**Z periferie do centra?**

**Kreativní podnikání ve školách**

Tento materiál je druhým ze tří materiálů s názvem „Stav inovace“, jejichž autorem je společnost Tom Fleming Creative Consultancy a které byly napsány pro projekt CENTRES (Creative Entrepreneurship in Schools – Kreativní podnikání ve školách) vedený Britskou radou v letech 2012–14 ([www.centres-eu.org](http://www.centres-eu.org) Zpráva byla napsána po druhé konferenci projektu Centres v Londýně v lednu 2013.

**CENTRES (Creative Entrepreneurship in Schools- Kreativní podnikání ve školách) je mezinárodní projekt financovaný Evropskou komisí, Britskou radou a osmi organizacemi po celé Evropě.**

Projekt CENTRES probíhá v České republice, Dánsku, Estonsku, Litvě, Finsku, Polsku, Slovinsku a Spojeném království.

Projekt vytváří evropské fórum pro záležitosti týkající se **výuky podnikání** specifické pro **kreativní** **odvětví** a pro **sdílení inovací a osvědčených postupů** v této oblasti. Všichni partneři, kteří jsou členy konsorcia, jsou si vědomi potřeby zvýšení mezinárodního propojování a v současné době chybějícího společného evropského přístupu v dané oblasti.

*„Kreativní odvětví stojí na kreativitě jednotlivce. Totéž platí pro proces učení každého dítěte. Stále více pozornosti se dostává potřebě hledat praktické způsoby, jak podporovat tvořivost ve všech fázích vzdělávacího systému: od školky po druhý stupeň základní školy, v akademických i praktických kurzech, na pracovních stážích i na univerzitách.“* (DCMS Creative Britain 2008).

Nedávná konference *Creative Entrepreneurship in Schools: International Approaches (Kreativní podnikání ve školách: mezinárodní přístupy) svedla dohromady některé přední odborníky a inovátory v oblasti kreativního učení a vzdělávání.* Pro mnoho mladých lidí a odborníků na vzdělávání z celé Evropy byla tato konference pořádána v kritickém období. Kombinace vlivu ekonomického propadu a tradicionalismu ve vzdělávání měla za následek, že v některých zemích (například Spojené království, Francie a Itálie) je kreativní podnikání ve školách vytlačováno na okraj. V době charakterizované návratem k předmětům STEM a sníženými výdaji na aktivity, jako je kreativní učení a umělecké vzdělání, je pro školy tedy ještě těžší poskytovat pokrokové nástroje učení. Ovšem některé státy (např. Švédsko, Finsko) považují kreativní podnikání za naprosto klíčové pro zvládnutí problémů doby. V některých se tedy výuce podnikání dostává stále větší podpory a konkrétně kreativní podnikání je předmětem zájmu zejména v severní Evropě. Podle zprávy *Vzdělávání v oblasti podnikání na školách v Evropě*[[1]](#footnote-1) spustilo osm zemí[[2]](#footnote-2) specifické strategie na podporu podnikatelského vzdělávání a 13 dalších[[3]](#footnote-3) je zahrnulo do svých strategií týkajících se celoživotního učení, mladých a růstu. Polovina evropských zemí je zapojena do procesu vzdělávacích reforem, které zahrnují posílení podnikatelského vzdělávání. Přesto je ve většině zemí podnikání, a zejména kreativní podnikání, v rámci všeobecné nabídky velmi okrajové a hrozí, že se zcela vytratí, pokud nebude k dispozici strategická a znalostní kritika, která prosazuje (kreativní) podnikání jako klíč k osobnímu rozvoji, dosahování výsledků a úspěchů a lepším životním příležitostem.

V tomto kontextu hraje program CENTRES významnou roli v budování znalostí o kreativním podnikání ve školách a zvyšuje jeho popularitu. Podporuje tak partnery v tom, aby vylepšovali zajištění, prosazovali významnou hodnotu tohoto přístupu a zajišťovali, že bude do výuky zapojen komplexně a nebude omezen na okrajová „doporučená“ cvičení (a bude tedy součástí „povinných“ cvičení).

Účastníci se na této druhé konferenci CENTRES podíleli, aby zkoumali a sdíleli vznikající nové postupy, přemýšleli o změnách prostředí pro kreativní vzdělávání a spoluvytvářeli budoucí příležitosti pro efektivní kreativní učení a vzdělávání. Konference nebyla zamýšlena jako platforma pro obhajobu a prosazování kreativního podnikání ve školách: účastníci již byli o důležitosti tohoto tématu přesvědčeni. Namísto toho konference, jak trefně shrnul **Andy Williams** (Ředitel Britské rady v Polsku), poskytovala prostor pro „*sdílení, inspiraci a zapojení se*“. Tento stručný dokument poskytuje přehled hlavních myšlenek probíraných na konferenci a dodatečný kontext týkající se „stavu inovace“ pro kreativní podnikání ve školách.

Na konferenci se vyskytly **4 stěžejní myšlenky**, které jsou rozvedeny níže.

**1. Ekonomický imperativ: jak kreativní učení přináší možnost kreativní práce**

**John Kieffer**, předseda organizace A New Direction[[4]](#footnote-4), která je partnerem projektu CENTRES, poskytl na úvod základní body konference. Zdůraznil, že v hospodářství budoucnosti budou hnací silou pracovní pozice, které vyžadují otevřené myšlení, agilitu a schopnost spolupráce – a právě tyto vlastnosti pomáhá kreativní vzdělávání budovat. Klíčovou výzvou je v tomto ohledu podporovat mladé, aby v sobě rozvíjeli schopnosti a učební étos, které jsou třeba pro úspěch v kreativních odvětvích a znalostní ekonomice v širším smyslu, a přitom mít na paměti, že mnohé z budoucích pracovních míst v současnosti neexistují. Tato situace vyžaduje vybudování pevných konexí mezi mladými lidmi a kreativním sektorem a přitom zavádění základních vývojových atributů kreativního vzdělávání (např. zvídavé myšlení, ochotu překračovat hranice, touhu po průběžné změně, otevřenost vůči spolupráci), aby byla budoucí pracovní síla schopna se přizpůsobit rozmanitým pracovním a podnikatelským modelům, které si v současnosti nedokážeme představit ani naplánovat.

Součástí toho je zaměření jak na atraktivní součásti kreativních odvětví (např. před kamerou, na pódiu, vytváření obsahu), tak na ty méně atraktivní (např. technická zaměstnání, poskytování služeb a služby v průmyslových odvětvích, jako například management, právo a účetnictví). Méně atraktivní součástí sektoru samozřejmě skýtají nejvíce pracovních míst a jsou obecně dosažitelnější většímu počtu tvůrčích talentů.

Například ve Spojeném království v posledním desetiletí došlo v oblasti kreativního učení a konkrétněji kreativního podnikání ve školách k vývoji směrem ke kreativnějšímu přístupu více orientovanému na spolupráci. Mezi nejdůležitější novinky patří:

– **Spuštění Národní dovednostní akademie pro kreativní a kulturní sektor (National Skills Academy for the Creative and Cultural Sector)**, což je členská organizace kreativních podniků a školitelů, a **zavedení diplomů pro kreativní sektor**: Diplom pro kreativní a mediální odvětví v září 2009 je součástí pokračujícího posunu směrem k praktičtějším, techničtějších, firmami vedeným aktivitám s větším zapojením třetích stran včetně kulturních organizací a kreativních podniků. Akademie podpořila a zprostředkovala více než 1800 stáží a více než 1 milion lidí využilo informací o průmyslem podporovaných pracovních příležitostech prostřednictvím programu Creative Choices. Kromě toho byla vyvinuta nová infrastruktura, například High House Production Park – „mezinárodní centrum excelence v kultuře, kreativních dovednostech a regeneraci“.

**– Učení související s prací (Work-related learning – WRL):** WRL je již základní součástí anglických národních osnov ve fázi Key Stage 4 a je považováno za nepostradatelné při poskytování celé řady dovedností, například zvýšení zaměstnatelnosti, a otevírá cesty k pracovním pozicím. Partnerství s firmami podporuje i současná vláda, ačkoli se zatím neobjevila žádná strategie či významná aktivita.

**– Uznání neformálního vzdělávání:** Poskytovatelé neformálního vzdělávání (často organizace provozované kreativními profesionály a dobrovolnými sdruženími) hrají klíčovou roli v poskytování dovedností a znalostí potřebných pro úspěch v kreativních odvětvích. Jelikož různí poskytovatelé nabízejí ověřené kvalifikace, hranice mezi neformálním a formálním vzděláváním se postupně rozostřují. Mnoho poskytovatelů neformálního vzdělávání a dobrovolnických organizací však v současné době usiluje o získání účinného postavení kvůli průběžnému snižování výdajů. Jádro trhu, ve kterém působí organizace kreativního vzdělávání, se tedy významně zmenšuje. V této oblasti kreativního vzdělávání se tedy rozevírá investiční propast a je ve všeobecném zájmu ji uzavřít, než dojde k negativnímu ovlivnění udržitelnosti a důvěry v celém sektoru.

**– Lepší zapojení uměleckých a kulturních organizací či profesionálů:** Aktéři v oblastech umění a kultury, včetně uměleckých organizací, jsou stále častěji žádáni, aby poskytovali aktivity kreativního vzdělávání jako součást svého základního podnikání. Ve Spojeném království hrály důležitou roli v uvádění kreativity do školních učeben a vzdělávacího prostředí v širším smyslu programy jako Creative Partnerships, Find Your Talent a Make Your Mark. Ty také sehrály významnou roli v budování profesionálních kapacit a trhu se vzděláváním pro uměleckou a kulturní oblast– mnoho kreativních profesionálů zahájilo udržitelný kariérní postup propojením svého „umění“ se svou rolí poskytovatele služeb v kreativním vzdělávání. Přerušení státem financovaných programů jako Creative Partnership zasadilo těžkou ránu kreativnímu vzdělávání obecně. Vedlo to však ke vzestupu podnikatelského přístupu ze strany uměleckých a kulturních organizací, které se následně přizpůsobily rolím poskytovatelů kreativního vzdělávání, a to často i ve školách jako součást širšího programu kreativního vzdělávání. Aktuální situace je do značné míry v pohybu. Organizace jako a New Direction (financovaná jakožto National Portfolio Organisation organizací Arts Council England, s úkolem propojit, koordinovat a konsolidovat umění a kreativní učení) si stanovily za cíl utvářet budoucnost světa kreativního podnikání.

Je zřejmé, že je toho ještě třeba mnoho udělat, zejména v souvislosti s kreativním podnikáním ve školách. Tento bod na konferenci vyzdvihl **Steve Ackerman**, ředitel organizace Somethin‘ Else.[[5]](#footnote-5) Steve hovořil o trvající potřebě získávat mladé lidi, kteří jsou iniciativní, extrémně motivovaní a otevření různým typům úkolů, ať už se na první pohled zdají sebepodřadnější. Celkově Steve ukázal na tři typy deficitů v profilech mladých lidí, se kterými se při náboru setkává:

– **I nadále je velice obtížné získávat mladé lidi z menšinových etnických komunit a z „dělnického“ sociálního zázemí.** Důvodem je směs bariér ve vzdělání, kulturních faktorech a schopnosti ze začátku kreativní kariéry pracovat za málo. Kreativní odvětví jsou stále poměrně monokulturní a „středostavovská“, což znamená, že tento sektor nevyužívá efektivně celé spektrum dostupného talentu a mnoho mladých nemá přístup k příležitostem, které mají jejich bohatší vrstevníci s lepšími konexemi.

**– Přístupem typu „můžu/musím“, který je pro přežití a následný úspěch v kreativních odvětvích nutný, disponuje velice málo mladých.** Steve to formuloval následovně: „*Potřebujeme mladé lidi, kteří jsou dostatečně agilní na to, aby se od popisu své práce posunuli k rozmanité řadě dalších úkolů*“. V současné době této požadované agilitě mnoho mladých odolává a místo toho se tvrdohlavě drží toho, v čem byli vzděláni či vyškoleni nebo v čem jsou podle sebe dobří.

– **Panuje skutečný nedostatek specialistů a velmi významně chybí některé dovednosti** – např. u vývojářů a kódovacích dovedností (zejména mezi ženami). Tím pak vzrůstá tržní cena specialistů a náklady pak nesou i zákazníci. Tento problém je často zmiňován při diskuzích o budoucí konkurenceschopnosti herního průmyslu. Organizace jako UK Games Trade Association, TIGA,[[6]](#footnote-6) volají po renesanci vědy o počítačích ve školách v kombinaci s dynamickým přístupem ke kreativnímu podnikání. Při uvedení MacBooku Air na trh Steve Jobs řekl:

*„Technologie jako taková nestačí. Je potřeba snoubit technologii s uměním a humanitními obory, abychom dosáhli výsledků, nad nimiž srdce zaplesá...“*

V současnosti naše vzdělávací instituce reagují na technologické posuny a požadavky na dovednosti, které umožňují z těchto technologií vytěžit potenciál. Ideálně by měly spolupracovat s poskytovateli technologií a firmami, aby naplno využili možností nových a vznikajících technologií a podíleli se tak na nabídce požadovaných dovedností:

*„V oboru digitálních médií si lze zachovat konkurenceschopnost pouze tak, že využijete vznikající technologie dříve než někdo jiný. Úspěch mají průkopníci, rychle se adaptující firmy a hazardéři.“* (John Manley, HP Labs)

**2. Imperativ pro školní učebny: jak kreativní osnovy zlepší vyhlídky na zaměstnání a posílí inovace a konkurenceschopnost**

**Annika Löfgren** (Zakladatelka KREO[[7]](#footnote-7)) a **Sara Hägglund**(Univerzita Mälardalen  ve Švédsku) přednesly prezentaci, v níž zdůraznily potřebu integrace kreativního podnikání v rámci celých osnov, a ne jen v rámci jakéhosi „ghetta“ úzké skupiny uměleckých či humanitních předmětů. Ve Švédsku byly nové osnovy vybudovány podle Národní strategie pro podnikání ve vzdělání 2009 (2009 National Strategy for Entrepreneurship in Education), která předepisuje podnikání jako základní dovednost v několika předmětech. Tento přístup má usnadnit zavedení Švédské národní strategie pro inovaci 2020 (Swedish National Innovation Strategy to 2020). Tato situace stojí v kontrastu se zkušenostmi a přístupy v jiných zemích (včetně Spojeného království), kde je kreativní podnikání ve školách zaváděno postupně, často krátkodobě a v závislosti na motivaci jednotlivých organizací, škol a osob, spíše než na strukturované, soudržné a ambiciózní politice.

Ve Švédsku není kreativní podnikání považováno výhradně za prostředek k dosažení pohotovějšího a konkurenceschopnějšího kreativního průmyslu, ačkoli jde samozřejmě o klíčový aspekt.[[8]](#footnote-8) Je spíše založeno na následující myšlence:

*„Školy provozované s motivací, relevancí, kreativitou a sebedůvěrou v budoucnu zabezpečí, že žáci i učitelé si budou připadat lépe, budou motivovanější a v důsledku toho se více naučí.“* (Annika *Löfgren a*Sara Hägglund – citováno na konferenci).

Švédská národní agentura pro vzdělávání (Swedish National Agency for Education) to formuluje následovně:

„*Podnikání ve školách je vzdělávací přístup v rámci školních učeben*“ (citováno na konferenci).

### Nyní musíme udělat pár kroků zpět od „přístupu průmyslové společnosti“, kde je budoucnost naplánována (např. v ohledu dostupných typů pracovních míst) a mladí jsou učeni a regulováni centralizovaně, k otevřenějšímu, interaktivnímu přístupu, za nímž nestojí jediný autor. Kreativní podnikání zde může hrát důležitou roli, a sice snížit závislost na externě motivovaném učení, kde je motivací žáků povinnost a nutnost do stejné míry jako individuální aspirace, zvědavost a odvaha. Røe Ødegård (2010)[[9]](#footnote-9) tvrdí, že oživením vzdělávacího procesu pomocí podnikatelského učení mohou být mladí mobilizováni k tomu, aby nahradili pasivitu realitou a reprodukci inovací.

Organizace KREO v této oblasti funguje jako katalyzátor – převádí teorii podnikání do praxe ve školách prostřednictvím interaktivních seminářů, kde jsou učitelé i žáci povzbuzováni, aby společně utvářeli proces učení, který má ve svém jádru podnikání.

**3. Imperativ pro instituce: Kreativní podnikání jako klíčová mise pro celé prostředí umění a vzdělávání**

„*Nejsou potřeba nové nebo upravené nástroje pro přenášení znalostí, nýbrž něco zcela jiného: prostory, v nichž k těmto interakcím dochází.“* (Geoffrey Crossick, Přednáška pro Royal Society of Arts, 2009)

V panelové diskuzi v rámci konference **Honor Wilson-Fletcher, MBE** (ředitelka nadace Aldridge Foundation[[10]](#footnote-10)) vyjádřila nespokojenost s tím, jak jsou instituce v rámci sektoru vzdělávání a umění/kultury často negativně nakloněny podnikání, protože jejich vlastní provozní úspěch závisí na rigidním rozdělení a systému řízení. To se pak promítá do všech aspektů dané instituce. Ve školách tomu pak odpovídá, jak jsou zaměstnanci vyškoleni, motivováni a mobilizováni a tím pádem jak jsou zapojeni, inspirováni a učeni žáci. V umělecké nebo kulturní instituci (která může být partnerem nebo zdrojem pro kreativní učení) tomu odpovídá rozšířený nedostatek kapacity a sebedůvěry k rozvoji nových způsobů, jak zapojit publikum a jak se s ním podílet na tvorbě, nebo nedostatečný rozvoj rozmanitých zdrojů příjmů nutných pro udržitelnost a růst.

Honor Wilson Fletcher přesvědčivě hovořila o „imperativu kreativního podnikání“, kdy učitelé musejí překonat přístup typu „stůj a mluv“. Mluvila o potřebě, aby vzdělávací instituce opustily své historicky dané komfortní zóny a zajistily tak, že mladí lidé jsou schopni opustit ty své:

*„Všichni víme, že malé děti jsou přirozeně podnikavé... my to z nich vytlačíme a pak se to do nich snažíme opět natlačit.“*

Honor Wilson Fletcher, spolu s **Catherine Large** (ředitelka pro kreativní a kulturní dovednosti),[[11]](#footnote-11) **Lindsey Hall** (ředitelka organizace Real Ideas)[[12]](#footnote-12) a **Ericou Neve** (vedoucí odboru učení organizace Livity),[[13]](#footnote-13) poté rozebíraly, jak můžeme institucím pomoci, aby byly více podnikavé a tím pádem začaly postupně více „riskovat“. Součástí toho jsou příležitosti k propojení mikropodniků se školami. Školy přitom nabízejí prostory nebo platformy pro zapojení mladých talentů, rozvoj nápadů a zavádění podnikavého myšlení k mladým lidem a do vzdělávacích institucí.

Pozitivní výsledky by na tomto poli mohl mít program Academy ve Spojeném království, který teoreticky zavádí „volný trh“ do způsobu, kterým se školy propagují, generují zisk a rozvíjejí svou pozici v místní komunitě. Pozitivní výsledky programu, jako například integrace podnikatelské kultury do vzdělávání, by mohly do určité míry kompenzovat ty negativní (chaotická reforma, problematický výběr a zavedení obrovských inkonzistencí do kvality a příležitostí).

Na základě tohoto příkladu řečníci poukázali na spojení mezi podnikáním u institucí a podnikáním pro mladé. Příklad:

**– Příliš mnoha mladým chybí komunikační dovednosti a jsou schopni komunikovat pouze v úzkém rozsahu komunikačních rejstříků.** To je částečně důsledkem nedostatečného rozsahu, v němž s mladými komunikuje škola. Přístupy, které k mladým hovoří různými způsoby, podporují tvorbu a činnosti stejně jako teorii (a také naslouchání a pozorování) a pobízejí ke společné tvorbě prostředí pro učení, mladým pomáhají rozvíjet komunikační dovednosti vyžadované pro splnění jejich tvůrčích aspirací.

– **Existuje příliš mnoho krátkodobých projektů**, které působí, jako by byly provozovány „pro“ mladé, namísto dlouhodobějších programů týkajících se zapojení a učení tam, kde mohou mladí navazovat vztahy (tedy s podnikateli). Programy jako FILMCLUB,[[14]](#footnote-14) který poskytuje plán sledování a recenzování filmů a zprostředkovává kontakty a aktivity v oboru a médiích, zde mohou hrát důležitou roli, a sice že dají mladým stálou platformu a řadu nástrojů pro zapojení, které jim pomohou vybudovat cesty pro postup od zahájení školy až do jejího opuštění. Projekty v rámci programu CENTRES jsou na tomto typu aktivity založeny. Například 300 mladých ve věku 13–19 let v rámci programu Youth Entrepreneurship Development Programme organizace ENTRUM (partner projektu CENTRES) se nedávno ve spolupráci s režisérem hudebních videí (Heigo Lepla) účastnilo natáčení hudebního videa pro písně od estonských hudebníků (Teele Viira, Tuuli Rand a ULA).

– **Chybí nám integrace mezi akademickým a praktickým vzděláním.** Pouze velmi málo mladých se setkává s praktickými dovednostmi, které budou potřebovat na trhu, pokud chtějí uspět v oblastech, jako jsou kreativní odvětví. Honor Wilson-Fletcher to podává následovně:

*„Musíme se co nejvíce snažit dostat skutečný svět do školních učeben a školní učebny do skutečného světa.“*

K podnikání ve školách je tedy vyžadován celostní přístup, v němž je transformace institucí předpokladem pro transformaci jednotlivců a kde je stěžejní širší zapojení (rodičů, firem, komunity).

V tom se můžeme učit od Norska. Norská ministerstva školství a výzkumu, obchodu a rozvoje a místních samospráv a místního rozvoje ve svém společném dokumentu národní strategie z roku 2006 poskytují přehledný úvod k podnikání jakožto vztahově závislému a společensky zakořeněnému jevu:

*„Podnikání je dynamický společenský proces, v němž jedinci – ať už společně či ve spolupráci – nalézají příležitosti pro inovaci a naplňují je pomocí převodu myšlenek na praktické a cílené aktivity v sociálním, kulturním či ekonomickém kontextu.“* (str. 4)[[15]](#footnote-15)

Dokument národní strategie cílí na rozvoj osobních vlastností a postojů jednotlivce, ale činí tak zdůrazněním potřeby vylepšit otevřenost, spolupráci a průzkumný charakter celého vzdělávacího prostředí. Jinými slovy: pokud mají mladí lidé využívat účinného podnikatelského vzdělávání, instituce se musejí změnit a různé instituce musejí spolupracovat.

**4. Imperativ pro jednotlivce: Podnikání jako prostředek osobního rozvoje.**

*„Podnikání je způsob myšlení a jednání. Je to postoj vůči světu, který znamená, že se chováte odpovědně a jste schopni vést sami sebe.“*

(Peltonen 1986)

**Outi Hägg** (Univerzita v Aalto ve Finsku – partnerská instituce projektu CENTRES), která citovala výše uvedené, přednesla předposlední projev konference. Popisovala přístup k podnikatelskému vzdělání vyvinutý během mnoha let ve Finsku a přitom vyzdvihla důležitost chápání různých cest, kterými se jednotliví studenti dávají při cestě svým osobním, společenským a vzdělanostním rozvojem. Úkolem pro učitele a jiné odborníky na učení a také pro vlivné osobnosti je dát mladým prostor k prozkoumání jejich potřeb a kultivaci jejich vlastní identity. Podnikatelé jim k tomu poskytnou nástroje k sebeprojevení a sebeurčení. V kontextu institucí toto může být náročné a může to svádět ke hledání univerzálních řešení a výsledků. Zde Outi Hägg navrhuje, že u podnikání existuje „etika“, kterou lze přijmout, aby bylo učení přizpůsobitelné jednotlivci v rámci širšího školního prostředí.

Hlavní „etické aspekty“[[16]](#footnote-16) zahrnují přístupy, které:

– Zdůrazňují silné stránky jednotlivců, spíše než aby je odrazovaly přehnaným poukazováním na slabé stránky nebo omezováním jejich identity na „jednoho z davu“

– Posilují jednotlivce, spíše než aby snižovaly jejich sebeúctu

– Naslouchají jim a zapojují je, spíše než aby je přehlížely.

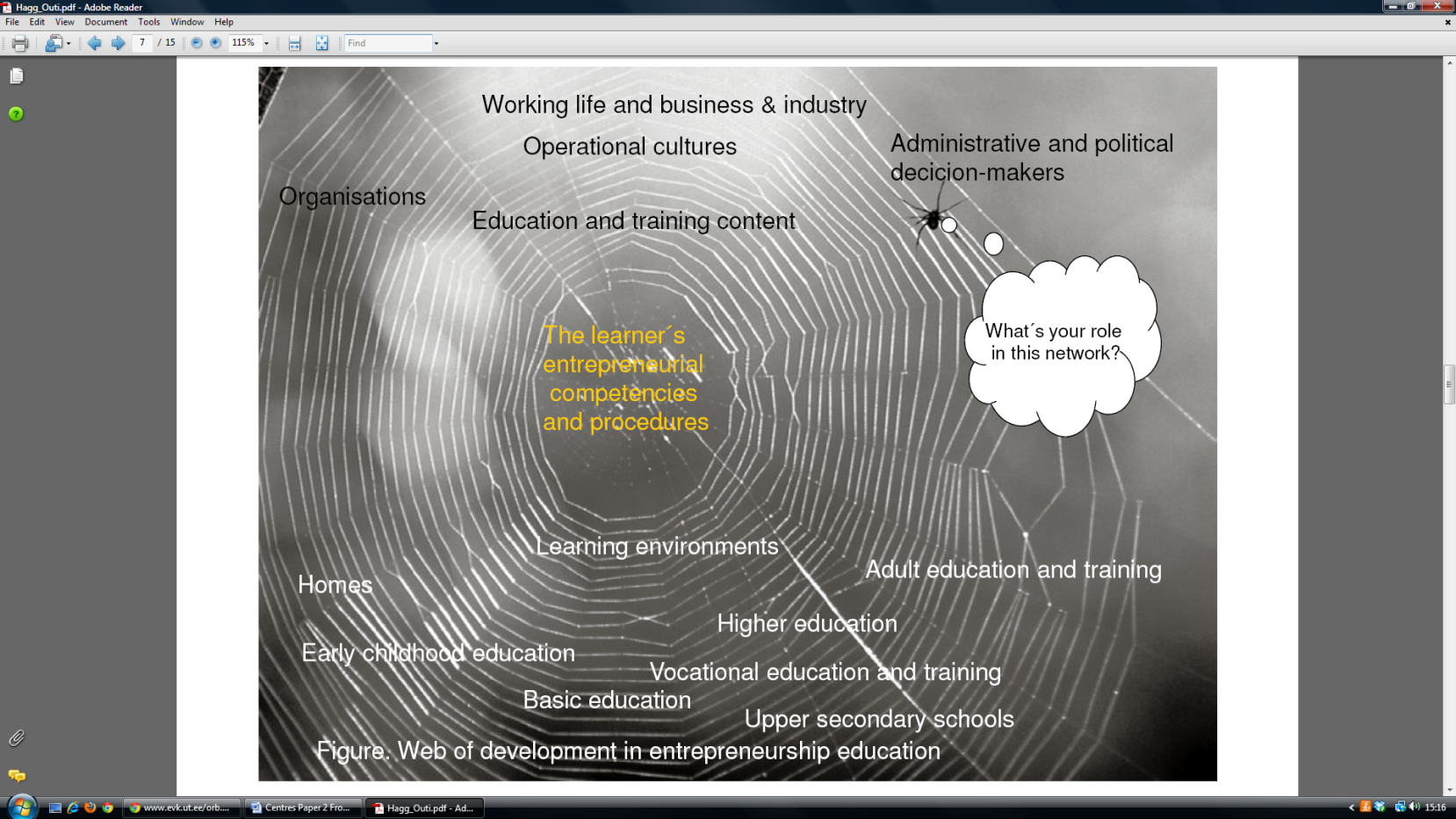
Mezi etické nástroje pro výuku podnikání tím pádem patří:

– Reflexe – poskytuje jednotlivcům prostor a čas, aby přemýšleli, a ukazuje, že tento proces myšlení je oceňován

– Dialog – diskuze a naslouchání jednotlivým úhlům pohledu v rámci celého procesu učení

– Rozvoj kontaktů – sítě kontaktů založené na důvěře ve schopnost jednotlivců projevit iniciativu a apetit (podněcované podnikatelskou perspektivou).

Tento přístup soustředěný na žáka je ilustrován v konceptu Outi Hägg nazvaném „síť podnikatelského učení“, který autorka vypracovala pro svou novou knihu. Tato síť, načrtnutá níže, ukazuje rozdílné vlivy na cestu každého žáka a zdůrazňuje, že bychom měli podnikatelské vzdělávání začlenit již do vzdělávání v raném dětství až do období profesního života včetně. Tím se nadále zvyšuje potřeba přijetí podnikatelského vzdělání a praxe učiteli, hierarchiemi institucí a jednotlivými žáky.



Podnikatelské dovednosti žáka a postupy

Vyšší školy druhého stupně

Odborné vzdělávání a výcvik

Vzdělání v raném dětství

Vzdělávací prostředí

Základní vzdělání

Vyšší vzdělání

Jaká je vaše role v síti?

Vzdělání a školení dospělých

Domovy

Administrativní a političtí hráči

Obsah vzdělání a školení

Práce v oboru/sektoru

Provozní kultury

Organizace

**Síť vývoje v podnikatelském učení (Outi Hägg).**

Závěrečný řečník **Harald Lepisk** (Victory Trainings, Estonsko[[17]](#footnote-17)) dále zdůraznil potřebu ctít osobnost jakožto stěžejní součást podnikatelského vzdělávání. Pomocí několika optimistických zpráv a chytře zvolených citátů se Harald Lepisk vyjádřil ve smyslu podpory důležitosti tvorby a aktivity jako zásadních prvků v učení a osobním rozvoji.

*„Musíme něco tvořit, jinak to v nás zemře.“*

Vyzval k podpoře kultury společné tvorby v rámci vzdělávání, kde by mladí nebyli pouze pasivními příjemci vzdělání, ale spolupracovníky na tvorbě programů a stanovování priorit, a bylo by jim dokonce povoleno dělat chyby. Svou řeč zakončil výrokem, který poukazuje na to, že podnikatelské vzdělávání by se mělo týkat běžných životních dovedností a schopnosti přežít, souvisejících s dosahováním cílů a kreativním zaměstnáním:

*„Největší výzvou v životě je naučit se to, co děláte každý den.“*

Tento pohled potvrzuje nedávná kanadská studie Lisy Phillips: *7 Skills Children Need to Succeed in an Increasingly Right Brain World* (Artistic Edge, 2012). Se zaměřením na výuku umění (spíše než na kreativní výuku) Lisa Phillips požaduje přehodnocení toho, co a jak naše mladé učíme, a nahrazení přístupu STEM (založeného na oborech Science, Technology, English a Maths – tedy přírodní vědy, technika, jazyk a matematika) přístupem STEAM (s přidaným A jako Arts, tedy umění a humanitní předměty). Na konec tohoto dokumentu je vhodné zmínit následujících 7 dovedností (pro tento dokument přizpůsobených),[[18]](#footnote-18) přičemž je zřejmé, že většina z nich bude s pokračováním programu CENTRES dále zkoumána.

1. **Kreativita** – Schopnost myslet s nohama na zemi, přistupovat k úkolům z různých hledisek a přemýšlet mimo vyjeté koleje vaše dítě odliší od ostatních. Pokud mají děti s kreativním myšlením zkušenost, tato schopnost se jim přirozeně vrátí i v jejich budoucí kariéře.
2. **Řešení problémů** – Umělecká tvorba se rodí skrze řešení problémů. Děti, které se účastní uměleckých aktivit, jsou neustále nuceny řešit problémy, aniž si to uvědomují. Tato zkušební řešení problémů rozvíjejí u dětí schopnost uvažovat a porozumět. Dojde tak k rozvoji důležitých schopností řešit problémy, které jsou nutné pro úspěch v jakémkoli povolání.
3. **Vytrvalost** a **soustředění** – Když dítě poprvé vezme do ruky housle, ví, že nemůže hned hrát Bacha. Když však cvičí, učí se technice a dovednostem a nevzdá to, Bachovy koncerty jsou brzy na dosah. Ve světě, který je čím dál tím více konkurenční a kde je neustále požadován rozvoj nových dovednosti, je vytrvalost nezbytná k dosažení úspěchu. Další důležitou dovedností, kterou kreativní práce rozvíjí, je kromě toho schopnost se soustředit. Udržování rovnováhy mezi nasloucháním a vlastním přispíváním vyžaduje značnou dávku soustředění.
4. **Neverbální komunikace** – Prostřednictvím zkušeností s aktivitami, jako je výuka divadla nebo tance, se děti učí strukturovaně chápat mechaniku řeči těla. Vyzkoušejí si různé pohyby a pochopí, jak tyto pohyby komunikují různé emoce. Jsou poté školeny v dovednostech souvisejících s vystupováním před publikem, aby se ujistily, že svou roli předvádějí správně.
5. **Přijímání konstruktivní kritiky** – Přijímání konstruktivní kritiky vystoupení nebo výtvarného díla je pravidelnou součástí všech tvůrčích aktivit. Děti se naučí, že kritika je součástí učení se a není třeba se kvůli ní urážet nebo si ji brát osobně. Je to užitečná věc. Jejím cílem je vylepšit dovednosti a hodnocení a je součástí všech kroků procesu.
6. **Spolupráce** – Prostřednictvím umění a tvůrčích aktivit si děti vyzkoušejí společnou práci, sdílení odpovědnosti a dosahování kompromisů ve skupině, aby dosáhly společného cíle. Díky těmto zkušenostem děti získají sebedůvěru a začnou zjišťovat, že jejich příspěvek má hodnotu i tehdy, pokud nemá hlavní roli.
7. **Zodpovědnost** – Když si děti cvičí spolupráci při tvorbě, zvyknou si na myšlenku, že jejich činy mají vliv na ostatní. Naučí se, že když nejsou včas připraveni, ostatní tím trpí. Díky umění se děti také učí, že je důležité umět připustit chybu a přijmout za ni odpovědnost. Jelikož chyby jsou v umění běžnou součástí učení, děti zjistí, že chyby se prostě stávají. Uvědomíme si je, poučíme se z nich a pokračujeme dál.

**Další kroky**

Další fáze programu CENTRES budou mít důležitou roli ve zkoumání, jak účinně začlenit kreativní podnikání do vzdělávacího prostředí. Jednotlivé projekty budou provádět pilotní programy s různými aktivitami a budou své poznatky sdílet. Jak jsme zmínili v úvodu k tomuto materiálu, program má celkově za cíl zvýšit jak aspirace, tak popularitu, podpořit lepší a častější zajištění ze strany partnerů a přesvědčit okolí o důležitosti tohoto přístupu. To povede ke třetí a závěrečné konferenci CENTRES na jaře 2014, která bude výsledky programu prezentovat a nastaví společný evropský plán pro kreativní podnikání ve školách. Konečný dokument programu CENTRES týkající se inovace tento plán předestře a ukáže na dlouhodobé příležitosti pro kreativní podnikání ve školách, aby se partneři mohli posunout vpřed s přehledem a s jasnou vizí.

1. Podnikatelské vzdělání v evropských školách – národní strategie, osnovy a výsledky učení (Evropská komise, březen 2012). [↑](#footnote-ref-1)
2. Dánsko, Estonsko, Litva, Nizozemsko, Švédsko, Norsko, Wales a vlámská část Belgie. [↑](#footnote-ref-2)
3. Rakousko, Bulharsko, Česká republika, Finsko, Řecko, Maďarsko, Island, Lichtenštejnsko, Polsko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko a Turecko. [↑](#footnote-ref-3)
4. www.anewdirection.org.uk [↑](#footnote-ref-4)
5. www.somethinelse.com [↑](#footnote-ref-5)
6. www.tiga.org [↑](#footnote-ref-6)
7. www.kreo.org [↑](#footnote-ref-7)
8. Viz „To Do: Development of Cultural and Creative Industries in Practice“ (Anna Linton a Jonas Michanek, 2013) pro chytře zpracovaný úvod do prostředí podpory kreativních odvětví ve Švédsku. [↑](#footnote-ref-8)
9. [Inger Karin Røe Ødegård](https://www.google.co.uk/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&sqi=2&ved=0CDYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.hisf.no%2Fansatt%2Fvis%2Finger.karin.roe.odegard&ei=dIYjUZzVPM3I0AXMpoD4CQ&usg=AFQjCNGbOedSpmvhUrNnJV-5a_tol3FJEg&sig2=XabTzWCJ4Sppo5hD5oMe_w) (2000), *Focusing Entrepreneurship in Education as a Postmodern Paradigm* strany 143–152, in Sjovoll, J. a Skogen, K. *Creativity and Innovation, Preconditions for Entrepreneurial Education*. (Tapir Academic Press). [↑](#footnote-ref-9)
10. www.aldridgefoundation.com [↑](#footnote-ref-10)
11. www.ccskills.org.uk [↑](#footnote-ref-11)
12. www.realideas.org [↑](#footnote-ref-12)
13. www.livity.co.uk [↑](#footnote-ref-13)
14. www.filmclub.org [↑](#footnote-ref-14)
15. Norská vláda(2006), (revidováno) *Strategy for Entrepreneurship in Education 2004–2008: See Opportunities and Make Them Work*. [↑](#footnote-ref-15)
16. Atjonen 2011, Learning today – Education for the Future (Finnish Educational Research association). [↑](#footnote-ref-16)
17. www.creativity.trainings.ee [↑](#footnote-ref-17)
18. Úplný a rozšířený seznam naleznete zde: http://www.washingtonpost.com/blogs/answer-sheet/wp/2013/01/22/top-10-skills-children-learn-from-the-arts/ [↑](#footnote-ref-18)