

Proměny ve vzdělávání: Přes dvě třetiny Čechů by se chtělo učit podnikat

PRAHA, 10. ÚNORA 2021 – Jak by měly vypadat školní osnovy pro 21. století? Víc praxe a méně teorie. Až 83 procent Čechů by si přálo, aby se do středoškolského vzdělávání lépe zapojily firmy. Jak ukázal výzkum agentury Nielsen Admosphere pro nevládní organizaci JA Czech, principy podnikavosti dnes lidé považují za důležitější než tradiční povinné předměty, jako je chemie nebo výtvarná výchova.

„Rozložení povinných a volitelných předmětů na středních školách je s ohledem na nároky současnosti zastaralé. Co je pro většinu mladých lidí užitečnější: fyzika, chemie, nebo podnikavost a praktické obchodní zkušenosti, které se jim budou hodit nejen v budoucích zaměstnáních? Je třeba zúžit spektrum povinných předmětů, přesunout některé do kategorie volitelných a nabídnout nové předměty, které byly vyvinuty na základě proměn společnosti a které umožňují studentům realizovat se už na střední škole,“ míní Martin Smrž, ředitel obecně prospěšné organizace JA Czech, která podporuje vzdělávání českých studentů v oblasti podnikání.

Přípravu středoškoláků pro uplatnění na trhu práce považuje za nedostatečnou podle průzkumu z listopadu 2020 až 62 procent Čechů. Tři z pěti respondentů by mezi povinnými předměty oželeli výtvarnou či hudební výchovu, bezmála třetina nevidí smysl v povinné chemii a každý čtvrtý by do kategorie volitelných předmětů nejraději přesunul fyziku, tělocvik, biologii či občanskou nauku.

„Mladí lidé jsou inovátoři. Jsou to tvůrci změn, proto bychom je měli učit rozvíjet a využít své nápady. Vzdělávací programy, které v téměř nezměněné podobě fungují navzdory uzavření škol, umožňují mladým lidem, aby prostřednictvím praktického učení byli mnohem lépe připraveni na dospělost a reálnou práci. Vzdělávání obecně má odpovědnost zajistit rozvoj kreativity mladých lidí, protože prostřednictvím myšlenek se rodí nové projekty a prostřednictvím podnikání se vytváří bohatství pro komunitu a zemi. Tím mohou vzdělávací programy současný školský systém velmi obohatit,“ uvedl Martin Smrž.

V rámci povinného vzdělávání na středních školách by 67 procent Čechů, studentů i rodičů, uvítalo podnikání. Zbytek dotázaných by se v 70 procentech přikláněl pro možnost podnikání jako volitelného předmětu. Ve věkové kategorii 15 až 34 let by podnikání jako volitelný předmět pro své děti chtělo 83 procent mladých Čechů. Celkově se k výuce podnikání přiklánějí spíše ženy a lidé s vyšším dosaženým vzděláním napříč všemi kraji. „Vzdělávacími programy JA Czech, které se zaměřují na podnikavost, finanční gramotnost a přípravu na zaměstnání, prošlo za první pololetí školního roku 20/21 přes 36 tisíc studentů. V meziročním srovnání je to více než čtyřnásobný nárůst. Konkrétně v programu JA Studentská Firma, kde středoškoláci v rámci školní výuky zakládají skutečné firmy s reálnými produkty či službami, registrujeme v tomto školním roce 192 studentských firem a jako celoroční program už spěje do svého úspěšného finále, aniž by ho nepříznivá protiepidemická opatření ve školách ovlivnila,“ popsal Martin Smrž.

Zásadní úlohu hraje ve vzdělávacích programech účast pedagogů a lidí z praxe. „Pro výuku podnikání je kriticky důležité poskytnout vzory – mladí lidé potřebují pochopit, jaký je svět podnikání a jaké to je být v něm zapojen. Během programů studentům pomáhají mentoři, což jsou zástupci úspěšných firem, a jejich učitelé. Role učitelů je klíčová, proto prostřednictvím řady školení a dalších akcí podporujeme také posílení postavení učitelů, aby lépe porozuměli výuce podnikání a nebáli se ho začlenit do výukových osnov,“ doplnil ředitel nevládní organizace.

Výzkum Nielsen Admosphere se uskutečnil v listopadu 2020 na vzorku 509 respondentů z aktivní internetové populace Českého národního panelu starší 15 let.

KONTAKT PRO MÉDIA:

Mgr. Eliška Crkovská **_mediální konzultant**

pear__media

+420 605 218 549, eliska@pearmedia.cz

JA CZECH, www.jaczech.org

JA Czech je obecně prospěšná vzdělávací organizace založená Tomášem Baťou, která již od roku 1992 realizuje na českých školách ucelenou koncepci nadstandardního vzdělávání. Formuje podnikatelské myšlení a finanční gramotnost mladých lidí, propojuje je s lidmi z praxe a pomáhá nastartovat jejich úspěšnou profesní kariéru. Ve spolupráci se školami vytváří příznivé a motivující prostředí pro rozvoj osobních dovedností v rámci podnikatelského vzdělávání studentů i učitelů. Stěžejního projektu JA Studentská Firma, se závěrečným veletrhem JA STUDENTSKÁ FIRMA ROKU, se každoročně účastní tisíce středoškoláků.

JUNIOR ACHIEVEMENT, www.juniorachievement.org

Junior Achievement je nejstarší vzdělávací organizace na světě s rokem vzniku 1919. Působí ve více než 120 zemích světa. Zároveň byla švýcarskou institucí NGO Advisor vyhlášena jako sedmá nejvlivnější nevládní organizace světa. Do programů JA se každoročně zapojuje 11 milionů dětí a studentů ve věku šest až 22 let.

NIELSEN ADMOSPHERE (www.nielsen-admosphere.cz)

Společnost **Nielsen Admosphere** je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je např. elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen. Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.