



Młodzi aktywnymi uczestnikami planowania energetycznego i klimatycznego w mieście

O 2.1. Strategia zaangażowania grup docelowych

WP2 Zaangażowanie grup docelowych

Zadanie 2.2. Kampania mobilizacyjna



Spis treści

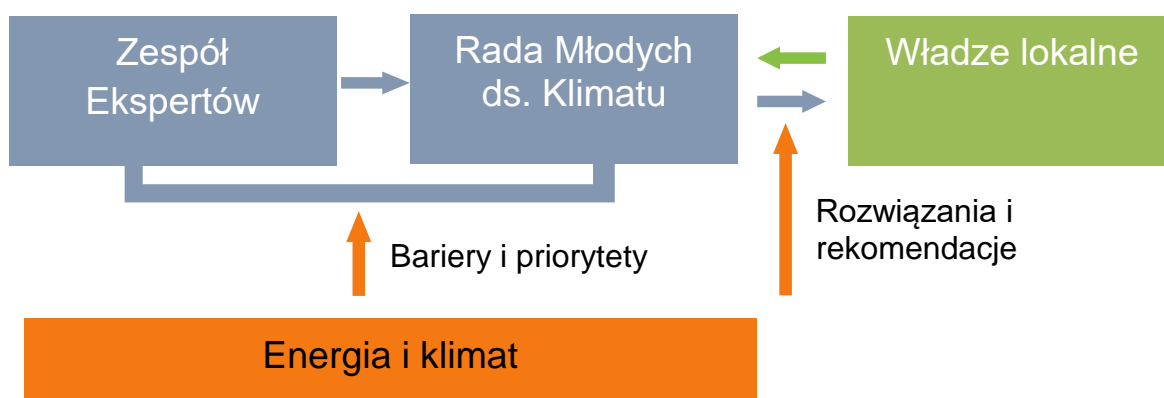
Koncepcja projektu	3
Zaangażowanie młodych w planowanie klimatyczne	4
Wnioski z fazy angażowania	9
Studium przypadków	13

1. Koncepcja projektu

Projekt EYES ma na celu zintegrowanie/integrację i ocenę innowacyjnej metody angażującej młodych ludzi w lokalne klimatyczne i energetyczne planowanie w mieście. Dlaczego?

Zmiany klimatu to wyzwanie dla całego świata, które szczególnie wpływa na życie młodych pokoleń. Władze lokalne, dzięki swoim strategicznym dokumentom planistycznym, są głównymi liderami, którzy mogą podjąć to wyzwanie. Co więcej, koordynacja i integracja w procesie planowania strategicznego jest ważna dla skuteczności i efektywności działań podejmowanych przez władze lokalne/lokalne autorytety.

Młode pokolenia nie mają zwykle głosu w sprawie planowania energetycznego i klimatycznego, i pozostają do pewnego stopnia odizolowane. Ponadto wrażliwe grupy społeczne, mające większe trudności z reprezentowaniem swojego stanowiska prawdopodobnie bardziej odczuwają skutki zmian klimatu. W związku z tym młodzi ludzie ze szczególnie wrażliwych społeczności stanowią sektor społeczny, do którego trudno dotrzeć. Znajduje to odzwierciedlenie w różnych problemach społecznych, takich jak ubóstwo energetyczne lub paliwowe, które staje się zakorzenionym problemem społecznym w krajach UE¹.



Rysunek 1: Schemat logiki EYES stojącej za każdym pilotem, w którym Rada Młodych współpracuje z Zespołem Ekspertów i władzami lokalnymi w celu dostarczenia rozwiązań z zakresu ochrony klimatu i rekomendacji dla gmin oraz promowania barier i priorytetów, które młodzi ludzie muszą zaangażować w planowanie energetyczne i klimatyczne.

Propozycja EYES: aby właściwie zareagować na wyżej wspomniany problem, projekt EYES ma na celu integrację i ocenę innowacyjnej metody zwiększającej udział młodych ludzi w planowaniu lokalnym w dziedzinie energii i klimatu w sześciu pilotażowych miastach

¹ Cristina, B., Oriol, G., Joana, M., Aniol, E., Marta, G., Sergio, M. and Radostina, S. (2017). *Atlas of Energy Poverty Initiatives in Europe*. [online] State-by-State Review. Available at: <https://www.ecoserveis.net/wp-content/uploads/2019/02/Atlas-of-energy-poverty-initiatives-in-Europe.pdf> [Dostęp 18 grudnia 2019].

konsorcjum projektu: w Granollers w Hiszpanii, Sønderborg w Danii, Neapol we Włoszech, Lyon we Francji, Cieszyn w Polsce i Warna w Bułgarii.

Dzięki wsparciu interesariuszy z Zespołu Ekspertów (zwanego dalej ZE) w każdym mieście stworzono zespoły interwencji młodzieży (zwanego dalej YIT), współpracujące z innymi partnerami w zakresie identyfikacji kluczowych barier i obaw dot. energii i klimatu, w celu określenia priorytetów młodzieży, znalezienia rozwiązań i opracowania rekomendacji dla decydentów w sprawie efektywnego planowania energii i klimatu.

Proces partycypacji przyczyni się do zwiększenia potencjału młodych ludzi poprzez naukę i osiągnięcie integralności oraz podejścia dyscyplinarnego, przy jednoczesnym wpływie na lokalne instrumenty planistyczne.

2. Zaangażowanie młodych w planowanie klimatyczne

Pomimo niedawnego wzrostu zaangażowania młodzieży w działania klimatyczne w całej Europie i na świecie, między innymi w postaci oddolnych ruchów, takich jak Fridays for Future czy Extinction Rebellion, zaangażowanie młodzieży w ochronę klimatu jest nadal wyzwaniem, szczególnie jeśli chcemy wykroczyć poza działania potępiające i kierować to oddolne zaangażowanie w konkretne i konstruktywne działania. Kierowanie i angażowanie grup trudniej dostępnych (zwanymi dalej HTRG) wśród młodych ludzi jest jeszcze większym wyzwaniem, a w tych ruchach obywatelskich w Europie zwykle nie znajdujemy (wcale lub przynajmniej reprezentatywnego odsetka) przedstawicieli tych trudniej dostępnych grup.

Ogólna metodologia EYES (schemat ramowy) obejmuje różne etapy:



Rysunek 2: Schemat ogólnej metodologii EYES, która obejmuje 5 etapów.

Niniejszy dokument koncentruje się na kluczowych wnioskach uzyskanych podczas realizacji projektu w pierwszych dwóch fazach:

- Identyfikacja grup docelowych
- Opracowanie strategii zaangażowania

Co oznacza „trudno dostępna grupa” w każdym kontekście:

Pierwszym krokiem w rozwoju metodologii EYES było zdefiniowanie konkretnych strategii dla każdego miasta pilotażowego w celu dotarcia do młodych ludzi, a dokładniej do grup trudniej dostępnych. Pierwszą barierą było precyzyjne zdefiniowanie, co oznacza „trudno dostępna grupa”, ponieważ różne miasta miały bardzo różne realia. Tak więc w pierwszym kroku każdy pilot musiał zdefiniować najbardziej znaczącą HTRG, aby móc zaprojektować strategię dostosowaną do grupy odbiorców. W niektórych przypadkach grupę tę zdefiniowano jako młodych bezrobotnych, w innych byli to imigranci lub młodzież niepełnosprawna. Podjęcie tego pierwszego kroku jest ważne, ponieważ pomaga kształtować ogólną strategię przy użyciu właściwych wiadomości i kanałów komunikacji oraz pozwala na lepsze zrozumienie potencjalnych barier i motywacji osób zaangażowanych.

W niektórych przypadkach, po podjęciu pierwszych działań sami członkowie YIT sugerowali inne HTRG i sposoby dotarcia do tych, które nie zostały wcześniej zidentyfikowane przez partnerów. Przykładem może być grupa młodzieży przebywająca w zakładach karnych i wykorzystanie projektu, aby wesprzeć ich resocjalizację. Metodologia EYES może pomóc im w nawiązaniu pozytywnych relacji z innymi młodymi ludźmi z różnych środowisk, a także z przedstawicielami miasta, pomagając im w ten sposób unikać destrukcyjnych postaw wobec społeczeństwa oraz wspierać rozwój i promować aktywność w lokalnych społecznościach.

Barier w zaangażowaniu młodzieży w planowanie miejskie

Istnieje wiele barier utrudniających zaangażowanie młodzieży w miejskie procesy uczestnictwa a pierwszym faktem, na który należy zwrócić uwagę, jest to, że problem ten leży nie tylko po stronie młodych ludzi, ale przyczyniają się do tego zarówno członkowie personelu w jednostkach miejskich oraz wewnętrzne i skomplikowane procesy administracyjne. Metodologię zaangażowania opracowywaną w ramach projektu EYES należy zatem postrzegać jako wzajemny proces uczenia się, w którym zaangażowane jednostki administracji publicznej oraz młodzi ludzie uczą się od siebie nawzajem. Hipoteza ta została potwierdzona po wdrożeniu działań YIT, które pokazały pracownikom miejskim różne sposoby myślenia i

docierania do innych grup młodzieżowych w ich mieście, a także ich kreatywność w opracowywaniu rozwiązań.

Pierwsze międzynarodowe warsztaty odbyły się w Sønderborgu (Dania) we wrześniu 2019 r. przy udziale przedstawiciela każdej z YIT. Określenie zarówno barier wspólnych jak i zróżnicowanych dla każdej z grup (gmin i młodzieży) okazało się bardzo owocne. Współdziałanie, w którym gminy pilotażowe i członkowie YIT musieli oddzielnie zidentyfikować główne bariery i obawy dotyczące udziału młodzieży w planowaniu lokalnym, pokazało, że zarówno gminy, jak i młodzież podzielają główne obawy. Obie grupy, nawet jeśli nie otrzymały wcześniej założonych pomysłów, zidentyfikowały bariery i obawy dotyczące dwóch głównych tematów:

A) Grupa przedstawicieli gmin dostrzegła bariery w angażowaniu młodych ludzi w planowanie przestrzenne:

- Bariery komunikacyjne:
 - Brak lub niewielka wiedza gminy na temat tworzenia komunikatów dostosowanych do młodzieży, a zwłaszcza do HTRG, zarówno w celu komunikowania treści związanych ze zmianami klimatu, jak i zasad uczestnictwa w życiu obywatelskim.
 - Gminy muszą zwiększać przejrzystość i dostarczać obywatelom więcej informacji zwrotnych, aby pomóc im w zdobyciu większej wiedzy na temat tego, co dzieje się w mieście.
 - Trudno wyjść poza już zmotywowane grupy.
 - Ważne jest, aby zrozumieć, w jaki sposób zebrać opinie grup młodzieżowych i lepiej zrozumieć ich systemy wartości, aby gminy mogły lepiej angażować ich w sprawy publiczne.
- Bariery uczestnictwa obywatelskiego:
 - Brak promowania procesów uczestnictwa.
 - Konieczne jest budowanie zaufania i zrozumienie poglądów młodego pokolenia.
 - Ważne jest, aby pokazać wartość uczestnictwa młodzieży w sprawach publicznych.

- Kluczem jest wiedzieć, jak zarządzać oczekiwaniami.

B) Grupa przedstawicieli młodzieży dostrzegła bariery w zaangażowaniu większej liczby młodych ludzi w planowanie miejskie

- Bariery komunikacyjne:
 - Istnieje potrzeba wzajemnego zrozumienia kwestii klimatycznych (odrzucanie postulatów młodzieży).
 - Potrzebne są bardziej jasne wytyczne dotyczące tego, co robią gminy i jak młodzież może uczestniczyć.
- Bariery uczestnictwa młodzieży:
 - Brak wiedzy na temat procesów i potencjalnych skutków.
 - Brak wiedzy na temat sukcesów uczestnictwa młodzieży.
- Edukacja:
 - W formalnym programie nauczania brakuje edukacji na temat zmian klimatu.

Zespół ekspertów jako wzór do naśladowania

EYES angażuje w każdej gminie pilotażowej, grupę ekspertów, w której członkowie działają jako wzór do naśladowania dla członków młodzieży. Ich oczekiwaną rolą jest głównie:

- Zapewnienie wiedzy: udział w warsztatach w zależności od ich wiedzy/wiedzy specjalistycznej.
- Walidacja pod względem jakościowych wskaźników kompetencji i umiejętności zdobytych przez członków YIT podczas programu EYES.
- Motywacja i wsparcie. Możliwość zadawania pytań lub prośby o pomoc (przez e-mail, telefon lub spotkania).

Pierwszy zestaw profili obejmował ekspertów i zawody publiczne z następujących dziedzin:

- Edukacja
- Służby socjalne
- Młodzież
- Migracja
- Środowisko

- Udział obywateli

Po zakończeniu procesu u wszystkich partnerów stwierdziliśmy, że należy rozważyć inne profile w celu wzmocnienia kompetencji rad doradczych:

- Wielu partnerów szukało współpracy z partnerami nauk społecznych, głównie uniwersytetami lub specjalistami zajmującymi się zwłaszcza socjologią, etnologią i antropologią. Aby angażować młodzież, musimy lepiej zrozumieć ich systemy wartości, by dostosować strategię dla różnych profili. Badania etnograficzne i antropologiczne mogą dać cenny wkład, szczególnie w przypadku HRTG. Uznano to za przydatne również w celu wspierania członków YIT w ich działaniach, by lepiej zrozumieć bariery i obawy różnych grup młodzieży i uwzględnić te poglądy w przyszłych zaleceniach dla gminy.
- Innym profilem, który początkowo nie był uwzględniony, lecz w rezultacie wielu zaproszonych pilotów było dziennikarzami lub ekspertami w dziedzinie komunikacji. Stanowili zatem cenne wsparcie w poprowadzeniu członków YIT w kampaniach komunikacyjnych. angażujących innych młodych ludzi.
- Rola organizacji non-profit została również uznana za niezbędną. Pomagali oni młodzieży w przedstawianiu swoich racji przed starszymi i doświadczonymi osobami decyzyjnymi.

Projektowanie Strategii Zaangażowania:

Przy ostatecznym opracowaniu Strategii Zaangażowania trzeba wziąć pod uwagę wiele czynników:

- Zdefiniowany profil HTRG. Jak wspomniano wcześniej, każdy partner zidentyfikował inną grupę docelową.
- Wielkość gminy lub regionu - dostosowanie do jej wewnętrznych możliwości (w Lyonie jako obszarze metropolitalnym z różnymi gminami było zupełnie inaczej niż w mniejszych miastach).
- Przeszłe i obecne inicjatywy oraz polityki związane z projektem (dotyczące planowania klimatycznego i energetycznego).
- Lokalne oddolne inicjatywy i lokalni liderzy w obszarze pilotażowym.
- Plany lokalne i przyszłe perspektywy w gminie.
- Zasoby gminy i zaangażowane działy.

Zalecono skonsultowanie się z Zespołami Ekspertów w sprawie Strategii Zaangażowania dla różnych grup docelowych w zależności od ich wiedzy specjalistycznej, a także przeprowadzenie z nimi sesji współtworzenia w celu przeprowadzenia konsultacji oraz zaangażowania ich od początku, co pozwoliło im się bardziej zaangażować.

Podstawa oceny:

Ważną rzeczą, którą należy wziąć pod uwagę w projekcie, jest przeprowadzenie podstawowej oceny wiedzy i umiejętności członków YIT, co pozwoli pod koniec trwania projektu ocenić ich progres. Pozwala to również zaangażować uczestników poprzez wypełnienie kwestionariusza, dzięki któremu członkowie mogą poczuć, że przynależą do projektu i zespołu, który ceni wiedzę i umiejętności, które mogą zdobyć dzięki uczestnictwu.

Ocena została podzielona na 2 główne wskaźniki:

- Wiedza, czynniki motywacyjne i bariery: można to ocenić za pomocą krótkiej ankiety na początku i na końcu.
- Nabyte umiejętności: ma charakter bardziej jakościowy i będą oceniane za pomocą określonych wskaźników, z wykorzystaniem jakościowej opinii partnerów i rad doradczych w sprawie podejścia retrospektywnego na końcu projektu.

Następne dwie sekcje mają na celu: (sekcja 3) przedstawienie czytelnikowi kontekstu na temat każdej pilotażowej gminy w dziedzinie polityk i programów z zakresu energii, klimatu i młodzieży oraz (sekcja 4) wyjaśnienie, w jaki sposób każde miasto pilotażowe stworzyło swoje Strategie Zaangażowania.

3. Wnioski z fazy angażowania

Biorąc pod uwagę wyniki programu integracji społecznej Erasmus+, po zakończeniu fazy angażowania młodzieży opracowaliśmy wiele wskazówek i zaleceń, które mogą pomóc rozwiązać konkretne problemy wynikające z **nowych potrzeb młodych pokoleń i sposoby na to, jak promować aktywne obywatelstwo:**

- Aby wszyscy członkowie mogli uczestniczyć w działaniach i aktywnościach związanych z ochroną i zmianami klimatu, trzeba zapewnić do tego odpowiednie narzędzia i wiedzę, której członkom, jak sami uważają, obecnie brakuje. Należy zatem rozpowszechniać wiedzę na temat praktycznych działań, prowadzących do rozwiązania problemu zmian klimatu, zarówno w formalnej, jak i nieformalnej edukacji. Członkowie YIT określili zatem zakres wiedzy i umiejętności, które mogą im zapewnić członkowie ZE:

- Umiejętności komunikacyjne, formowanie komunikatów oraz sposoby zwracania uwagi opinii publicznej na żądaną kwestię;
- Wzmocnienie umiejętności przywódczych;
- Strategie i umiejętności tworzenia sieci, angażujących kluczowych lokalnych i krajowych aktywistów w kampanie klimatyczne (jak się zaprezentować, jak „sprzedać” projekt” itp.);
- Uważają, że brakuje im lekkiego pióra oraz umiejętności badawczych i swobody w rozmowie z władzami lokalnymi lub podmiotami społecznymi z większym, niż oni, doświadczeniem;
- Wzmocnienie umiejętności publicznego przemawiania;
- Chęć uszczegółowienia wiedzy na temat zmian klimatu osobom, które nie studiują nauk przyrodniczych (na przykład dla studentów dziennikarstwa i komunikacji);

Większość zidentyfikowanych barier zdobywania wiedzy wiąże się z możliwością rozwijania określonych umiejętności, a nie z brakiem wiedzy, gdyż młodzi ludzie niejako przywykli do wyszukiwania i analizowania informacji np. w Internecie. Potrzebują jednak prowadzić działania, które pozwolą im rozwinąć określone umiejętności (między innymi krytyczne myślenie, pozwalające na analizę informacji i identyfikację wiarygodnych źródeł). Oczekuje się, że wdrożenie działań w WP3 zapewni odpowiednie ramy dla rozwoju tych umiejętności, co zostanie później ocenione w ramach WP4.

Listę barier edukacyjnych zidentyfikowanych przez członków YIT i ZE uwzględniono przy projektowaniu działań pilotażowych YIT w WP3. Są one zatem dostosowane do rzeczywistych potrzeb młodych ludzi.

- Poprawa komunikacji między władzami lokalnymi a młodymi ludźmi:
 - Tworzenie nowe kanały dostosowane do zwyczajów młodych ludzi, do różnych grup młodzieżowych (korzystaj z odpowiednich sieci społecznościowych i innych kanałów komunikacji);
 - Dostosowanie wiadomości, z użyciem młodzieżowego języka (zawartość graficzna, memy internetowe);
 - Dokładne wyjaśnianie zasad uczestnictwa w lokalnych przedsięwzięciach;

- Nauka i przekazywanie młodym obywatelom informacji na temat lokalnych procesów decyzyjnych (w przeciwnym razie mogą oni wypowiadać się i wydawać opinie na temat ostatecznych rozwiązań politycznych, gdy nie mogą już nic zmienić).
- Podnoszenie świadomości pracowników gmin na temat znaczenia uczestnictwa młodzieży oraz sposobów komunikacji i budowania zaufania wśród różnych grup młodzieżowych.
- Poprawa przejrzystości i usprawnienie systemu informacji zwrotnej na temat lokalnych projektów realizowanych przez gminę i tworzenie strategii koordynacji z istniejącymi inicjatywami obywatelskimi.

Inne cenne potrzeby edukacyjne zidentyfikowane na tym etapie są bardziej pośrednio związane z tematem: „*Nowe, zidentyfikowane potrzeby młodych pokoleń i promocja aktywnego obywatelstwa*”, ale jako narzędzie pedagogiczne są pomocne we wdrażaniu procesów partycypacyjnych:

- W projekcie zidentyfikowano nie tylko potrzeby edukacyjne u młodych ludzi, ale też u pracowników miejskich. Aby wspierać aktywne obywatelstwo, koniecznym jest również, aby usługi publiczne:
 - Zrozumiały różne młodzieżowe grupy obywatelskie;
 - Ceniły ich udział w sprawach publicznych;
 - Posiadały odpowiednią wiedzę i umiejętności do komunikowania się i współpracy z nimi;

Podczas trwania projektu stwierdziliśmy, że jest to również kluczowy czynnik angażujący młodzież w planowanie lokalne, którym należy się zająć.

- Co najmniej w tym jednym konkretnym zakresie działań na rzecz klimatu, zauważono wśród partnerów projektu EYES ze wszystkich krajów znacznie większe zaangażowanie kobiet niż mężczyzn w YIT. Należy więc poszukiwać czynników motywujących i wdrażać je w celu większego zaangażowania mężczyzn. W przypadku istniejących YIT zaangażowanie kobiet można postrzegać jako trening przywództwa i umiejętności wychowawczych oraz rozwój kompetencji i poczucia własnej wartości, a także proces tworzenia sieci młodych kobiet zaangażowanych w politykę lokalną lub sprawy społeczności lokalnych. Jeśli jednak spojrzymy na tę sytuację z innego punktu widzenia, można znaleźć inną strukturę profilu.

- Wiele krajów postrzega YIT („instrument” uczestnictwa młodzieży) jako otwartą grupę, do której młodzi ludzie mogą wstępować i występować. Utrzymanie ciągłego uczestnictwa może być trudne, ale to otwarte podejście dostosowuje się do różnych trybów życia młodych ludzi i pozwala brać udział w sprawach lokalnych, nawet jeśli nie mogą oni zaangażować się na dłuższy czas. W przypadku przedziałów wiekowych, młodzieży uczestniczącej w projekcie EYES, profil młodzieży jest często szeroki: obejmuje młodzież, która trudni się pracą tymczasową oraz tych, których czas podlega harmonogramowi egzaminów uniwersyteckich itp. Zapewnienie elastyczności uczestnictwa stanowi zatem zachętę do zaangażowania.
- Ponadto wiele gmin pilotażowych zgadza się, że musi istnieć elastyczna granica między członkami Rady Doradczej a członkami YIT i mogą oni pełnić różne role w zależności od ich wiedzy specjalistycznej (np. jeden członek YIT może mieć wiedzę specjalistyczną w zakresie komunikacji z użyciem sieci społecznościowych i może prowadzić warsztaty dla innych członków, tak jakby był członkiem ZE). Czasami okazuje się, że jeśli zaangażowani młodzi ludzie zachowują się jak wzór do naśladowania, cała grupa bardziej się angażuje, utożsamia z celami i ceni przekazywaną wiedzę, ponieważ czasami lepiej identyfikują się z innymi rówieśnikami niż z bardzo doświadczonymi, ale jednak dorosłymi.
- Kilku partnerów również miało trudności z dotarciem do HTRG, którzy zaangażowaliby się w działalność YIT, więc zrekrutowali zmotywowanych młodych ludzi, którzy działając jako „ambasadorzy klimatu”, mogliby dotrzeć do innych grup dzięki wykorzystaniu wspólnych narzędzi komunikacji, w tym samym języku i korzystając z identyfikacji z rówieśnikami w sąsiedztwie bądź rodzinie itp.
- Praca z młodzieżą wymaga również dostosowania się do ich stylu życia i priorytetów. Większość zaangażowanych młodych ludzi pracuje, studiuje, nierzadko łączą też obie te aktywności. Dostępność studentów (szczególnie biorąc pod uwagę egzaminy) może stanowić barierę dla zaangażowania i utrzymania ich uczestnictwa. Z tego powodu potrzebna jest elastyczność, możliwość rozważenia możliwości uczestnictwa z różną intensywnością w różnych fazach lub krótszego okresu uczestnictwa.
- Stwierdzono również, że jeśli Rady Doradcze, a więc ciało działające jako wzór do naśladowania, składają się z młodych ludzi w podobnym wieku do członków YIT i posiadają dodatkową wiedzę, to komunikacja między tymi dwoma grupami staje się znacznie łatwiejsza.

- Strategie zaangażowania w zależności od gminy pilotażowej, mogą się bardzo różnić, biorąc pod uwagę nie tylko odmienne czynniki kulturowe i społeczno-ekonomiczne, ale także wielkość gminy. Powstały zatem bardzo różne strategie w porównaniu np. między strategią dla metropolii Lyon a tą w Sonderborgu, gdzie trudniej jest dotrzeć do ludzi spoza istniejących już inicjatyw na rzecz klimatu.
- W przypadku strategii zaangażowania pasywne działania, służące zaangażowaniu nie zadziałały. Powinno się zatem wdrożyć proaktywną strategię angażującą lokalnych liderów i różnych lokalnych aktywistów, aby dotrzeć do różnych grup młodzieży.
- W celu przekonania ekspertów do udziału w Radach Doradczych na zasadzie dobrowolności, niektóre udane strategie opierały się na:
 - Przedstawieniu przykładowych i przekonujących potrzeb oraz oczekiwanych rezultatów;
 - Poszukiwaniu synergii z codzienną pracą każdego członka Rady;
 - Zapewnieniu należytego uznania;
 - Jasnym przedstawieniu poziomu i stopnia ich zaangażowania oraz realizowanych zadań, jednocześnie zapewniając im wystarczającą swobodę do wniesienia wkładu.

4. Studium przypadków

Poniżej przedstawiono sześć miast pilotażowych, w tym ogólny opis gminy i konkretnych ram dotyczących programów dla młodzieży. Po takim wprowadzeniu, wyjaśniono sposób opracowania i wdrożenia wspólnej metodologii z uwzględnieniem rzeczywistości każdej z gmin. Przed zaprezentowaniem doświadczeń każdego z miast i wyciągniętych wniosków przedstawiono poniżej uogólnioną metodologię.

Metodologia zaangażowania każdego miasta pilotażowego

Metodologie zaangażowania miast pilotażowych obejmują doświadczenie nabyte w procesie tworzenia Rad Doradczych i Zespołów Interwencyjnych Młodzieży na poziomie lokalnym. Przeprowadzono praktyczne badanie, w którym partnerzy odpowiedzieli na trzy kluczowe pytania:

- A. Co zrobiłeś, aby zaangażować grupy docelowe?
- B. Jakie wnioski wyciągnąłeś z tego procesu?
- C. Jakie były czynniki motywujące do zaangażowania grup docelowych?

Poniższy raport opisuje efekty prowadzenia procesu angażowania różnych grup docelowych, przy zastosowaniu w przypadku YIT dwóch podejść:

1. Praca w jednej 20-osobowej grupie (stosowane przez większość partnerów) w celu regularnego spotykania się, omawiania problemów, podejmowania decyzji i pracy w jednej formacji.
2. Utworzenie mniejszych kilkusobowych grup umożliwiających organizację spotkań, podejmowanie lokalnych wyzwań i maksymalizację dynamiki grup (stosowane przez ALEC Lyon), a tym samym zapewniając dodatkowe korzyści i osiągnięcia.

Wszyscy partnerzy stwierdzili synergiię pomiędzy swoimi grupami docelowymi oraz w temacie klimatu i energii, spotkań, dyskusji i pożądanym rezultatom, a następnie odpowiednich władz publicznych.

Rzeczywistość w poszczególnych miastach pilotażowych jest bardzo różna pod względem ich wielkości, realizowanych polityk, aspektów społeczno-ekonomicznych, lokalnych interesariuszy itp., Te szczególne cechy zostały wzięte pod uwagę przy tworzeniu każdej ze strategii. Należy zauważyć, że sekcja oceniająca (powyżej) podsumowuje kluczowe pomysły i wnioski.

4.6. Cieszyn, Polska

Kontekst: Cieszyn (35 000 mieszkańców) to malownicze miasto położone w południowej części Polski, przy granicy z Czechami. Jest głównym miastem powiatu cieszyńskiego i siedzibą Euroregionu Śląsk Cieszyński. Mimo niewielkiej powierzchni (28,61 km²) jest ważnym ośrodkiem kulturalnym, administracyjnym i edukacyjnym z oddziałami dwóch dużych uniwersytetów (Uniwersytetu Śląskiego i Wyższej Szkoły Biznesu). To także ważna część obszaru przemysłowego Bielska-Białej. Obecnie lokalna gospodarka opiera się na handlu, usługach i turystyce. Położenie u podnóża Beskidu Śląskiego i atrakcyjne historycznie centrum przyciągają do miasta coraz więcej turystów, dlatego władze lokalne przywiązują dużą wagę do ochrony środowiska Cieszyna oraz jego walorów przyrodniczych i kulturowych. Mają też ambicje przyjąć wiodącą rolę w transformacji zrównoważonej energii. W mieście działa stanowisko Głównego Energetyka Miasta, wdrażany jest Plan Gospodarki Niskoemisyjnej

(PGN) obejmujący zestaw środków mających na celu zmniejszenie zużycia energii i powiązanych emisji zanieczyszczeń powietrza. Miasto bierze też udział w kilku innych inicjatywach przyjaznych dla klimatu.

Odnosnie programów lub polityk młodzieżowych: Cieszyn jest także „młodym” miastem, w którym wielu uczniów i studentów uczy się w lokalnym oddziale Uniwersytetu Śląskiego i WSB. Miasto stara się angażować tę grupę w różne wspólne działania w projektach, pracując w różnych dziedzinach. W obszarze energii i ochrony klimatu gmina przez wiele lat wdrażała w szkołach metodologię oszczędzania energii 50/50 (w ramach dwóch projektów: UE EURONET 50/50 i EURONET 50/50 MAX), która aktywnie angażowała uczniów w procesy zarządzania energią. Ponadto jednym z obowiązków Głównego Energetyka jest mobilizacja obywateli i zainteresowanych stron do osiągnięcia lokalnych celów w zakresie klimatu i energii. Jedną z grup docelowych są młodzi ludzie, którzy mogą być zaangażowani w dalszy rozwój i wdrażanie lokalnej strategii energetycznej, a także znaleźć zatrudnienie na rynku energii odnawialnej.

Nie tylko miasto, ale także lokalni interesariusze współpracują z młodzieżą w kwestiach energetycznych. Regionalny zakład energetyczny (Energetyka Cieszyńska S.A.) organizuje seminaria i wizyty studyjne dla uczniów lokalnych szkół zawodowych, a WSB otworzyła wydział energetyki. Uniwersytet zaangażowany jest również w projekt upowszechniania praktycznej wiedzy na temat energii wśród młodzieży i dorosłych (organizując transgraniczne panele energetyczne). W Cieszynie prężnie działają też oddolne inicjatywy młodzieżowe – uczniowie z cieszyńskich szkół regularnie strajkują w ramach Młodzieżowego Strajku Klimatycznego.

Metodologia i wyciągnięte wnioski

A. Działania angażujące dla grup docelowych

Rada Doradcza = Zespół Ekspertów (ZE)

Pierwszym krokiem do zaangażowania Zespołu Ekspertów było zdefiniowanie rodzajów organizacji i instytucji, które powinny być zaangażowane i które mogłyby przyczynić się do osiągnięcia naszych celów. Uzgodniono, że pożądanymi grupami są:

- „dostawcy wiedzy” (instytucje zajmujące się kwestiami klimatycznymi i energetycznymi, dobrze rozumiejące lokalną sytuację i chętne do dzielenia się swoją wiedzą i doświadczeniem);

- „eksperci / mediatorzy YIT” (instytucje działające jako łącznik z lokalną młodzieżą, w tym z grupami wrażliwymi, znającymi najlepsze metody zaangażowania młodzieży itp.);
- „Eksperci PR” (przedstawiciele lokalnych mediów, którzy mogą pomóc w rozpowszechnianiu i promocji projektu oraz działań YIT).

W oparciu o ten podział rozpoznano lokalnych interesariuszy i sporządzono listę potencjalnych członków ZE. Przygotowano oficjalne zaproszenia, wraz z ukierunkowanym opisem projektu oraz rolą i zadaniami ZE, podkreślając również korzyści wynikające z przystąpienia do tego organu - dla nich i dla miasta jako całości. Wszystkie zaproszenia zostały formalnie podpisane przez Prezydenta Cieszyna i wysłane do decydentów z wybranych instytucji (wydrukowane i dostarczone przez kuriera, aby podkreślić prestiż). Zainteresowane instytucje odpowiedziały pozytywnie, po czym zostały poproszone o podpisanie formalnych deklaracji uczestnictwa, potwierdzających, że rozumieją oni swoją rolę i zadania.

Kolejnym krokiem była organizacja spotkania inauguracyjnego, która dała okazję do wzajemnego poznania się, bardziej szczegółowego omówienia roli ZE i wysłuchania ich pierwszych pomysłów na rekrutację młodych oraz wyzwań związanych z klimatem i energią, którymi moglibyśmy się zająć. Spotkanie zostało oficjalnie otwarte przez wiceburmistrza, który podziękował członkom ZE za ich zaangażowanie i wyjaśnił, dlaczego miasto chce zaangażować młodzież w planowanie zrównoważonego zużycia energii. Podczas tego owocnego spotkania ustalono, że kolejne spotkania będą organizowane co 3-4 miesiące, a zaangażowanie poszczególnych członków ZE będzie zależeć od bieżących potrzeb (np. udział „dostawców wiedzy” w warsztatach tematycznych i organizacji wizyty studyjnej, „eksperci PR” biorący udział w warsztatach komunikacyjnych i promujących pracę YIT, uniwersytety pomagające w przygotowaniu zadania badawczego itp.).

Znakiem zainteresowania lokalnych interesariuszy projektem EYES było również to, że nawet później nowe organizacje skontaktowały się z zespołem projektowym, mówiąc, że słyszały o ZE, chcą się przyłączyć i oferować konkretny wkład.

Młode Zespoły Interwencyjne

Pierwszym ważnym krokiem było znalezienie właściwej nazwy dla *Młodzieżowego Zespołu Interwencyjnego*. Powinna ona być prosta i atrakcyjna oraz nie powinna powodować zamieszania, gdyż słowo „interwencja” nie kojarzy się dobrze w Polsce, a „młodzież” może oznaczać zarówno starsze dzieci, jak i młodych dorosłych. Ostatecznie zespół projektowy i miasto zdecydowały się na nazwę „Cieszyńska Rada Młodych ds. Klimatu”. Kolejnym krokiem

było przygotowanie atrakcyjnego zaproszenia/przesłania, które obejmowałyby podkreślałyby zarówno poczucie odpowiedzialności młodzieży za otoczenie, gotowość do działania i atrakcyjność oraz podkreślenie osobistych korzyści z bycia członkiem Rady (np. podniesienie swojej konkurencyjności na lokalnym rynku pracy). Następnie rozpoczął się proces zaangażowania, przy zastosowaniu dwóch podejść:

- Zaangażowanie lokalnych działaczy młodzieżowych pracujących dotychczas nad kwestiami środowiskowymi (Młodzieżowy Strajk Klimatyczny), którzy skontaktowali się z kolegami, potencjalnie zainteresowani dołączeniem do Rady;
- Zaangażowanie członków ZE pracujących z młodymi obywatelami lub mających z nimi kontakt (lokalne uniwersytety, organizacje pozarządowe, grupy aktywistów, usługi społeczne itp.).

Działania te pozwoliły zidentyfikować „rdzeń” Cieszyńskiej Rady Młodych ds. Klimatu, którymi są młodzieżowi liderzy, działający już w różnych dziedzinach i chętni do angażowania się w nowe inicjatywy. W dalszym ciągu niedostatecznie reprezentowani są młodzi „nie-aktywiści” i grupy wrażliwe, dlatego zespół projektowy kontynuuje rekrutację, wykorzystując teraz własne kontakty i rozpowszechniając informacje za pośrednictwem Facebooka. Utworzono profil Cieszyńskiej Rady Młodych ds. Klimatu na Facebooku i wraz z każdym, kto dołączy do grona obserwujących tę stronę, rozpowszechnia go, dzięki czemu grono członków Rady rośnie. Za pozytyw możemy uznać głosy członków Rady, którzy deklarują, że słyszeli o Cieszyńskiej Radzie Młodych ds. Klimatu z wielu różnych źródeł (na uniwersytecie, od lokalnych organizacji pozarządowych, z Facebooka, od kolegi, od rodzica, który jest radnym itp.). Odpowiedzi te, uzyskano zadając pytania (podobnie jak pytanie o motywację do dołączenia do Rady) w formie internetowego kwestionariusza rekrutacyjnego - w przypadku młodych ludzi postanowiono unikać formalnego / papierowego zaangażowania i możliwie często korzystać z Internetu. (organizowanie ankiet online przy użyciu narzędzia Doodle, dotyczących odpowiednich terminów spotkań).

B. Lessons learned

Lekcja 1: Kluczowym czynnikiem motywującym dla członków Zespołu Ekspertów okazała się możliwość pracy z młodymi ludźmi i wspierania ich.

W przypadku ZE głównym motorem zachęcającym do dołączenia do zespołu była możliwość współpracy z młodymi ludźmi i pomocy im w zostaniu aktywnymi obywatelami i liderami zmian.

Członkowie Zespołu Ekspertów są świadomi, że młodzież to przyszłość - przyszli decydenci, lokalni działacze, pracownicy i pracodawcy – chcą ich dobrze przygotować do pełnienia tych ról, dzieląc się własnym doświadczeniem. Praca z młodzieżą uważana jest również za bardzo satysfakcjonującą, umożliwia nabranie „świeżego” spojrzenia na wiele kwestii i może stać się inspiracją dla członków ZE.

Innym ważnym czynnikiem motywującym jest prestiż dołączenia do grona ekspertów. Ważne jest zatem aby zaproszenie pochodziło od burmistrza, który w ten sposób dowodzi uznania przez miasto znaczenia interesariusza dla rozwoju lokalnego, a także, że jako przedstawiciel władz lokalnych (burmistrz, wiceburmistrz, radny) jest częścią zespołu.

Lekcja 2: Ważna jest elastyczność dotycząca osobistego zaangażowania członków ZE

Chociaż każdy członek ZE musi być na bieżąco i regularnie otrzymywać informacje zwrotne na temat działań Rady, poziom jego osobistego zaangażowania i zadań, w które by się zaangażował, należy określić indywidualnie, uwzględniając interesy i możliwości każdej organizacji (nie wszyscy muszą być zaangażowani we wszystko, zwłaszcza że interesariusze odgrywają w projekcie różne role). Tylko kilka wspólnych spotkań powinno być organizowanych w regularnych odstępach czasu, a konkretne działania Rady powinny angażować tych, którzy najbardziej pasują do podejmowanych akcji i mogą działać w danych okolicznościach.

Lekcja 3: Czasem lepiej jest podać więcej konkretów

Chociaż w Cieszynie nie było większych problemów z angażowaniem ZE, w niektórych przypadkach list z zaproszeniem i materiały towarzyszące okazały się zbyt ogólne (jeden szablon dla wszystkich), aby organizacja mogła dobrze zrozumieć rolę jaką miałyby pełnić w projekcie, co powodowało trudności z przekazaniem odpowiednich osób do Zespołu Ekspertów. Rola jaką pełnią członkowie nie jest taka sama dla wszystkich - uniwersytet, który nie jest związany bezpośrednio z tematami dotyczącymi klimatu i energii, może pomóc w dotarciu do młodych ludzi, a przedsiębiorstwo wodociągowe, które nie ma żadnych kontaktów z młodzieżą i nie będzie zaangażowane w ich zaangażowanie, ale może dzielić się informacjami na temat zaopatrzenia w wodę i ścieków, a także organizować wizytę studyjną promującą ich rozwiązania przyjazne dla klimatu. Być może, następnym razem, należy przygotować bardziej dostosowany komunikat, dodając chociaż akapit, dlaczego ta konkretna instytucja jest zapraszana.

Lekcja 4: Nieformalna komunikacja, w tym narzędzia internetowe i media społecznościowe, działa najlepiej w przypadku członków Rady

W przypadku członków Cieszyńskiej Rady Młodych ds. Klimatu najlepiej funkcjonuje komunikacja nieformalna, korzystanie z mediów społecznościowych (zwłaszcza Facebooka), atrakcyjny materiał komunikacyjny (np. plakaty zapraszające do członkostwa w Radzie w miejscach często odwiedzanych przez młodzież) oraz narzędzia internetowe (np. internetowa rejestracja do członkostwa w Radzie, rejestracja on-line na spotkania, ankiety on-line). Bardzo ważne jest także wykorzystanie sieci kontaktów młodych aktywistów - słowo dzielone między przyjaciółmi może mieć większy wpływ na młodych niż artykuły w lokalnych mediach czy wiadomości e-mail od władz uniwersyteckich. Ponieważ raczej trudno jest dotrzeć do młodych ludzi za pomocą formalnych kanałów, dlatego konieczne jest zaangażowanie tych, którzy już się zaangażowali (lub wsparli inicjatywę, chociaż nie byli w stanie się zaangażować), by pomogli dotrzeć do swoich rówieśników, ponieważ są lepiej przygotowani do tego niż organizacje „formalne”. W całej komunikacji należy podkreślić korzyści płynące z bycia częścią Rady Młodych, zarówno dla miasta, jak i dla każdej osoby indywidualnie.

Przynajmniej częściowo „nieformalne” powinny być także miejsca spotkań. Chociaż debata w dużej sali posiedzeń ratusza może być prestiżowa i pokazuje, że władze lokalne są zainteresowane głosem młodego pokolenia to miejsce takie może być również odstraszać. Często nieformalne miejsca, takie jak kameralna sala na uniwersytecie, centrum kultury, a nawet kawiarnia, mogą pomóc młodym zaangażować się w dyskusję i pracę w grupie. Stanowi to okazję do przedstawiania swoich pytań lub pomysłów, których jeszcze boją się przedstawić szerszej publiczności.

Lekcja 5: Czas ma znaczenie - dla projektu i członków YIT

Fakt, że rekrutacja i działania Rady (przynajmniej te zaplanowane w ramach projektu) muszą zostać zakończone w stosunkowo krótkim czasie realizacji projektu (zgodnie z opiniami ZE), wszystkie zadania muszą być wykonane stosunkowo szybko (choćby byłyby bardziej skuteczne, gdyby można było na nie poświęcić więcej czasu). Z tego powodu, podobnie jak członkowie Zespołu Ekspertów i Rady Młodych, ostatecznie musieliśmy zrezygnować z niektórych narzędzi zaangażowania zaplanowanych w metodyce zaangażowania (takich jak np. lunche biznesowe). Liczba spotkań musi być ograniczona (co 3-4 miesiące w przypadku ZE i co miesiąc w przypadku Rady Młodych, przy czym niektóre działania są przeprowadzane pomiędzy nimi i angażują najbardziej zainteresowanych). Zaangażowanie każdej osoby musi zostać uzgodnione indywidualnie, w oparciu o zainteresowania i możliwości.

Znalezienie odpowiedniego terminu na warsztaty i spotkania jest szczególnie trudne dla członków Cieszyńskiej Rady Młodych ds. Klimatu. Grupa jest bardzo zróżnicowana: uczniowie (ostatnie klasy szkół średnich), studenci (zarówno mieszkańcy Cieszyna studiujący w innych miastach, jak i mieszkańcy innych miast studiujący w Cieszynie) oraz młodzi pracownicy. Młodzi pracownicy mogą brać udział w spotkaniach po godzinach pracy (ponieważ uczestniczą w Radzie w ramach swojego wolnego czasu), studenci uniwersytetów w Cieszynie - po zajęciach lub między nimi, podczas gdy studenci innych uniwersytetów - tylko w weekendy, kiedy wracają do domu. Trudno więc znaleźć czas, w którym wszyscy mogliby się spotkać - piątki po południu lub soboty rano wydają się najwygodniejsze, ale oczywiście nie dla wszystkich. Rozwiązaniem może być również organizowanie spotkań / warsztatów w parach, ale wtedy ryzykujemy stworzenie dwóch osobnych zespołów wewnątrz Rady. Podsumowując, każde spotkanie będzie poprzedzone ankietą Doodle, co pozwoli na organizację spotkań w sposób najbardziej odpowiedni dla większości, z myślą o tym aby wszyscy członkowie Rady byli informowani na bieżąco i angażowali się w jej działania.

Lekcja 6: Zawsze myśl z wyprzedzeniem o przyszłych wyzwaniach

Pomyślne wykonanie zadania jest wartościowe i satysfakcjonujące. Należy być z tego dumnym, ale jednocześnie być świadomym i przygotowywać się na przyszłe wyzwania. Dla nas istnieją dwa główne:

(a) jak zorganizować pracę i spotkania w tak zróżnicowanej grupie (patrz L5), z różnymi osobami w różnych dniach i o różnych godzinach?

(b) jak utrzymać zainteresowanie i zaangażowanie młodzieży przez cały czas trwania projektu?

C. Czynniki motywujące do zaangażowania

Dla członków AB

- Możliwość pozytywnego wpływu na lokalną sytuację klimatyczną i energetyczną;
- Możliwość pracy z młodymi ludźmi i podnoszenia ich świadomości klimatycznej i rozwój postaw obywatelskich;
- Zainteresowanie opiniami i pomysłami młodych ludzi i „świeżym” spojrzeniem na lokalną sytuację, wyzwania i możliwe rozwiązania;
- Możliwość znalezienia wartościowych pracowników (również poprzez podniesienie ich umiejętności praktycznych, zapoznanie ich z działalnością instytucji itp.);
- Możliwość promowania własnych działań w zakresie klimatu i środowiska (zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym);
- Prestiż wynikający z dołączenia do grupy wysoko wykwalifikowanych i doświadczonych ekspertów aktywnie zaangażowanych w rozwój miasta;
- Zdobywanie nowej wiedzy multidyscyplinarnej;
- Nawiązanie nowych kontaktów i współpracy.

Dla członków YIT:

- Możliwość współdecydowania o dalszym rozwoju miasta i pomoc w zapewnieniu, że będzie to zarówno miejsce przyjazne dla klimatu jak i dla obywateli;
- Zainteresowanie kwestiami klimatycznymi i energetycznymi;
- Zwiększenie własnej wiedzy tematycznej, a także lepsze zrozumienie lokalnej sytuacji klimatycznej i energetycznej oraz poznanie narzędzi do wpływania na tę sytuację;
- Rozwijanie kompetencji obywatelskich i społecznych;
- Rozwijanie umiejętności i kompetencji, które mogą być przydatne na rynku pracy (np. prowadzenie dyskusji, praca w grupach, współtworzenie rozwiązań itp.);
- Nawiązywanie nowych kontaktów, owocna współpraca i umacnianie więzi z innymi młodymi członkami społeczności lokalnej.