena oddílům, rodinám s dětmi, školám i dětem z dětských domovů. Ty mají příležitost navštívit například: objekty Národního muzea včetně Nové budovy na Vinohradech, Pražský hrad, Muzeum hlavního města Prahy, objekty Národní galerie, Bludiště a rozhlednu na Petříně, Prašnou bránu, Židovské muzeum, Skleník Fata Morgána, Armádní muzeum Žižkov, Martinický palác, Muzeum voskových figurín, Poštovní muzeum a mnoho dalších. Počet účastníků stále narůstá a v posledních letech se pohybuje okolo 10 000. *www.ledovapraha.cz*

Koncert Děti dětem 2010 se konal v sobotu 30. ledna v Kongresovém centru Praha. Hlavní část programu tvořila vystoupení dětí – úspěšných účastníků otevřené kulturní soutěže Pionýrský Sedmikvítek. Kromě dětských vystoupení byli hosty Heidi Janků a Zbyněk Drda. Tradičně se předávaly Putovní poháry předsedy vlády, tentokrát za účasti Ing. Jana Fišera.
Koncert se konal pod záštitou 1. místopředsedkyně Senátu Parlamentu ČR PaedDr. Aleny Gajdůškové, ministryně školství, mládaže a tělovýchovy PhDr. Miroslavy Kopicové a ministra kultury Prof. Václava Riedlbaucha.

www.detidetem.cz

Vývoj znaku Pionýra

Sdružení Pionýr si s počátkem roku 2010 připomnělo 20. výročí od obnovení činnosti samostatného Pionýra (20. 1. 1990). Bylo to dvacet let naplněných nejen činností oddílů a klubů, tábory, hrami a soutěžemi, ale také hledáním a potřebou obměn.

Pochopitelně jsme se setkávali s odkazy na minulost před rokem 1989 – někdy spíše s otázkami a zvědavostí, jindy rovnou s útoky a odmítáním. Dlužno podotknout, že s lidmi, kteří jen útočí a odmítají rozumnou debatu, se naštěstí setkáváme méně a méně. I to je jeden z výsledků neustálé komunikace s veřejností a podávání informací o činnosti, což je v dnešní době nutnost.

Jednou z důležitých proměn Pionýra, obzvlášť směrem k veřejnosti, bylo přijetí nového znaku. Historický znak s vlajkou, knihou a plameny byl mnoha lidmi vnímán především jako symbol minulosti. Přestože v něm přímo nic „závadného“ není a mnoha odborníky je i dnes z grafického hlediska považován za velmi kvalitní, je zatížen mnoha ideologickými výklady.

Proto obsahová konference Pionýra „Poselství 2006“ rozhodla o potřebě jeho změny – přičemž doporučila vycházet ze souběžně užívaného loga – vlaštovky s barevným spektrem. Toto rozhodnutí, a tím méně jeho další prosazování, nebylo jednoduché, protože i velká část sdružení si dřívější znak považovala – mnozí ho dodnes s oblibou používají jako odznak. Debata o tom, zda a jak změnit znak Pionýra, probíhala na mnoha úrovních a mnoha způsoby.

Tak či tak, rozhodnutí padlo a bylo potvrzeno Českou radou Pionýra, takže bylo třeba jednat. Bylo vyhlášeno výběrové řízení na návrhy zcela nového znaku sdružení. Vznikly tři návrhy, žádný z nich ale nebyl přijat.

Proto bylo grafické studio požádáno o zpracování různých variant a obměn stávajícího loga s vlaštovkou a barevným spektrem. Z mnoha návrhů se jen některé ujaly a vedla se o nich další debata. Nicméně ani ta nevedla k uspokojivému výběru.

Proto bylo nakonec osloveno několik výtvarníků, z nichž byl nakonec vybrán Karel Pokorný, který vytvořil zcela nový návrh vycházející z již užívaného symbolu vlaštovky. Tak nakonec vznikl znak, jenž byl přijat Výročním zasedáním Pionýra v roce 2007. Tím však nebyl proces zdaleka u konce. Byl položen základní kámen a na něm bylo třeba začít stavět. Proto byla zahájena spolupráce s renomovaným studiem Kafka Design, které vytvořilo grafický manuál obsahující řadu prvků vycházejících z nového znaku a stanovující řadu pravidel.

A protože Pionýr je tu hlavně pro děti, musí mít i grafický prvek pro komunikaci s nimi. Tím byl dlouhé roky maskot – pes. Existoval v mnoha podobách ztvárněných řadou kreslířů – nejčastěji Vladimírem Perglerem. Protože ale bylo třeba stanovit jeho jednotnou podobu, vytvořilo studio Kafka Design i jeho současnou podobu, která umožňuje mnoho variací při zachování jednotné tváře a snadné rozpoznatelnosti.

Jakub Kořínek

Plzeňští skauti přispěli handicapovaným dětem na vybudování keramické dílny

Už podesáté svůj tradiční vánoční stánek nazvaný „Skauti dětem“ otevřeli skauti z plzeňského střediska „STŘELA“. Ve dnech 14. – 18. prosince v něm na rohu Františkánské ulice a Kopeckého sadů prodávali originální vlastnoručně vyrobené dárky. Celý výtěžek z prodeje, 20 116 Kč, poté věnovali plzeňskému sdružení Ty a Já na zřízení keramické dílny pro tělesně a mentálně handicapované děti a mládež, kterým sdružení pomáhá v začlenění se do běžného života.

Junák – ORJ Plzeň

adam.cz

Radio Kulíšek založilo redakci na Slovensku

Barbora Pipová z Banské Bystrice se stala moderátorkou slovenské redakce dětského rádia z Krkonoš. Od května nabídne Radio Kulíšek posluchačům každých čtrnáct dní česko-slovenské Krkonošské turistické vysílání. Příspěvky mladých redaktorů zůstanou v češtině. O uvádění jednotlivých rubrik se postará Bára, která se bude pravidelně střídat s Kristýnou Schejbalovou z Dolního Dvora u Vrchlabí.

Jana Tauchmanová, Radio Kulíšek

Javořina ožívá

Celkem 27 účastníků z řad organizátorů pěti mládežnických organizací i outdoorových firem a tým instruktorů Hnutí GO! nastoupilo na sněžnice a vydalo se na devět dní tábořit do hor. Kromě nabitého programu odborných přednášek, praktických workshopů a her je čekala řada náročných aktivit: vybudovat kuchyň ve vojenském stanu, upravit tábořiště, vybudovat lesní toalety a postavit tee-pee na zasněžené louce.

Hnutí GO!

Tříkrálová sbírka 2010

Počátkem ledna 2010 opět vyšli do ulic koledníci se zapečetěnými pokladničkami. Dobročinná akce Tříkrálová sbírka se v celostátním měřítku uskutečnila již podesáté. Koledování je závislé na místních zvyklostech a také na počtech skupinek, které má místní Charita k dispozici.

Charita ČR

Ve Zlatém oříšku 2009 uspěli mladí hasiči, hráčky na kytaru a housle i motocyklový závodník

Desetiletý výtvarník, čtrnáctiletá houslistka, třináctiletý tvůrce animovaných filmů, sedmiletý motocyklový závodník na minibiku či mladí hasiči... V jedenáctém ročníku celostátní soutěže Zlatý oříšek „zabodovaly“ děti talentované ve velmi pestré škále volnočasových aktivit.

-maj-

Fara Ligy lesní moudrosti v Michalových Horách se pomalu mění

Fara v Michalových Horách je již čtvrtým rokem v majetku Ligy lesní moudrosti, organizace pracující s dětmi a mládeží, která čítá na 1000 členů po celé České republice. Programem Ligy je výchova člověka v přírodě. Pro naplňování svého poslání pořádá organizace každoročně tábory a víkendové pobytové akce na Caltově v údolí Kosího potoka, kde postupně zakoupila pozemky, o které se stará. V krajině tak mimo jiné ožil sad původních ovocných odrůd, byly vysazeny stovky remízkových stromů a keřů.

Liga lesní moudrosti