



ruka, která hýbe kolébkou, hýbe celým světem...

## MĚSTO PRO DĚTI

Kampaň Sítě mateřských center o.s. 1. – 30. dubna a 15. září – 15. října 2012

### Závěrečná zpráva



Foto: RC Dobříšek, Dobříš

V letošním roce se konal již sedmý ročník kampaně Sítě mateřských center o.s. **Město pro děti**. Cílem kampaně je naučit se vnímat a řešit oblast životního prostředí v obcích s ohledem na děti jako mnohvrstevnatou problematiku, hledat cesty ke zlepšení konkrétních podmínek v dané obci nejen spolu s představiteli obcí, ale i s odborníky a obyvateli obcí včetně dětí a na základě výsledků případně přímo návrh realizovat.

#### Metodické vedení a PR kampaně, redakce závěrečné zprávy

Mgr. Rut Kolínská

#### Koordinace, monitorování a statistika kampaně, včetně zpracování ZZ

Bc. Lucie Nemešová

© Sít' mateřských center o.s. 2012

## ÚČASTNÍCI KAMPANĚ

Do kampaně se přihlásilo 10 mateřských center z různých částí ČR:

### Jihočeský kraj

RC Zdroj Slavonice, Slavonice

### Jihomoravský kraj

MC Ferda Svitávka, o.s., Svitávka

MC Robátko, Židlichovice

### Královehradecký kraj

MC Rozmarýnek o.s., Jaroměř

### Pardubický kraj

RC Palouček, Jevíčko

RC Litomyšl, Litomyšl

### Středočeský kraj

Brandýský Matýsek o.s., Brandýs n. Labem

RC Dobříšek, Dobříš

RK Pohoda, Horoměřice

### Kraj Vysočina

Třebíčské centrum o.s., Třebíč



Foto: RC Litomyšl, Litomyšl

## PRŮBĚH KAMPAŇ

Letošní ročník kampaně probíhal ve dvou etapách. První, jarní, etapa se konala v dubnu 2012, a druhá, podzimní, etapa se konala na přelomu září a října 2012. Tato kampaň je od ostatních celorepublikových kampaní Sítě MC trochu odlišná. Průběh kampaně Město pro děti se může v jednotlivých zapojených MC lišit oblastí, na kterou se zaměřily, všechny je však spojuje hlavní cíl a to zlepšení stavu životních podmínek v dané obci ve formě upozorňování na nedostatky a pozitivní motivaci na jejich řešení.

To, jakým způsobem se mateřská centra zapojí do kampaně, si tedy volí sami podle jejich zájmu a možností a především na základě konkrétních místních podmínek v daných obcích, kde se MC nachází. Kampaň tak může být uchopena z několika různých úhlů pohledu. Kampaň rovněž může být založena na ocenění všeho dobrého v obci, tj. na sdílení příkladů dobré praxe.

Hlavními oblastmi kampaně, na které se jednotlivá MC mohla zaměřit, a zaměřovala, jsou:

### 1. Jak se žije s kočárkem:

- a. Mobilita v obci (chodníky, přechody, řešení frekventovaných cest, cyklostezky, parky, volná prostranství apod.)
- b. Mobilita v zařízeních služeb (služby důležité pro běžný život, prostory pro trávení volného času a kultury atd.)
- c. Psí hovínka

### 2. Dětská hřiště dnes a příště – rekonstrukce stávajícího či budování nové hřiště

### 3. Dětské patro – pěší zóny a prostor vstřícný dětským potřebám

### 4. Zelené město:

- a. Odpočinkové zóny (drobná oddychová zákoutí, prostor pro kulturní vyžití v přírodě, zastávky MHD)
- b. Zelená prostranství pro život v přírodě (dřevěné chatrče v korunách stromů, pěstování rostlin a chov zvířat), naučné stezky
- c. Interaktivní mini Zoo (malá farma)
- d. Kam s nimi - zpracování odpadů (kreativní workshopy, happeningy apod.)

### 5. Zelený audit v obci

- a. Odpady (tříděný odpad, kompostování)
- b. Šetrná opatření v obci a v obecních zařízeních

### 6. Zdravě a doma – podpora domácí produkce potravin

### 7. Specifická oblast – jiný místní problém dotýkající se životního prostředí v obci s ohledem na děti

Kampaň Město pro děti je dále na rozdíl od ostatních kampaní rozdělena do několika fází, v kterých probíhá. Účastníci nemusí naplnit či projít všemi fázemi, záleží jen na možnostech daného MC. Fáze jdou rovněž různě kombinovat a propojovat.

**A. Mapování stavu** – Cílem první etapy je hledání odpovědí na otázky jako např. jaká je situace v dané obci či proč je stávající situace nevyhovující. Osvědčenou metodou mapování je dotazníkové šetření. Rovněž do této fáze spadá zjišťování, jak identifikované problémy řeší či plánují řešit představitelé dané obce.

- B. Sbíráání nápadů na řešení změn a osvěta** – Cílem další etapy je naopak již hledání konkrétních řešení, která by pomohla zlepšit nevyhovující stav. Hledání řešení může být prováděno společně s mapováním pomocí dotazníků. Součástí této etapy může být i osvěta (semináře, workshopy apod.). Při hledání možných řešení se osvědčilo zapojení dětí. Je dobré rovněž zapojit i širší veřejnost (veřejný happening).
- C. Hledání možností realizace změn** – Výsledkem třetí etapy by mělo být např. setkání s představiteli obce, s odborníky i s veřejností (beseda, kulatý stůl, veřejný happening apod.), na kterém budou předneseny výsledky šetření a předloženy nashromážděné nápady.
- D. Prezentace výsledků a dobré praxe** – Smyslem poslední čtvrté etapy je zpětné zhodnocení dosažených výsledků, a rovněž jejich veřejná prezentace (výstava, článek v místních novinách, odkaz na webových stránkách apod.).

Letošního sedmého ročníku se zúčastnilo celkem 1241 lidí (viz **Statistika kampaně**). Paleta akcí pořádaných mateřskými centry je ilustrována tabulkou **Přehled oblíbenosti akcí kampaně**. Mateřská centra přicházela s novými bohatými nápady, lákající nejen stále návštěvníky MC, ale i širokou veřejnost (viz **Zajímavé postřehy**).

## STATISTIKA KAMPANĚ MĚSTO PRO DĚTI 2012

Počet účastníků všech akcí kampaně	1241
Počet dospělých	525
Počet dětí	578
Počet realizátorů	138

## ZAJÍMAVÉ POSTŘEHY

**Brandýský Matýsek o.s. (Brandýs nad Labem)** se v rámci kampaně s názvem „Potřeby rodin ve městě“ zaměřil na dětská hřiště. Jádrem kampaně byla spolupráce na revitalizaci dětských hřišť ve městě Brandýs nad Labem. Dále Brandýský Matýsek spolupracoval na komunitním plánování pro rodiny s dětmi. Vedle dětských hřišť a komunitního plánování se kampaň věnovala i velmi aktuálnímu tématu školek a předškolního vzdělávání. Brandýský Matýsek se však těmto aktivitám věnuje dlouhodobě i mimo rámec kampaně, např. dlouhodobou spoluprací s městem na řešení potřeb rodin.

**RC Dobříšek (Dobříš)** v rámci kampaně za spolupráce s městem Dobříš, zástupci místních škol a NNO, uspořádalo tři akce: Dětské fórum, Veřejné fórum a „Pojďme tvořit na hřiště“. Společným cílem všech tří akcí byla podpora myšlenky kvalitního dětství. Kampaň chtěla představit komplexní pohled dětí a rodičů na život v obci, např. otázku životního prostředí ze všech úhlů pohledu (příroda, veřejná prostranství, společenský život doprava, výstavba a cestovní ruch). Tematickým jádrem kampaně tedy byla právě budoucnost města a kvalita života v něm. „*Město pro děti – město, kde si cení názoru dětí a snaží se jim zpříjemnit nejen konkrétní den na dětském hřišti či v dětském koutku, ale také s dlouhodobým výhledem.*“ Co do programu konkrétních akcí, na dětském fóru, jehož cílem bylo oslovení dětí a jejich zapojení do rozhodovacích procesů o vývoji města, se účastníci vyjadřovali k tématům jako např. dětská hřiště a sportoviště, koupaliště/plavecký areál, či boj proti drogám

a volnočasové aktivity. Na veřejném fóru poté diskutovali už i rodiče dětí, a to nejen o městském strategickém plánování, ale i o otázkách bezpečnosti, čistoty, dopravy, nabídky volnočasových aktivit, občanské vybavenosti, či zeleni. Jako klíčová oblast byla označena doprava. Finální akcí „Pojďme tvořit na hřišti“, v rámci které bylo možné shlédnout výroční výstavu „Než vypukne požár“, bylo setkání veřejnosti se zástupci NNO, firem, městského úřadu aj. RC Dobříšek v rámci kampaně rovněž provedlo dotazníkové šetření o potřebách města pohledem občanů (pro výsledky viz [www.mestodobris.cz](http://www.mestodobris.cz)).

**RK Pohoda (Horoměřice)** uspořádal 10. října 2012 akci s názvem „Pusík radí dětem“. RK Pohoda rovněž spolupracoval na kampani s místním obecním úřadem. Akce se měla zaměřovat na téma mobility v obci. Konkrétně se akce zaměřovala na „malé“ cyklisty. Děti se na dopravním hřišti učili jak správně přecházet přes silnici, poznávat dopravní značky, jaké vybavení má mít kolo a co vše by měl cyklista vědět, než vyrazí na cestu, včetně důležitých telefonních čísel. Vedle toho se účastníci mohli dozvědět, jak správně třídít odpad.

**MC Rozmarýnek o.s. (Jaroměř)** se v rámci kampaně zaměřilo na otázku služeb pro rodinu, tj. jakým ožehavým problémům čelí Jaroměřské rodiny s dětmi. MC Rozmarýnek provedlo dotazníkové šetření, jehož jádrem je právě analýza potřeb rodin, který distribuovalo za pomoci mateřských a základních škol, a jehož výsledky budou známy koncem listopadu 2012.

**RC Palouček (Jevíčko)** zamýšlelo uspořádat dvě besedy: první s rodiči s malými dětmi, které by předcházelo dotazníkové šetření; a druhá s představiteli obce a široké veřejnosti. Hlavním tématem mělo být nedostatek prostranství vhodných pro rodiny s dětmi a nevhodný stav chodníků, které měl být demonstrován v rámci první besedy s rodiči při společné procházce po městě. Pro nezáměr veřejnosti se však akce bohužel neuskutečnila.

**RC Litomyšl (Litomyšl)** za pomoci dvanácti žáků Zámecké ZŠ Litomyšl připravilo v rámci kampaně sérii akcí s názvem „Litomyšl přátelská rodině“. V rámci první akce, resp. etapy zmínění žáci provedli analýzu stavu litomyšlských veřejných prostor (dětská hřiště, úřady, a další jako např. banky, obchody, restaurace) z pohledu jejich bezpečnosti, dostupnosti a vybavenosti. Výsledkem analýzy je takzvaný Deník nástrah, který popisuje život Litomyšlské rodiny, využívající jednotlivá zařízení. Výsledky byly rovněž, v rámci druhé akce či etapy, prezentovány na kulatém stole, který se konal v RC Litomyšl za přítomnosti široké veřejnosti. Veřejnost zde měla možnost vyjádřit se k uvedené analýze a společně s RC Litomyšl a žáky přesněji definovat „ideální“ stav zkoumaných zařízení. Na tuto akci navazovalo konání dalšího kulatého stolu, tentokrát již za účastní členů Komise pro rodinu a komunitní plánování města Litomyšl a zástupců Informačního centra Litomyšl, kde se diskutovalo o dalším postupu, který by mj. i navazoval na kampaň Společnost přátelská rodině.

**RC Zdroj Slavonice (Slavonice)** se v rámci kampaně zaměřilo na palčivé problémy města, zejména bezpečnost na silnicích v souvislosti s kamionovou dopravou, které v sobě zahrnuje jak problematiku zeleného města, tak i života s kočárkem. Nejprve byla za pomoci rodičů vytvořena anketa. RC Zdroj Slavonice poté uspořádal kulatý stůl, kde byly výsledky ankety prezentovány, a dané téma v jejich světle diskutováno.

**MC Ferda Svitávka, o.s. (Svitávka)** uspořádalo akci s názvem „Zelený audit – tříděný odpad, kompostování“, která se tematicky zaměřovala, jak již název napovídá, na třídění odpadů. Jádrem akce bylo dotazníkové šetření, které se zabývalo nejen otázkou, jaké typy odpadu dotazovaní třídí, ale také kontejnery na tříděný odpad (jejich umístění, dostatečnost apod.). Výsledky ukázaly, že více jak 99% dotázaných odpad třídí, a to zejména papír, plastové lahve a sklo. MC Ferda Svitávka by rádo na základě tohoto zmapování současného stavu/zeleného auditu zahájilo jednání s obcí.

**Třebíčské centrum o.s. (Třebíč)** uspořádalo v rámci kampaně sérii akcí. V rámci jarní etapy se Třebíčské centrum zaměřilo na téma „Zelené město“, konkrétně na odpady a otázku, kam s nimi.

V dubnu 2012 proběhly akce s názvem „Bud'te s námi EKO“, beseda nejen o čistících prostředcích životnímu prostředí přátelských, „Barevné dny“, v rámci které byl zorganizován „úklid“ okolo budovy Třebíčského centra, „EKO-BIO potraviny – éčka v naší stravě“ s prezentací a ochutnávkou eko-bio potravin, „Medový den“, trh s medem a medovými produkty, a v neposlední řadě „Malí ekologové v Šikulce“, kdy se děti seznamovaly s tím, jak třídit odpady. V rámci podzimní etapy se pak pozornost přesunula k otázce problematice života s kočárkem ve městě Třebíč. Maminky demonstrativně vyrazily s kočárky na „úřad“, tj. zkoumaly možnosti mobility s kočárkem po městě (vstupy na úřady a do obchodů, chodníky apod.). Akce byla zakončena diskuzí se zástupkyní Zdravého města Třebíč. Nicméně ani na podzim se nepozapomnělo na zdravé potraviny, která bylo možné v centru zakoupit. Dále proběhla akce s názvem „Jablíčková slavnost“, kde mohli návštěvníci ochutnat různé dobroty z jablek. Děti přednesly básničky a říkanky s „jablky“. Kampaň byla zakončena akcí „Nejsme žádné brambory aneb pohyb správným směrem“, která zahrnovala zábavné cvičení s dětmi na míčích. K ochutnání byly připraveny dobroty z brambor.

**MC Robátko (Židlichovice)** plánovalo se v rámci kampaně zaměřit na otázku mobility v obci, konkrétně na problematiku „Jak se žije s kočárkem“. Kampaň se však bohužel neuskutečnila. Nicméně podklady a dotazníkové šetření jsou do budoucna připraveny a jednání s obcí je rovněž v plánu.

Níže je uvedena tabulka s přehledem nejoblíbenějších akcí.

Pořadí	Přehled oblíbenosti akcí kampaně	Počet MC
1.	<b>Besedy, semináře, workshopy</b> (Dětské fórum, Veřejné fórum, setkání se zástupci NNO, firem a městského úřadu, vzdělávací workshop pro „malé“ cyklisty, kulaté stoly, prezentace životnímu prostředí přátelských čistících prostředků apod.)	5
2.	<b>Dotazníkové šetření</b> (i formou ankety, dále např. hloubková analýza)	4
3.	<b>Aktivní spolupráce s obcí</b> (účast na komunitním plánování)	3
4.	<b>Jiné</b> (revitalizace dětského hřiště, sbírání odpadků v okolí MC, demonstrativní procházka městem s kočárky, dále ochutnávky eko-bio potravin apod.)	2
5.	<b>Kulturní vystoupení a akce</b> (Výstava „Než vypukne požár“)	1
6.	<b>Soutěže</b> (sportovní)	1
7.	<b>Tvořivé a rukodělné dílničky</b>	1

**Zajímavý charakter akcí mateřských center v rámci kampaně prozrazují další fotografie z jednotlivých center v závěru zprávy.**

## HODNOCENÍ KAMPANĚ

Jak bylo možné vidět z předchozí části (viz **Zajímavé postřehy**), zúčastněná mateřská centra nejčastěji využila metody dotazníkového šetření k zmapování stavu v obci a poté uspořádala kulatý stůl či jinou formu diskuze (např. beseda s představiteli obce, rodiči a dětmi, občany obce, odborníky apod.) k hledání možných řešení identifikovaných problémů.

Většina mateřských center, která se do letošního ročníku kampaně zapojila, byla s průběhem kampaně spokojena a hodnotí ji pozitivně. Většině center se podařilo navázat spolupráci s obcí i dalšími partnery, nebo již existující spolupráci dále rozvíjet. Na druhé straně některá mateřská centra v tomto bodě neuspěla, a spolupráci se jim bohužel navázat nepodařilo. Většinou byl hlavním důvodem nezájem ze strany obce a malá podpora a nízký zájem širší veřejnosti.

Některá mateřská centra naopak byla vyšším veřejným zájmem velmi pozitivně překvapena. Nicméně tento faktor se liší centrem od centra. Některá mateřská centra tak např. narážela na problém návratnosti svých dotazníků.

Častým problémem, skloňovaným téměř všemi zapojenými centry, z kterého je třeba vzít si ponaučení do budoucna, je oslovování druhých stran, ať už jde o oslovování občanů dané obce či případných partnerů (obecní zastupitelé, dalších neziskových organizací apod.). Je třeba druhé strany oslovovat s předstihem a důrazněji, ale i pravidelně, a nejen v rámci kampaně. Další problémy jsou spíše organizačního rázu, jako např. lepší a dlouhodobější plánování akcí kampaně. Nicméně většina center se shodla na tom, že je nezbytné hledat nové funkční strategie při snaze o řešení palčivých problémů dané obce.

Podíváme-li se na konkrétní hodnocení jednotlivými mateřskými centry, v **Brandýském Matýsku** se podařilo za (finanční) podpory obce a místních občanů (sponzorské dary a benefiční akce) revitalizovat místní dětské hřiště. Brandýský Matýsek byl rovněž přizván, aby se spolupodílel na komunitním plánování na obecní úrovni. Barbara Roušarová, jednatelka MC, se tak stala vedoucí skupiny pro rodiny s dětmi. Došlo rovněž k několika jednáním s obcí o nových podobách školek a podmínek, za jakých mohou vznikat. Centrum bylo příjemně překvapeno zájmem ze strany obce o jeho názory. Výzvou je však udržet spolupráci na dlouhodobé úrovni. Brandýský Matýsek by rovněž chtěl do budoucna zapojit více lidí do dění centra.

**RC Dobříšek** se podařilo zapojit do diskuze o kvalitě života v Dobříši všechny základní školy. Na základě těchto diskuzí vznikne dokument, který bude sloužit při aktualizaci městského strategického plánu. Dalším úspěchem bylo odstartování projektu Místo pro rodinu, který se však zatím nepodařilo dokončit. Rovněž odezva nejen ze strany dalších místních aktivních sdružení a spolků, ale především občanů (a dětí) byla velká. Nicméně během diskuze se projevil určitý zábrany dětí volně vyjadřovat jejich názor. Pro příště by se RC Dobříšek chtělo zaměřit na výše zmíněný problém oslovování a hledání nových cest a možností.

**RC Pohoda** se povedlo navázat spolupráci se starostou obce na pořádání dalších akcí pro rodiče s dětmi. Příjemným překvapením byla velká účast a zájem občanů obce. O akci vyšel

i článek v místním tisku. Pro příště je však nutné zaměřit se na více věkových kategorií účastníků a lépe se věnovat přípravě a realizaci.

**RC Litomyšl** je spokojené, že mu povedlo vytvořit spolupráci se studenty Zámecké základní školy, komise pro rodinu a komunitní plánování, rodičů a Informačního centra Litomyšl. Spolupráce se pak rozšířila i na neplánované aktivity. Pro příště bych chtělo zapojit i zástupce jednotlivých, v dotazníkovém šetření zkoumaných, institucí.

**RC Zdroj Slavonice**, která v rámci kampaně připravilo anketu, bylo překvapeno zjištěními, které přinesla (např. že ve městě chybí funkční dětské hřiště atd.) Bohužel se však nepodařilo navázat spolupráci s obcí. Dle respondentů ankety RC nedocenilo práci obce v dané problematice. Pro příště je nutné zvolit jinou metodu komunikace s obcí.

**MC Ferda Svitávka** se podařilo sestavit dotazník a následně s ním oslovit celou obec, nicméně návratnost byla nečekaně nízká. Pro příště je stejně jako v předchozích případech nutné zvolit jinou – přímější – formu oslovení občanů obce. I tak MC uspělo ve zmapování stavu třídění odpadů ve Svitáce a výsledky plánuje použít při případném jednání s obcí.

**Třebíčské centrum** bylo příjemně překvapeno zájem rodičů a dětí o nabízené ekologické programy a obecně o problematiku ekologie, zejména třídění odpadů. V místním deníku rovněž o akci Třebíčského centra rovněž vyšel článek. Třebíčskému centru se však nepodařilo apelovat na místní poštu, aby zlepšila přístupnost pro maminky s kočárky.

## NA ZÁVĚR KAMPANĚ

**Děkujeme všem, kdo se na sedmém ročníku kampaně Město pro děti jakýmkoliv dílem podíleli!**

Ze závěrečných zpráv jednotlivých mateřských center, která se zúčastnila letošního ročníku kampaně Město pro děti, vyplývá, že rozvoj a prohloubení partnerské spolupráce při hledání a realizaci řešení problémů v místě, kde žijeme je stále klíčovým prvkem pro úspěch.

Kampaň potvrdila, že velkým přínosem při plánování proměn podmínek v obcích jsou hlasy dětí. Jejich zapojení vnáší nové často nečekané podněty a děti se zároveň přirozenou cestou učí aktivně zapojovat do života komunity.

Avšak zde stále existují mnohé překážky, nejen ve formě nezájmu širší veřejnosti, či zastupitelstva samotné obce. Nicméně i tak se zúčastněným mateřským centrům podařilo splnit cíle této kampaně: identifikovat aktuální problémy v daných obcích, upozornit na ně a pokud možno podílet se na jejich řešení, či alespoň dát podnět k jejich řešení.

A tak můžeme zakončit konstatováním, že letošní ročník byl i přes nízkou účast přínosný. Doufejme také, že se stane se svými příklady dobré praxe inspirací i pro ostatní mateřská centra, kterým není stav života v jejich obcích lhostejný.

Mějme všichni dobrý pocit ze zdařilého společného díla a pokračujme v naplňování cílů kampaně i v průběhu roku, abychom v dalším ročníku kampaně mohli jednotlivé kroky dobře zúročit.

**Rut Kolínská a Lucie Nemešová**



## FOTOGRAFIE Z JEDNOTLIVÝCH MATEŘSKÝCH CENTER



Foto: Brandýský Matýsek, Brandýs nad Labem



Foto: Dobříšek, Dobříš



Foto: Pohoda, Horoměřice



Foto: Litomyšl, Litomyšl



Foto: Zdroj Slavonice, Slavonice



Foto: Třebíčské centrum, Třebíč