

URBACT – Věstník

Duben 2012





PODROBNĚ:

Přetvářet strategie v přístupu k mládeži – zkušenosti na základě projektu My Generation

„Mladí lidé v Evropě nejsou jen znechuceni svými životními vyhlídkami, ale jsou dopáleni a připraveni k akci. Chtějí být slyšet a chtějí řešení“. O tom je přesvědčen Robert Arnkil, vedoucí expert projektu **My Generation** programu URBACT, který v rámci městské politiky naznačuje cesty, jak posílit spojení mezi strategiemi a programy, zabývajícími se mladými lidmi. Robert Arnkil je přesvědčen, že při budování dlouhodobě udržitelné politiky ohledně mladých v Evropě může být úspěšný nový a širší přístup.

Je zapotřebí vytvořit nový model strategie zacházení s mladými lidmi.

Podle finského psychologa Roberta Arnkila jsou často právě zainteresované osoby poslední z těch, kteří vytvářejí a zavádějí projekty pro mladistvé a kdo z toho má užitek. Mladí „příjemci výhod“ končí v pasivní a symbolické roli, což výrazně kazí efekt, trvání i použitelnost výsledků.

Srozumitelná strategie vůči mladistvým musí dosáhnout na ty, na než je právě těžké dosáhnout. Ta se musí budovat na neformálních dovednostech mladistvých a lépe tyto dovednosti spojit s formálním vzděláním, zaměstnáním i podnikáním.

Robert Arnkil je přesvědčen, že na zlepšení prostředí pro mladistvé je zapotřebí nové „ekologie“, počínaje zaangażovaností mladistvých do problému spojením jejich aktivit s potřebami komunity, veřejných služeb, vzdělávacího systému a místních obchodních kruhů.

Ovšem, jak se to má provést? Existují tři hlavní body řešení nabízené partnery v projektu Moje generace:

1. lekce: Mladiství jako skuteční spolupůrci

„Moje generace“ nabízí zázemí jak dělat věci jinak. Ve spolupráci s programem URBACT a projektem Moje generace umožňuje měnit strategii práce s mladistvými i akce směrem k nové kultuře „spolotovby“. Na každém stupni a při všech aktivitách se Moje generace ptá: Jak jsou mladiství osobně zaangažovaní v našem projektu? Jak to můžeme změnit?

Aby se získal dobrý kontakt a společná tvůrčí práce s mladými, Moje generace musí změnit dosavadní způsob fungování dílen i společných setkání, včetně způsobů komunikace i využití výsledných produktů: mladí musejí být aktivní, kreativní a musejí používat zdravý rozum. A konečně, není špatné, když je na takovém setkání legrace.

2. lekce: Změna prostředí při zapojení se a akce

Dle Roberta Arnkila není velkým tajemstvím, proč se mladí pořádně nezapojují v běžných workshopech a při prezentacích. Kdo by se namáhal?

Proto je třeba podle něj změnit celé pracovní (jak on říká „ekologické“) prostředí. Změnit prostředí ve kterém se má mladistvý angažovat znamená využít všech kanálů a forem lidské komunikace a akce: dialogu, pohybu, tance, hudby, obrázků i videí.

„Například v jednom z mých workshopů v Mé generaci se místo vykládání o tom, jak mladí lidé myslí v určitém městě, se mladí zúčastnili rychlokurzu, ve kterém pracovali s profesionály na tvorbě videí. Pak byli vysláni do ulic, aby natočili s mladými lidmi, co si oni myslí a jak oni vidí své město. Tato videa pak byla dána na YouTube. Jinými slovy, mladí se naučili něco užitečného (natočit video, pracovat ve skupině, používat internet) a zároveň se tvůrčím způsobem vyjádřit“.

3. lekce: Změna prostředí v politice, zabývající se mladistvými

„Nikdo nemůže sám vyřešit komplex sociálních problémů. Je nutné stanovit trvalý plán a ve městech zajistit lepší kontakty mezi všemi aktéry, pracujícími na „problému mladistvých“. Proto Moje generace provozuje workshopy s mnoha aktéry, kterými jsou jak sami mladiství, tak profesionálové, občané daného města, podnikatelé i politici“.

Nový nástroj pro trvalou politiku, týkající se mládeže: strategie městského panoramatu

Zaangažovanost není jediným klíčem k úspěchu. Druhý krok je trvání. K získání trvalosti vymyslela Moje generace strategii městského panoramatu. Autoři projektu navrhli tento „nástroj“ s ohledem na identifikaci fungujících postupů v různých oblastech strategie pro mladistvé. Slouží také k identifikování chybějících spojení, aktérů a postupů.

Partneři projektu byli inspirováni zkušenostmi určitých měst s mimořádně účinnou strategií městského panoramatu ve vztahu k mladistvým.

Takovým příkladem může být Rotterdam. Partneři ve městě byli inspirováni naléhavostí s jakou mladí lidé přicházeli a reagovali na inovativní způsoby tak, aby jejich hlas byl slyšen. Například koncept Rady mladých přilákal mladistvé a poskytl jim možnosti vlivu na chod jejich města. Výsledkem bylo, že mnoho dalších měst v projektu Moje generace zřídilo Rady mladých. Projekt Moje generace sice skončil v roce 2011, ale jeho odkaz trvá.

Více informací naleznete zde:

- [Hledání udržitelnosti při změně politiky ohledně mladistvých, Robert Arnkil \(URBACT Tribune\) - PDF](#)
- [My Generation – webová stránka URBACTu](#)
- [Moje generace, konečné výsledky – webová stránka URBACTu](#)

Speciální reportáž – zápas s úpadkem v menších evropských městech: OP-ACT

Program URBACT se v projektu OP-ACT od roku 2009 zabývá problémy ekonomického a sociálního úpadku menších a středních měst. U tří končících partnerských projektů jsme zjišťovali jaké naděje vkládají do ekonomické a sociální stabilizace jejich měst.

Projekt ‚Možnosti akce‘ (OP-ACT) určený pro 11 partnerů, spojuje města, která mají tři typické problémy: mění se demografii, zhoršení místní ekonomiky a současnou finanční krizi. Jak je ze zkušenosti jasné partnerům projektu, který se zabývá městy Leoben v Rakousku, Medias v Rumunsku a Dabrowa Gornicza v Polsku, každé z nich řeší komplex problémů.

Jak se vyvíjí kreativní prostředí pro mladé lidi v Leobenu

Podle Wolfganga Domiana, vedoucího partnera OP-ACT a generálního manažera služeb města Leoben, projekt poskytuje širší obraz. „Plán místní akce“ (LAP) není samostatné řešení – je spojen s celkovým plánem města. Jedním z jeho hlavních úkolů je poskytnout v Leobenu kreativní dílnu – místo pro umělce, muzikanty, návrháře a performing arts, a navíc nezávislé umělce pracující v médiích a IT. Financování a dobré rady jsou také po ruce. „Rozeslali jsme po místních školách dotazník a zjistili, že až 50% dětí chce v dané oblasti zůstat – ovšem chtějí v něm vytvořit kreativní prostředí“ říká Wolfgang Domian. Leoben si chce definitivně udržet mladé lidi než je nechat odejít a možnosti kreativního průmyslu budou hlavní atrakcí. Místo je teď identifikováno.

Kreativní dílna není jediný plán na propojení více oblastí. Identifikace místa má tu výhodu, že přítomnost průmyslu ve městě znamená, že je domovem většího počtu zkušených inženýrů v penzi, ideální to stav pro výuku mladých podnikatelů jako „andělů podnikání“. Změna způsobu instruktáže a zapojení migrujících skupin vedlo mezitím k založení trhu s kořením v Leobenu. Další plány zahrnují „univerzitní areál seniorů“ a informační centrum, a k tomu zlepšení bydlení – jmenovitě menší byty a podkrovní byty, které by oslovily mladé lidi.

Podle Wolfganga Domiana plány doplňuje přístup místních úředníků. „Máme za sebou hodně práce za posledních 10 let a URBACT a OP-ACT posunují vývoj zdárně kupředu. A myslím si, že stejně tak je to v případě dalších měst. Získala naději a to je důležité; nikoliv naříkat nad situací ve které jsme, ale najít dobré řešení ke stabilizaci a přežití.“

Studie proveditelnosti pro jezerní oblast při městě Dabrowa Gornicza

Zatímco další města končí se svými „Místními akčními plány“, je jasné, že do hry se dostávají další faktory. V polské Dobrowe Gorniczi je nutno se zaměřit na nové problémy, ačkoliv místní ocelářský průmysl stále hraje hlavní roli v místní ekonomice. Jmenovitě, město doufá, že má turistický potenciál v podobě čtyř povrchových dolů, které se proměnily v jezera. Dosud se v tomto směru využily jen dva – Pogoria III. a IV. Odrasovým můstek pro Místní akční plán je tedy studie proveditelnosti s ohledem na rozšíření konceptu „zelené turistiky“ a přilákání návštěvníků nejen z města a přilehlé oblasti Katowic, ale i odjinud.

Zatím byl rozvoj oblasti jezer omezen na jednoduchou asfaltovou cyklistickou stezku v délce čtyř kilometrů a na plachtění v menším rozsahu. Plánuje se však vyhledávání investorů pro partnerství za účelem rozvoje vodních sportů, včetně člunů s elektrickým motorem, větší prostor pro plachetnice a veslování a také rozšíření cyklistických stezek. Pomýšlí se také na pobřežní restaurace, ubytování v hotelech, kterého je nedostatek a na nová praktická cvičení dovedností, spojených s prosazováním města navenek jako značky na trhu, tzv. branding.

Spojení výcviku s místním podnikáním v rumunském městě Medias

Branding bude také součástí Místního akčního plánu v Mediasu, kde se jedná o pomoc při získávání nových investorů a zastavení odlivu populace. Toto průmyslové město s 55 000 obyvateli ztratilo přibližně 10 000 lidí během posledních dvaceti let a vzdělaní profesionálové odešli do okresního města Sibiu, do Bukurešti nebo do zahraničí. Výsledkem je, že se pracovní trh orientuje stále na tradiční průmyslová zaměstnání jako je montáž a výroba součástek pro automobilový průmysl. Zaměstnanci postrádají dovednosti, které potřebuje nový kreativní a na znalostech postavený průmysl.

Místní akční plán Mediasu se proto soustředí na těsnější spojení státního vzdělávacího a výcvikového sektoru s lokálním podnikáním, takže se pracovní síla může přizpůsobit potřebám existujícího byznysu a těm, které chce přitáhnout. Další body plánu obnášejí kancelář, která bude poskytovat poradenství potenciálním podnikatelům, vybavení podpůrného centra, založeného v minulých letech na pomoc rozvoji vztahů mezi školami a místními zaměstnavateli. Centrum mezitím pracuje na školení pracovníků místní samosprávy, aby ve spolupráci s místními podnikateli vymysleli jak propagovat Medias a jak zatraktivnit jeho pověst. Centrum má být také budoucím provozovatelem výcviku kreativních odvětví a IT, jmenovitě v multimediích.

Alternativou pro regionální rozvoj by mohly být investice do turismu s ohledem na historické centrum města a hrady a zámky v dané oblasti. Medias by mohl být propagován pro svou autentičnost a jako brána do Transylvánie, čímž by nabídl zaměstnání v oblasti služeb.

Program OP-ACT připravil skutečné možnosti pro změnu v oblastech, které mají před sebou nejistou budoucnost, ale které se na druhé straně snaží odpoutat od minulosti. Jak vysvětlil Hanns-Uve Schwedler, vedoucí expert OP-ACTu: „Ve většině partnerských měst mají lidé své průmyslové dědictví a historii pevně v povědomí a ovlivňuje to jejich politická rozhodování. Rozloučit se proto s představou průmyslového města je pro ně velký problém“.

Dalším krokem v rámci projektu URBACT je setkání v německé Alteně v době od 20. do 22. června, kde se bude diskutovat o ekonomickém růstu. Následně se zájemci sejdou od 10. do 12. září v Mediasu, kde budou partneři jednat o jejich Místních akčních plánech. Ty budou prezentovány na poslední konferenci OP-ACT, probíhající od 7. do 8. listopadu v Leobenu.

Více informací naleznete zde:

- [OP-ACT](#) – webová stránka URBACTu

Na základě 3. výzvy URBACT k podání návrhů byl podán vysoký počet žádostí

Více než 80 projektových žádostí, zahrnujících stovky měst Evropské unie, bylo podáno v rámci 3. a poslední výzvy URBACT k podání návrhů. Z 82 partnerských měst, kterých se to týká, bude 19 vybráno k vytvoření nových tematických sítí URBACT, pracujících na setrvalém a integrovaném městském rozvoji.

Vhodné žádosti nyní prozkoumává mezinárodní panel expertů. Je to další krok v procesu hodnocení, vedoucí ke konečnému rozhodnutí monitorovací komise 23. dubna 2012. Výsledný seznam projektů schválených pro počáteční šestiměsíční „rozvojovou fázi“ bude vystaven na webové stránce URBACTu.

"Jak řekl Emmanuel Moulin, ředitel Sekretariátu URBACTu: „Je to velmi povzbudivé sledovat tak velký zájem o projekt URBACT z různých měst po celé Evropské unii. Vybrány budou pouze nejlepší návrhy. Cílem je zajistit v partnerských sítích trvalý a integrovaný rozvoj jejich měst“.

Návrhy se točily, pokud jde o škálu témat, kolem tří okruhů témat v programu URBACT:

- Inovativní města: 42,70% ze všech došlých návrhů
- Trvale se rozvíjející města: 37,80% ze všech došlých návrhů
- Města inkluzivní: 19,50% ze všech došlých návrhů

Pokud jde o geografické zařazení měst, která poslala své návrhy jako vedoucí partneři, téměř čtvrtina z nich (23%) byla italských a 17% španělských. Další země s vysokým počtem potenciálních vedoucích partnerů byly Holandsko, Velká Británie a Portugalsko, s průměrem 10% všech vedoucích partnerů v podaných návrzích projektů. Z 82 návrhů bylo 6 z nových členských zemí: 3 z Maďarska, 2 z rumunských měst a 1 ze slovinského města.

Více informací naleznete zde:

- [Proč se zapojit](#) – webová stránka URBACTu
- [Výzva URBACTu k návrhům](#) – webová stránka URBACTu
- [Projekty URBACTu](#) – webová stránka URBACTu

URBACT II

URBACT je evropský výměnný a vzdělávací program, který podporuje udržitelný rozvoj měst.

Program umožňuje městům společně pracovat na řešení stěžejních městských problémů a výzev a podporuje jejich klíčovou roli, kterou hrají v době, kdy neustále vzrůstají komplexní společenské problémy. Pomáhá jim rozvinout praktická řešení, která jsou nová, vedou k udržitelnosti a integrují ekonomickou, sociální a environmentální dimenzi. Program URBACT umožňuje městům sdílet příklady dobré praxe a znalosti ve spolupráci s těmi, kteří se zabývají urbanismem po celé Evropě. URBACT zahrnuje 300 měst, 29 zemí a 5000 aktivních spolupracovníků

www.urbact.eu/project



EUROPEAN
PROGRAMME
FOR
SUSTAINABLE
URBAN
DEVELOPMENT

