

KOMPLEX, A FIATALOK BEVONÁSÁT CÉLZÓ PROGRAMOK ÉS AKCIÓTERVEK KIALAKÍTÁSA

HEGEDÜS ZOLTÁN

2021. NOVEMBER 30.



1. NYITOTTSÁG ÉS BEFOGADÓ ATTITŰD A FIATALOK BEVONÁSÁRA VONATKOZÓAN

- Az első lépés, hogy a döntéshozók felismerjék a fiatalok bevonásának fontosságát.
- *"A közösség demokratikus életében való részvétel többet jelent, mint maga a szavazás vagy a választáson való részvétel melletti kiállás, noha ezek fontos elemek. A részvétel és az aktív polgári szerepvállalás arról szól, hogy rendelkezünk a joggal, az eszközökkel, a mozgástérrel, a lehetőséggel, és ahol szükséges, támogatással, az olyan döntések befolyásolását segítő részvételre, melyek egy jobb társadalom felépítéséhez járulnak hozzá."* – Az ET Chartája a fiatalok helyi és regionális életben való részvételéről
- Érvék: Elvándorlás, fiatalok megtartása, társadalmi és közéleti aktivitásuk fokozása.
- A döntéshozók érzékenyítése a szakemberek által a településen – jó példák bemutatása, előnyök átfogó ismertetése

2. AZ IFJÚSÁGI LEGFONTOSABB ELSAJÁTÍTÁSA

RÉSZVÉTELHEZ TUDÁSANYAG

KAPCSOLÓDÓ ISMERETE,

- A fiataloknak meg kell érteniük, milyen célt szolgál az adott projekt vagy a folyamat, és mi az ő szerepük benne.
- A hatalmi viszonyoknak és a döntéshozatali struktúráknak világosnak, átláthatónak kell lenniük.
- A fiatalokat a kezdeményezés lehető legkorábbi fázisától be kell vonni.
- A fiataloknak egyenlő tiszteletet kell adni kortól, szituációtól, képességtől, etnikumtól és egyéb társadalmi faktoroktól függetlenül.
- Alapszabályokat kell létrehozni az összes fiatallal a tevékenység kezdetén.
- A részvétel legyen önkéntes, és a fiatalok bármelyik fázisban szabadon léphessenek ki.
- A fiatalok részvételére sztenderdekert és irányelveket szükséges létrehozni, értékelni és folyamatosan fejleszteni.
- Reális célokat és megfelelő módszereket kell választani a fiatalok részvételének sikeres megvalósulásához.
- Megfelelő szervezeti kapacitás és erőforrás álljon rendelkezésre
- Marginális csoportok és csendes, passzív fiatalok minél szélesebb körű elérése.

3. A BEVONÁS (DÖNTÉSHOZÓK ÉS FIATALOK) KONKRÉT FOLYAMATA

- Párbeszéd generálása a fiatalok és a döntéshozók között.
- A fiatalok lehető legszélesebb körének bevonása pl. (NEET, Hátrányos helyzetű fiatalok)
- A fiatalok részvételének legfontosabb eszközei:
 - A részvételre oktatás
 - Az információk eljuttatása a fiatalokhoz
 - A fiatalok programjainak és kezdeményezéseinek támogatása
 - A fiatalok szervezeteinek támogatása
 - A fiatalok részvétele civil szervezetekben
 - A fiatalok részvétele a helyi és regionális ügyekben
 - Ifjúsági tanácsok, ifjúsági parlamentek és fórumok támogatása

3. A BEVONÁS (DÖNTÉSHOZÓK ÉS FIATALOK) KONKRÉT FOLYAMATA

- **Képviselési formák:** Ez jelenthet diákönkormányzatot, hallgatói önkormányzatot, ifjúsági kerekasztalt, diák-polgármesteri posztot, települési gyermek- és ifjúsági önkormányzatot.
- **Ifjúsági meghallgatás szervezése:** Fogadóóra, nyílt nap a döntéshozók és a fiatalok részvételével.
- **Kutatás:** Akár megfigyeléses vizsgálat (pl.: a játszóterek, a fiatalok által frekvenciált tartózkodási helyek fiatalok általi átvilágítása), akár fiatalokkal történő kérdőíves vagy interjú megkérdezés a fiatalokat érintő kérdésekről egy adott településen, településrészen.
- **Ifjúsági projektek:** Olyan projekt, amelyek fiataloknak készül és/vagy fiatalok bevonásával történik, fiatalok valósítják meg. A legtöbb ifjúsági projekt egyúttal közösségi projekt is, mivel egy közösséget vagy a fiatalok egy csoportját célozza meg.
- **Viták, kerekasztal beszélgetések** szervezése.
- **Események fiatalokkal, és általuk szervezve**
- **Ifjúsági iroda:** A fiatalok részt vesznek az ifjúsági iroda (ház, pont, szolgáltató tér stb.) működtetésében.
- **Ifjúsági szervezet létrehozása, működtetése:** a civil szervezeti létben sokféle módszer és tevékenységi forma ismerhető meg.
- **Strukturált Párbeszéd**

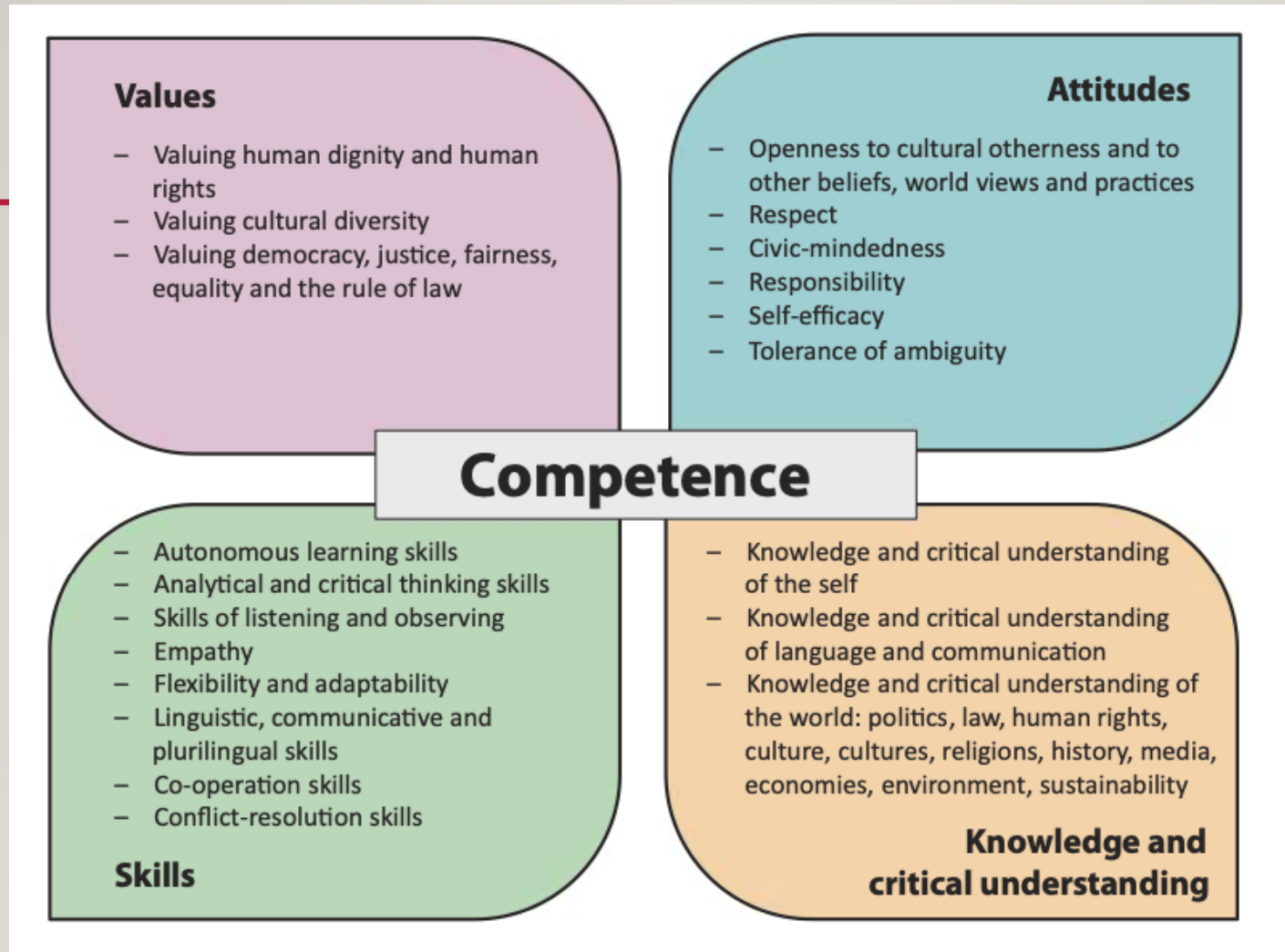
3. A BEVONÁS (DÖNTÉSHOZÓK ÉS FIATALOK) KONKRÉT FOLYAMATA

- A fiatalok bevonásának tervezése:
 - A fiatalok elérésének megtervezése (csatornák)
 - Milyen eszközökkel történik a fiatalok bevonása?
 - Milyen partnerekkel működnének együtt (amennyiben lenne ilyen)?
 - Hogyan épül fel a bevonás és a részvétel folyamata?
 - Mivel motiválják a fiatalokat, milyen motivációt feltételeznek róluk?

4. A FIATALOK IGÉNYEINEK FELTÁRÁSA

- A fiataloktól érkező visszajelzések, ötletek, igények, javaslatok folyamatos kérése – fogadása.
- Birtokában kell lennünk annak a tudásnak, hogy a fiataloknak milyen kompetenciákra és képességekre van szükségük, hogy képesek legyenek a bevonódásra
- Megfelelő módszerek alkalmazása arra vonatkozóan, hogyan tudjuk őket motiválni, hogyan tudjuk megtárgyalni velük az őket érintő ügyeket,
- Kutatások, felmérések, folyamatos kommunikáció
- Nincsenek univerzális módszerek, amelyek mindenhol jól működnek de számos jó gyakorlat létezik (Előző alkalom példái és gyűjtőoldalai)

4. A FIATALOK IGÉNYEINEK FELTÁRÁSA



5. A CÉLCSOPORT ISMERETE

- 2020-ban a 15 és 29 év közötti korosztály létszáma 1 614 973 fő volt a KSH statisztikái alapján, közülük a 25 és 29 közötti korosztályba esnek a legtöbben.
- A nemek közötti megosztásban két százalékponttal vannak többen a fiuk/férfiak.
- A fiatalok 18 %-a lakik a fővárosban, 29 %-a községekben, a többség a köztes városokban él. A legnagyobb arányban a Közép-Magyarországi régiókban vannak jelen.
- A fiatalok fele dolgozik, 38%-a vesz részt az oktatási rendszerben, és 11% a NEET fiatalok aránya.
- Legnagyobb arányban a Z generáció tagjai vannak jelen a korosztályban.

5. A CÉLCSOPORT ISMERETE

- A 15 és 29 év közötti korcsoport 16 százaléka önkénteskedett már valamikor, közülük minden második az elmúlt egy évben is.
- A 15 – 19 év közöttiek 86%-a vesz részt az oktatásban, ez a 20 – 24 év közöttiek esetében 36%.
- A szabadidős tevékenységeik nagyrészt a családhoz/barátokhoz kötődnek, de továbbra is jellemzőek a képernyős tevékenységek. Állításuk szerint hétközben 4, hétvégén 6 óra szabadidejük van, a sportolás csak egy tizedükre jellemző.
- A korosztály körében a kultúrafogyasztás aránya alacsony, különösen a magas kultúráé, a színházba, kiállításokra, múzeumba soha nem járók aránya 60% felett van.
- 32% végzett rendszeresen valamilyen testmozgást.
- 93%-uk rendelkezik internet hozzáféréssel, így az online tereken keresztül is kiemelten fontos a fiatalok megszólítása. Naponta követik az audiovizuális tartalmakat, ellenben a print sajtó olvasása alacsony szinten jellemző rájuk. A közösségi oldalak közül még mindig a Facebook volt a legnépszerűbb, 88%-uk használja heti rendszerességgel, ezt az Instagram és a TikTok követik.

5. A CÉLCSOPORT ISMERETE

- A civil aktivitás sajnos kevésbé jellemzi őket, az elmúlt évtized kutatási eredményei alapján stagnál azok arányszáma, akik nem kötődnek semmilyen civil szervezethez (kb. 75%)
- Az elmúlt évtizedek kutatásai alapján jellemzi őket az apolitikusság, a közéleti kérdésekben mutatott visszahúzódo attitűd, de a 2020-as adatok alapján ebben már vannak változások.
- A 15 – 29 éves korcsoporton belül jelentős különbség van az egyes korosztályok között.
- Az egyetemista korosztályban az Aktív Fiatalok Kutatócsoport 2019-es eredményei alapján növekedett a formális szervezetekhez kötődés aránya. Míg 2013-ban és 2015-ben is a magyar egyetemisták és főiskolások mintegy 60 százaléka kapcsolódott valamilyen szervezethez, 2019-ben ez az arány 63 százalék volt.
- A 2015-ös adatokhoz hasonlóan a szakmai, tudományos szervezetek következnek(17%), ugyanakkor a kulturális, hagyományőrző, művészeti csoport, szerveződések jelentősége lényegesen alacsonyabb. (12%).

MINDEZEKRE ÉPÍTVE...



IFJÚSÁGI STRATÉGIA KIALAKÍTÁSÁNAK LÉPÉSEI

- Előkészítés:
 - Helyzetkép készítése
 - Környezetelemzés
 - Célrendszer meghatározása
- Munkamódszerek:
 - Közösségi tervezés
 - Kutatások elvégzése
 - Szakemberek bevonása
- Felépítés:
 - Hosszútávú stratégia – Jövőkép
 - Középtávú stratégia – Cselekvési irányok
 - Éves cselekvési tervek
 - Helyzetelemzés (Adottságok, környezet, szakértői, specifikus, ifjúsági...)

A STRATÉGIÁKHOZ KAPCSOLÓDÓ AKCIÓTERVEK ÉS CSELEKVÉSI TERVEK

- Konkrét és reális célokat fogalmazznak meg
- Rövid időintervallum
- Jól meghatározott beavatkozási területek
- SMART célok
- Inkább kevesebb de könnyebben megvalósítható intézkedés
- Mindig a közép- és hosszú távú célokhoz igazodnak
- Egymásra épülnek, mérföldkövek mentén (általában 1 – 2 éves terminusok, az 5 – 10 éves stratégián belül)

STRATÉGIAI TERVEZÉS LÉPÉSEI – A FIATALOK BEVONÁSA, IFJÚSÁGI STRATÉGIA KIALAKÍTÁSA

1. Célok meghatározása (4 – 8 reális cél meghatározása a fiatalok kapcsán)
2. Helyzetkép készítése (Jellemzők és adottságok összegyűjtése a településre vonatkozóan)
3. Kutatás, felmérés, a célcsoport és a szakértők bevonásának megtervezése (Milyen eszközökkel és hogyan történik meg mindez?)
4. A fiatalok és a döntéshozók érdekeltté tétele, motiválása
5. Hosszútávú stratégiai célok kifejtése (5 – 10 év)
6. Cselekvési terv készítése – A célokhoz rendelt intézkedések, programok, projektek, intézkedések, események kitalálása, rövid kifejtése