

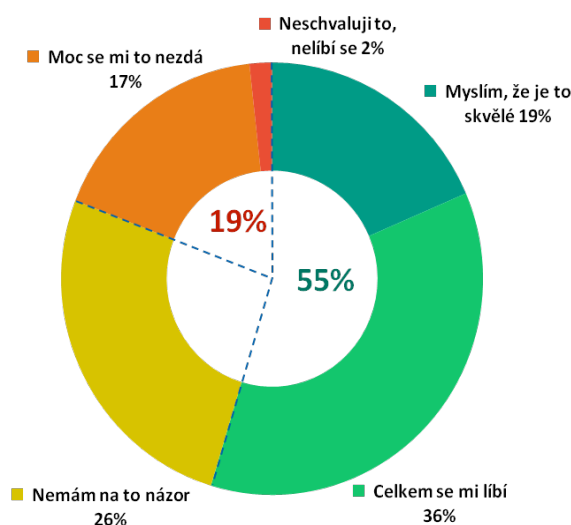
Lesní mateřské školky jsou trendem současnosti. Lidem se líbí, ale nemají dostatek informací.

Sociologický výzkum na téma lesních mateřských školek (LMŠ), uskutečnila během letošního května společnost NMS Market Research. Výzkum přichází se zajímavými zjištěními. Většina české společnosti lesní mateřské školky zná, i když pouze okrajově a málokdo z vlastní zkušenosti. Značná část populace by své dítě do lesní školky poslala, a jsou to především muži. Nejvíce zde lidé oceňují bližší navázání kontaktu s přírodou, utužení zdraví nebo přístup pedagogů.

„Tato forma přístupu k dětem spojená s pobytem v přírodě mě nadchla. Nyní si můj syn již druhým rokem bere batůžek a vyráží do brdských lesů. Zaujalo mě, že někteří lidé v mém okolí jsou z této formy předškolního vzdělávání nadšeni, u jiných toto téma naopak vzbuzuje spoustu otázek,“ říká Jana Svobodová, autorka výzkumu.

Většina české populace (73 %) lesní mateřské školky zná, a to především z médií. Převážně je však tato znalost jen okrajová, „slyšeli o tom“. Nějakou bližší zkušenost s LMŠ (většinou skrze známé) má jen 6 % populace. Zároveň se tento koncept (představa dětí v lesních mateřských školkách) lidem líbí. Pozitivně LMŠ hodnotí více než polovina populace. Lidí, kteří tento způsob vzdělávání vyloženě neschvalují, jsou pouhá 2 %, ale dalších 17 % o konceptu pochybuje, nezdá se jim to úplně v pořádku.

Graf: Co si myslíte o tomto způsobu vzdělávání?



(N=524 respondentů ve věku 18-65 let)

Z výzkumu dále vyplývá, že pokud by byli lidé aktuálně v situaci rozhodování, zda pošlou své dítě do lesní mateřské školky, 56 % by bylo pro tuto variantu vzdělávání. Zajímavostí je, že převažují muži nad ženami, kteří by zvolili tuto možnost předškolního vzdělávání. Ženy se často obávají o zdraví dětí a pobytu venku v nepříznivém počasí. Naopak faktor zdraví je rozhodující i na opačném pólu - těch, co by vzdělávání svých dětí v LMŠ uvítali a kteří předpokládají pozitivní vliv pobytu venku a naopak utužování zdraví dětí. Jiné výzkumy potvrzují právě druhou variantu, tedy pozitivního vlivu na zdraví dítěte a zároveň dobrou připravenost na následnou školní docházku (Asociace LMŠ).

A proč by dotazovaní lidé upřednostnili vzdělávání svých dětí v lesní školce? Nejčastějším důvodem je pevnější navázání vztahu s přírodou, již zmíněné utužení zdraví dětí, ale také osobnější přístup pedagogů.

LMŠ se v povědomí veřejnosti objevují poměrně krátkou dobu, “na výsluní“ se dostaly až v posledních letech, kdy probíhá politická i mediální debata ohledně jejich legislativního ukotvení. Lidé proto s těmito zařízeními nemají tolik zkušeností a zároveň i omezené množství informací. Ti, co se ke konceptu LMŠ staví odmítavě a tolik mu nedůvěřují, jsou převážně právě ti, kteří nemají zkušenost a znají téma jen okrajově nebo vůbec. Další překážky k tomu poslat dítě do LMŠ jsou i faktory jako absence takového zařízení v okolí bydliště nebo finanční náročnost. Náklady na provoz zařízení jsou nyní plně hrazeny rodiči, jelikož LMŠ zatím nejsou ukotveny ve státním vzdělávacím systému a nepobírají proto žádné příspěvky. Právě tuto změnu by i většina lidí podpořila. Téměř tři čtvrtiny souhlasí se zařazením lesních mateřských školek do rejstříku škol, aby mohly pobírat dotace stejně jako školky státní.

Něco málo o lesních mateřských školkách:

LMŠ je alternativou ke klasickému předškolnímu vzdělávání. Klade se zde důraz na pobyt dětí v přírodě a vzdělávání mimo učebny. Odpočinek dětí probíhá v zázemí, které má nejrůznější podoby, nejčastěji jsou to jurty, chatky, týpí či maringotky. Děti z LMŠ netráví celý rok jen v lese. Nedílnou součástí náplně školního roku jsou i návštěvy divadel, muzeí, exkurzí atp. Vzdělávání v LMŠ probíhá stejně jako u „klasických“ školek v souladu s dokumentem MŠMT, tzv. Rámcovým vzdělávacím programem, avšak na rozdíl od „klasických“ mateřských škol, nejsou v současné době nijak právně ukotveny, na jejich závazné definici a evidenci u MŠMT se v současné době pracuje (zdroj: Asociace lesních MŠ).

O agentuře NMS:

NMS Market Research pomáhá největším hráčům na trhu již od roku 1998 zlepšovat zákaznický servis, nabízet lepší produkty a získávat nové zákazníky. Pomocí chytrých řešení v oblasti marketingového výzkumu pomáháme našim klientům lépe rozumět svým zákazníkům a proměnit toto porozumění ve správná obchodní rozhodnutí (www.nms.cz).

Autorka článku: Petra Vaňková, www.7kvitek.cz