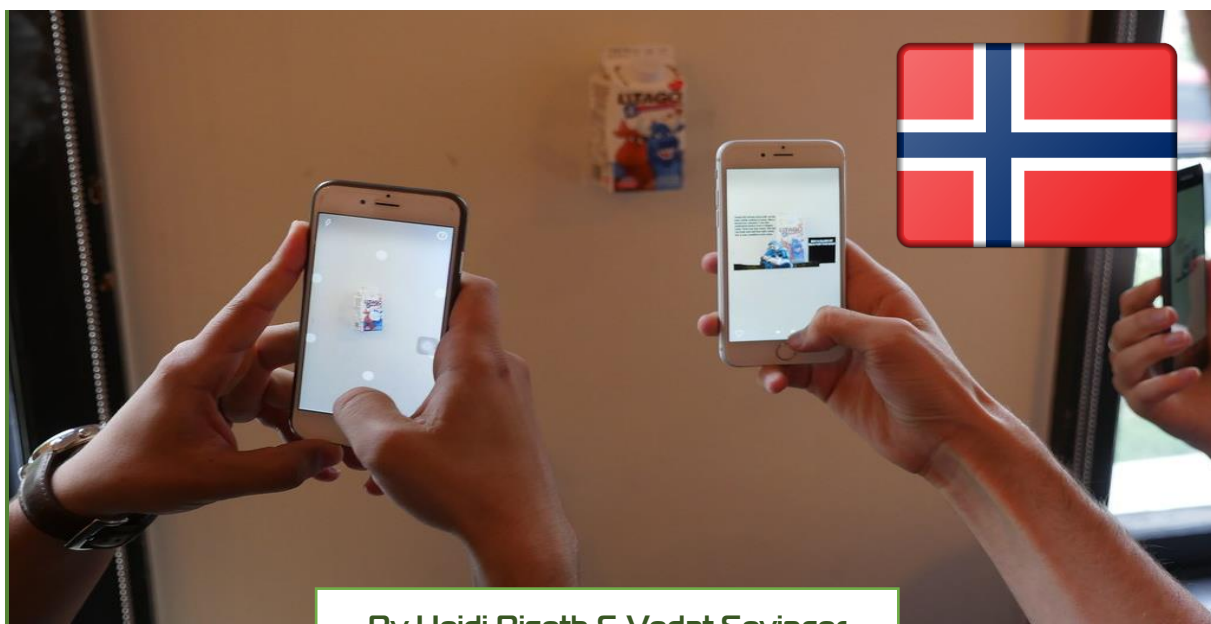


PORADNIK

WYKORZYSTANIE MEDIÓW W EDUKACJI OBYWATELSKIEJ MŁODZIEŻY - DOBRE PRAKTYKI Z NORWEGII



By Heidi Biseth & Vedat Sevincer

Poradnik dla młodzieży

Poradnik przygotowany przez:
Norsensus Mediaforum (Norwegia)

Oslo 2023

NorSensus
MEDIAFORUM

Poradnik przygotowany w ramach projektu realizowanego przez:

Stowarzyszenie Centrum Rozwoju (LIDER)
Edukacji Obywatelskiej CREO
ul. Kochanowskiego 8A/2
60-845 Poznań
www.centrumcreo.pl



Stowarzyszenie Metropolia Poznań
ul. Kościelna 37
60-537 Poznań
www.metropoliapoznan.pl
www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko



Norsensus Mediaforum (Norwegia)
Rådhusgata 20
0151 Oslo
www.norsensus.no



Društvo Ekologi Brez Meja (Słowenia)
Trubarjeva 50
1000 Ljubljana
www.ebm.si



1. Wprowadzenie do norweskiego kontekstu

Celem niniejszej pracy jest określenie w jaki sposób budowanie kompetencji medialnych wpływa na zaangażowanie obywatelskie w kontekście norweskim.

Ogólnie rzecz biorąc, istnieje niewiele badań dotyczących umiejętności korzystania z mediów w połączeniu z zaangażowaniem obywatelskim. Jednymi z pierwszych badań w tej dziedzinie na tak dużą skalę są IEA International Civic and Citizenship Study (ICCS 2016). Przeprowadzone zostały w 23 krajach. Badania te pokazują, że zaangażowanie obywatelskie wśród młodych ludzi jest niskie i w niewielkim stopniu związane z korzystaniem z mediów. Poniżej omówiona zostanie literatura dotycząca zaangażowania obywatelskiego młodych ludzi poprzez lub z wykorzystaniem mediów w Norwegii.

Rola edukacji

Edukacja może odgrywać znaczącą rolę w zwiększaniu uczestnictwa w mediach i zaangażowania obywatelskiego, szczególnie w kontekście norweskim, gdzie oba elementy są częścią krajowych programów nauczania. Analiza pierwszego ogólnokrajowego badania dotyczącego edukacji medialnej w norweskich szkołach średnich II stopnia jest istotna dla naszego tematu. Przedmiot "edukacja medialna" początkowo promował krytyczne myślenie w odniesieniu do przekazów medialnych, co stanowiło ważną kompetencję obywatelską. Jednak później przedmiot ten skupił się na potrzebach zawodowych związanych z tworzeniem treści i produkcją cyfrową. Można twierdzić, że różnorodne praktyki produkcji medialnej mają wpływ na młodzież poza szkołą i mogą wpływać na jej funkcjonowanie jako obywateli w naszym społeczeństwie, zarówno teraz, jak i w przyszłości.

Norweska młodzież jest zaangażowana w różnorodną kulturę medialną i intensywnie korzysta z mediów. Zaangażowanie uczniów w media społecznościowe oferuje możliwości i wyzwania w edukacji medialnej. Młodzież często przechodzi od użytkowników do producentów mediów.

Dzisiejsza praktyka medialna z dostępem online do wielu źródeł daje młodzieży możliwość tworzenia treści z różnych źródeł. Ponadto życie medialne młodzieży w szkole i poza nią jest ze sobą powiązane. Istotnym pytaniem, które należy zadać, jest to, w jakim stopniu szkoła wykorzystuje kompetencje medialne w celu zwiększenia zaangażowania obywatelskiego?

Promowanie obywatelstwa cyfrowego w szkołach skandynawskich, w tym w Norwegii, z wykorzystaniem danych z IEA Civic and Citizenship Education Study 2016, zostało zidentyfikowane w badaniu. 80% uczniów twierdzi, że rzadko publikuje w Internecie informacje na tematy polityczne lub społeczne. Jednak 10% studentów dzieli się kwestiami politycznymi lub społecznymi online co najmniej raz w miesiącu. Wskazuje to na przepaść między dużą "nigdy niezaangażowaną" i małą "bardzo zaangażowaną" grupą studentów. Badanie wykazało tylko kilka znaczących, ale bardzo słabych korelacji między dostępem do zasobów ICT w szkołach, a obecnym i przyszłym zaangażowaniem uczniów w Internecie. W badaniu zaproponowano koncepcyjną mapę sześciu głównych tematów promujących obywatelstwo cyfrowe w krajach skandynawskich. Związek między zaangażowaniem obywatelskim, a mediami społecznościowymi jest jednym ze słabszych w tym badaniu, co wskazuje na niski poziom zaangażowania młodzieży, przynajmniej na tej platformie.

Przyszli nauczyciele, będący studentami są zazwyczaj dobrze zorientowani w korzystaniu z mediów społecznościowych. W badaniu dotyczącym kompetencji 42 studentów pedagogiki w zakresie demokratycznego zaangażowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych w nauczaniu, studenci pedagogiki zostali poproszeni o wykorzystanie mediów społecznościowych jako ilustracyjnego narzędzia pedagogicznego podczas ostatniego okresu praktyk pedagogicznych. Koncepcyjne rozumienie demokracji i demokratycznego zaangażowania przez studentów-nauczycieli nie znalazło odzwierciedlenia w ich planach nauczania, a włączenie nieco abstrakcyjnych idei do praktycznych poziomów w klasie wydawało im się trudne. Ponadto wykorzystanie narzędzi cyfrowych do tego celu było postrzegane przez tych przyszłych nauczycieli jako jeszcze trudniejsze lub nieistotne.

2. Dobre przykłady uczestnictwa w mediach i zaangażowania obywatelskiego wśród młodzieży w Norwegii: FAKTUELL



Faktuell to projekt mający na celu rozwój kompetencji medialnych, a także publikowanie treści w internecie dla młodzieży, połączonych z ambicją zwiększenia zaangażowania obywatelskiego. Organizacja pozarządowa, która prowadziła ten projekt, zaoferowała uczestniczącej w nim młodzieży praktyczne szkolenia medialne dla dziennikarzy, fotografów i producentów wideo. Jedną z hipotez było to, że kompetencje cyfrowe młodzieży poprawią się dzięki zaangażowaniu w wysoką jakość publikacji online, zapewniając im również silniejszy głos obywatelski. Wszyscy uczestnicy mogli wchodzić w interakcje z profesjonalnymi aktorami medialnymi i nauczycielami akademickimi podczas programu szkoleniowego. W latach 2013-2022 projekt Faktuell współpracował z ponad 100 szkołami, klubami studenckimi i organizacjami, a w szkoleniach wzięło udział 242 młodych ludzi. Projekt stanowił bogaty przykład tego, jak organizacja pozarządowa może odgrywać znaczącą rolę w zapewnianiu kompetencji medialnych w połączeniu z zaangażowaniem obywatelskim wśród młodzieży.

W 2013 r. młodzieżowa organizacja medialna non-profit Norsensus Mediaforum (Norwegia) uruchomiła projekt Faktuell. Od samego początku był on pomyślany zarówno jako projekt budowania kompetencji medialnych, jak i publikacja internetowa dla grupy wiekowej od 13 do 20 lat. Deklarowaną ambicją było zwiększenie zaangażowania obywatelskiego grupy docelowej i zaoferowanie uczestnikom praktycznego szkolenia medialnego jako dziennikarzy, fotografów i producentów wideo.

To z kolei zachęciłoby do aktywnego uczestnictwa i spojrzenia na młodzież z perspektywy głównego nurtu. Jednocześnie pozwoliłoby to uczestnikom poprawić swoje kompetencje cyfrowe poprzez zaangażowanie w wysokiej jakości publikacje online.

Faktuell jest finansowany przez gminę Oslo, Norweską Radę Dzieci i Młodzieży (LNU), Fundację Społeczeństwa Otwartego i 3. Faktuell 31 Erasmus+.



Dążąc do bezstronnego raportowania i poszanowania różnorodności poglądów, Faktuell stara się nie tylko rozwijać umiejętności dziennikarskie wśród młodzieży, ale także zapewniać świeże i świadome jakości spojrzenie młodzieży na debatę publiczną. Aby osiągnąć te ambitne cele, Norsensus Mediaforum powołało zespół zarządzający projektem, który jest prawnie i finansowo odpowiedzialny za

wszystkie działania. Ponadto niezależny i nieodpłatny doradczy komitet sterujący- złożony z pracowników akademickich, specjalistów ds. mediów i przedstawicieli młodzieży, zapewnia wkład w planowanie i politykę. Faktuell składa się z dwóch głównych elementów: kompleksowego programu szkoleniowego w zakresie tworzenia treści informacyjnych oraz magazynu internetowego prowadzonego przez młodzież.

Program szkoleniowy obejmuje pięć modułów: etyka mediów, podstawowe umiejętności dziennikarskie (dochodzenie i gromadzenie danych w tekście, audio, wideo i zdjęciach), opowiadanie historii, edycja i szkolenie w zakresie rozpowszechniania. Aby zapewnić młodzieży możliwość interakcji z profesjonalistami i połączenia różnych pokoleń mediów, wszystkie moduły są prowadzone przez profesjonalistów z mediów głównego nurtu i środowisk akademickich w Norwegii. Uczestnicząca młodzież spotyka się również z mentorami-wolontariuszami, nauczycielami akademickimi i studentami mediów/dziennikarstwa na sesjach szkoleniowych i spotkaniach uzupełniających. Mentorzy służą młodym dziennikarzom jako opiekunowie w kwestiach językowych, strukturalnych i technicznych. Do tej pory nawiązaliśmy współpracę z ponad 100 szkołami, klubami i organizacjami studenckimi w całym kraju, a także z tysiącami młodych ludzi za pośrednictwem ukierunkowanych reklam w mediach społecznościowych. Po rozpatrzeniu wniosków od zainteresowanych młodych ludzi przeprowadzamy partycypacyjną ocenę ich wiedzy na temat dziennikarstwa i korzystania z mediów. W tym celu wykorzystujemy narzędzia do oceny umiejętności korzystania z mediów, aby zmapować indywidualne i zbiorowe atuty oraz ukształtować program szkoleniowy. Dzięki tej metodzie ponad 100 młodych ludzi ukończyło program szkoleniowy Faktuell od 2013 roku.

Drugim elementem projektu jest magazyn internetowy faktuell.no. Jego celem jest motywowanie uczestników i innych młodych ludzi do tworzenia treści informacyjnych poprzez prezentowanie ich pracy dziennikarskiej i tworzenie kompleksowego magazynu prowadzonego przez młodzież dla ogółu społeczeństwa. Prezentowane treści są dystrybuowane do mediów głównego nurtu i partnerów projektu w Norwegii, aby zwiększyć wpływ i rozpoznawalność pracy dziennikarskiej. Magazyn był również eksperymentalnym laboratorium do obserwacji produkcji treści młodzieżowych. Działania w zakresie pracy redakcyjnej po marketing prowadzone są przez grupę redakcyjną młodych ludzi w wieku od 13 do 20 lat z różnych środowisk i są one odnawiane co roku. Oprócz

głównego zespołu redakcyjnego, zapraszamy indywidualnych autorów, szkoły i kluby młodzieżowe do współtworzenia magazynu.



Na jednym z warsztatów Faktuell młodzież uczy się o fotoreportażu.

Zespół zarządzający projektem, zapewnia zespołowi redakcyjnemu wsparcie logistyczne i techniczne tylko wtedy, gdy jest to potrzebne. Ten luźny stosunek redakcji do kontroli zachęca uczestników Faktuell do nauki i ćwiczenia wizualnego opowiadania historii w dziennikarstwie.

Patrząc na rodzaj treści w czasopiśmie, widzimy pewne powszechne tendencje w tworzeniu tekstów. Pomimo naszych wysiłków, aby zachęcić do nowych sposobów podejścia do opowiadania historii, oferując jednocześnie znaczną swobodę redakcyjną, większość młodzieży stale naśladuje styl i format uznanych czasopism i gazet. W przeciwieństwie do powszechnie zakładanych nietekstowych i krótkich nawyków konsumpcji treści, mają oni tendencję do utrzymywania poważnego i tradycyjnego tonu, pisząc długie teksty. W raportowaniu wiadomości tekstowych zazwyczaj przyjmują długie teksty w stylu bloga. Porównując stosunek treści tekstowych do wizualnych, filmy stanowią około 65% wszystkich treści. Treść większości filmów ma również podobny tradycyjny ton i trwa średnio 5-10 minut. Pomimo tendencji do filmowania dłużej i włączania większej ilości treści, wskaźnik ukończenia projektów z wiadomościami wideo bez interwencji mentora wynosi zaledwie 20%. Z drugiej strony, średni skok i ukończenie stawki wejściowej wynosi około

35%. Jedną z typowych cech raportowania wiadomości wideo jest to, jak młodzi reporterzy przedkładają sprzęt i narzędzia przed historią i techniką, używając profesjonalnego sprzętu. Podobnie, częstym wzorcem dla wielu młodych dziennikarzy wideo/fotograficznych jest poleganie na efektach wizualnych, a nie na treściach, często powołując się na główne kanały medialne, takie jak VG i popularnych youtuberów. Ta rozbieżność z ich nawykami w mediach społecznościowych skłoniła nas do zmiany treści szkoleniowych i skupienia się bardziej na opowiadaniu historii i umiejętnościach komunikacji strategicznej.

Szkolenie stało się mniej skupione na narzędziach. Ponadto, aby zbadać ponadnarodowe interakcje młodych dziennikarzy, niedawno zainicjowaliśmy specjalny konkurs na wspólne tworzenie treści w ramach Faktuell. Dziennikarze Faktuell współpracowali tam z młodymi dziennikarzami z Irlandii, Niemiec, Rumunii i Bułgarii, aby znaleźć wspólne tematy i wspólnie opracować treści. Młodzież i e-learning z perspektywy obywatelskiej Faktuell pokazuje, jak można angażować się z młodzieżą i e-learningem w innowacyjny sposób. Gwałtowny wzrost wykorzystania Internetu i mediów społecznościowych wśród młodych ludzi jest uważany za istotny dla edukacji do tego stopnia, że w IEA International Civic and Citizenship Education Study 2016 zbadano również kontekst korzystania przez uczniów z mediów społecznościowych w celu zaangażowania obywatelskiego.



Dziennikarze Faktuell kręcą 5-odcinkowy serial dokumentalny o piątej rocznicy zamachów terrorystycznych w Norwegii z 22 lipca. Młodzież tworzy treści, począwszy od recenzji gier, a skończywszy na komentarzach o tematyce politycznej.

Chociaż szczegółowe wyniki badań nie są jeszcze dostępne, we wszystkich krajach obserwuje się wyraźny wzrost wykorzystania mediów społecznościowych przez młodych ludzi do celów politycznych. Ponadto średnie wyniki w skali zaangażowania mediów społecznościowych były konsekwentnie wyższe dla tych studentów, którzy ogólnie wyrażali zainteresowanie kwestiami obywatelskimi. Zwiększenie dostępu do nowych technologii i ich wykorzystania pozwala na reorganizację przestrzeni, stosunków społecznych, a co za tym idzie – rozmów czy rozważań. Można by zdefiniować internet i media społecznościowe jako współczesną sferę publiczną. Technologie te pozwalają jednostkom proponować nowe przestrzenie dla polityki. Im więcej młodych ludzi dowiaduje się o korzystaniu z mediów społecznościowych i cyfrowych i przyzwyczajają się do nich, tym bardziej możemy się spodziewać pojawienia się obywateli z dostępem cyfrowym, ewentualnie z nowymi obyczajami obywatelskimi, zajmujących nowe przestrzenie polityczne.

The screenshot shows the Laktuell website interface. At the top left is the logo "Laktuell av ungdom for alle". To the right are navigation icons for "LATEST", "POPULÆRT", and "TRENDY". Below the logo is a red navigation bar with categories: "NYHETER", "MENINGER", "KULTUR", "VIDEO", "+ FAKTA", "MINSIDE", and a "SEND STORY" button. The main content area features several article thumbnails:

- A video thumbnail for "Greta (15) til Verdens Ledere: Dere løper ut av unnskyldninger, og vi løper ut av tiden" with a 3:30 duration.
- A thumbnail for "Ungdomstelefonen: Ingen spørsmål er for store eller for små".
- A thumbnail for "Dømt til døden II: Adoptert".
- A large featured article titled "UKENS Koronaloven forlenget med én måned" with a background image of the Norwegian flag and virus particles.
- A thumbnail for "Barnefilmfestivalen TIFF Junior: Underholdning for både barn og foreldre".
- A thumbnail for "Hva skal du lese i sommer?".
- A "CALL" section with a prominent orange "CREATE" button.
- A "LATEST VOTES" section with three entries:
 - Redaktor on: "From plastic waste into construction bricks"
 - Anonymous on: "Møt verdens eldste skilpadde Jonathan"
 - tasmina on: (partially visible)
- Two "NYHETER" articles at the bottom:
 - "From plastic waste into construction bricks" by George Alexandru, featuring an image of colorful plastic bricks.
 - "City Cooling: Google's Tree Mapping" by George Alexandru, featuring an image of a city skyline with trees.

Media społecznościowe obniżyły próg stania się dziennikarzem do tego stopnia, że możemy teraz używać pojęcia obywatel-dziennikarz. Jednym z efektów tego rozwoju jest przyspieszenie wielu rodzajów komunikacji i przepływu informacji – do i ze źródeł i odbiorców innych niż dotychczas. W naszych społeczeństwach dostępne są nowe rodzaje i miejsca na zaangażowanie obywatelskie, a e-learning powinien być ważną częścią edukacji. Widać jednak, że odpowiednie praktyki nie przenikają wszystkich elementów naszego systemu edukacji. Projekt Faktuell wyraźnie pokazuje znaczenie sektora NGO w umacnianiu pozycji młodych ludzi z kompetencjami obywatelskimi w mediach. Jeśli chodzi o przyszłość, planujemy podjąć dwa główne działania, aby utrzymać znaczenie projektu Faktuell: 1) wprowadzenie bardziej interaktywnych form sprawozdawczości z wykorzystaniem nowych technologii (w tym wirtualnej rzeczywistości i sztucznej inteligencji); oraz 2) zwiększenie transgranicznych wspólnych projektów sprawozdawczych z naciskiem na budowanie kompetencji międzykulturowych oraz lepsze zrozumienie etyki i umiejętności korzystania z mediów. Ponadto projekt Faktuell mógłby być promowany jako wizytówka sektora edukacji, aby pokazać, w jaki sposób można wykorzystać media społecznościowe do zwiększenia zaangażowania obywatelskiego wśród młodzieży.

Szybkie fakty

- Oficjalnie rozpoczęte 1 września 2013 roku przez Norsensus Mediaforum (Norwegia), organizację medialną non-profit z Oslo, działającą na rzecz promowania umiejętności korzystania z mediów i informacji
- Projekt Faktuell jest finansowany przez gminę Oslo, Norweską Radę ds. Dzieci i Młodzieży (LNU), Fundację Społeczeństwa Otwartego i Erasmus+.
- W warsztatach szkoleniowych Faktuell wzięło udział 242 młodych ludzi z Norwegii.
- 64% uczestników to kobiety, a 52% pochodzi ze środowisk imigracyjnych lub mniejszościowych.
- W projekcie wzięło udział 20 dziennikarzy/specjalistów z branży medialnej jako opiekunowie i/lub mentorzy.
- Projekt zainspirował podobne projekty medialne dla młodzieży, takie jak Youth & Media Uniwersytetu Medialnego w Stuttgarcie w Niemczech i Bułgarskie Centrum Bezpiecznego Internetu.
- Zespół redakcyjny magazynu Faktuell składa się z sześciu do ośmiu młodych osób i jest odnawiany co roku.
- Zespół redakcyjny odpowiada za koordynację, tworzenia treści, strategię social media oraz marketing.
- Opublikowano 355 tekstów, z czego 107 opublikowano w Faktuell.

3. Dobre przykłady uczestnictwa mediów i zaangażowania obywatelskiego wśród młodzieży w Norwegii: Nordic Youth Media Sojusznicy dla celów SDG 2030



Celem projektu było wspieranie młodych ludzi (w wieku 13-19 lat) z Norwegii (Norsensus Mediaforum), Szwecji (Awesome People) i Finlandii (gmina Helsińska), aby wywierali większy wpływ i uczestniczyli w ich społeczności poprzez współpracę i promowanie Agendy 2030 oraz 17 celów zrównoważonego rozwoju poprzez projekty medialne prowadzone przez młodzież. Projekt dotarł bezpośrednio do ponad 300 osób oraz 106 organizacji młodzieżowych w tych trzech krajach, z których większość to młodzi ludzie i liderzy z organizacji młodzieżowych z Norwegii i Szwecji i Finlandii.

Najważniejszymi rezultatami projektu SDGs Youth Media Allies są te osiągnięte dla i z młodymi ludźmi zaangażowanymi w działania projektu. Mówiąc dokładniej, młodzież uczestnicząca w projekcie rozwinęła umiejętności twórcze i cyfrowe, które pozwalają im mieć silniejszy głos w społeczności na rzecz spraw, w które wierzą, ale także lepiej promować cele zrównoważonego rozwoju. Ponadto, poprzez zapewnienie im i ich organizacjom szkoleń i konkretnych narzędzi na temat rozwiązań dziennikarskich i młodzieżowych projektów medialnych, zwiększyliśmy uczestnictwo i wpływ młodzieży w tych społecznościach.

Ponadto partnerzy zaangażowani w projekt wzmocnili swoje partnerstwo, a w trakcie realizacji projektu opracowano nowe projekty z udziałem niektórych

partnerów, skierowane do młodzieży z Norwegii, Szwecji, Finlandii, Danii i Islandii.

Jako główne rezultaty projektu wymieniamy tutaj: spotkanie networkingowe z młodymi ludźmi i przedstawicielami partnerów; dwudniowe warsztaty na poziomie skandynawskim na temat opowiadania historii, wizualnego opowiadania historii, rozwiązań dziennikarskich, tworzenia treści online, fotoreportaży, młodzieżowych projektów medialnych i celów zrównoważonego rozwoju; 56 młodych ludzi z Norwegii, Szwecji i Finlandii opracowało 23 projekty medialne obejmujące odpowiednie cele zrównoważonego rozwoju poprzez animacje poklatkowe, artykuły, plakaty, kolaże itp. (<https://libre.norsensus.no/solutionsjournalism/>) oraz inny przewodnik po projektach medialnych dla młodzieży (<https://libre.norsensus.no/youthmedia/>), udostępniane organizacjom młodzieżowym i młodym ludziom.



Ta okazja do nawiązania kontaktów poprzez pierwsze spotkanie i warsztaty budowania bliższych kontaktów między aktywną młodzieżą z trzech krajów skandynawskich. Pozostają w kontakcie nawet po warsztatach, za pośrednictwem mediów społecznościowych. Przykładem bardziej lokalnego oddziaływania jest to, że młodzi ludzie ze Szwecji kontynuowali pracę nad celami

zrównoważonego rozwoju również jako wolontariusze organizacji Awesome People: przygotowali i przeprowadzili warsztaty na temat celów zrównoważonego rozwoju poprzez Be Awesome Camp, uświadamiając innych młodych ludzi o Agendzie 2030 i istniejących tam rozwiązaniach wspierających cele zrównoważonego rozwoju.

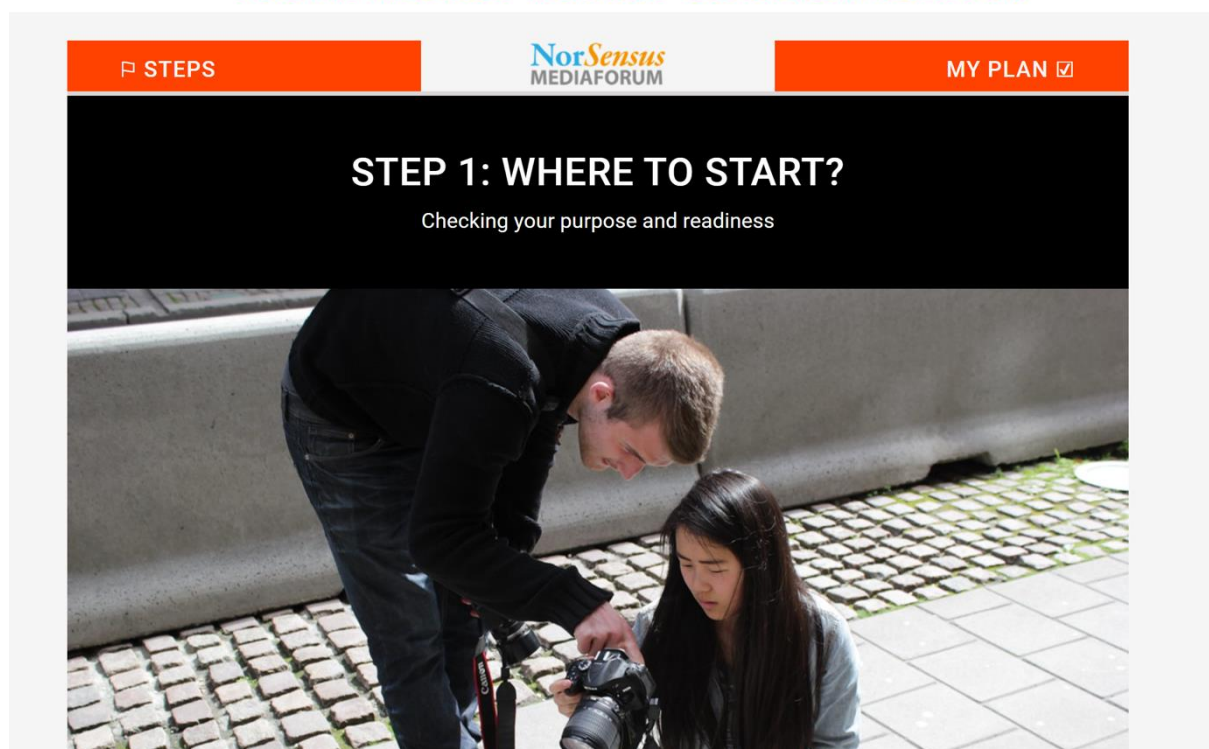
Projekt miał na celu umożliwienie młodym ludziom mówienia za siebie i wyposażenie ich w narzędzia do promowania założeń zrównoważonego rozwoju oraz szerzenia tematów, w które wierzą w ich własnych grupach i społecznościach. W trakcie realizacji projektu młodzi ludzie brali udział i wpływali na jego rozwój. W ten sposób uczestniczyli oni we współprojektowaniu procesu propozycji, spotkania networkingowego, programu warsztatów, procesu selekcji młodych ludzi biorących udział w warsztatach nordyckich, a także oceny działań projektu. Byli również w pełni zaangażowani w koprodukcję i współdostarczenie spotkania networkingowego, warsztatów na poziomie nordyckim, przewodników - opracowali i przeprowadzili kilka spotkań networkingowych i warsztatów, uczestniczyli w niektórych rozdziałach przewodników, dostarczyli i opublikowali własne projekty medialne oraz uczestniczyli w realizacji działań ewaluacyjnych podczas warsztatów na poziomie nordyckim i spotkania networkingowego. W związku z tym w całym projekcie młodzi ludzie byli zachęceni i wspierani do pełnego uczestnictwa i wpływania na działania skierowane do ich własnych grup i społeczności, rozwijając i ćwicząc umiejętności niezbędne do lepszego uczestnictwa i wpływu, takie jak komunikacja, perswazja, negocjacje, rozwiązywanie problemów, generowanie rozwiązań itp.

W ramach tego konkretnego celu dotyczącego wzmocnienia pozycji, projekt koncentrował się na zaangażowaniu młodych ludzi znajdujących się w trudnej sytuacji lub niedostatecznie reprezentowanych. Koncentracja ta przejawiała się w procesie rekrutacji do działań projektowych i zarządzania. W głównym zespole zarządzającym projektem ponad połowa osób we wszystkich krajach pochodziła ze środowisk imigracyjnych. Ponadto zarówno spotkanie networkingowe, jak i warsztaty obejmowały uczestników o bardzo zróżnicowanych profilach, pod względem niedostatecznie reprezentowanych grup lub młodzieży podatnej na zagrożenia. Na przykład podczas warsztatów na poziomie nordyckim 15 z 18 uczestników miało pochodzenie imigranckie lub uchodźcze, a także kilku młodych ludzi wywodzących się z mniejszości seksualnych. Różnorodność młodzieży została również odzwierciedlona w zespołach projektów medialnych

prowadzonych przez młodych ludzi biorących udział w warsztatach na poziomie nordyckim.

Takie podejście do różnorodności, od zarządzania po uczestnictwo, pozwoliło na skuteczną realizację celów w zakresie współprojektowania, koprodukcji i współdostarczania, jednocześnie dając uczestnikom poczucie odpowiedzialności za projekt.

YOUTH MEDIA PROJECT GUIDE & PLANNER



Po pierwsze, projekt wzmocnił relacje między głównymi partnerami – dzielili się swoimi doświadczeniami w pracy z młodzieżą, rozwijaniu umiejętności twórczych i cyfrowych oraz wiedzy i świadomości młodych ludzi. Ponadto w trakcie realizacji projektu główni partnerzy opracowali wspólnie inne projekty z udziałem młodzieży, z których część została już sfinansowana i jest obecnie w trakcie realizacji.

Po drugie, projekt został skonstruowany tak, aby w jego działania zaangażowały się inne organizacje młodzieżowe z Norwegii, Szwecji i Finlandii - jako partnerzy stowarzyszeni. Byli oni zaangażowani w promocję warsztatów na poziomie nordyckim oraz dotarcie do młodych ludzi biorących udział w projektach medialnych, a także wykorzystanie Solutions Journalism Guide for Young People

and Youth Media Guide, w celu dalszego wspierania projektów medialnych kierowanych przez młodzież. Dzięki tym punktom „spotkania” z organizacjami młodzieżowymi, początkowe partnerstwo rozwinęło swoją sieć, zapewniając więcej możliwości dla młodych ludzi i angażując lokalne organizacje we współpracę na szczeblu nordyckim. Dzięki dofinansowaniu uzyskanemu od innego darczyńcy norweski partner (Norsensus Mediaforum) miał okazję spotkać się również z innymi organizacjami z krajów skandynawskich podczas międzynarodowego spotkania sieciowego i współpracy zorganizowanego w styczniu 2020 r. w Islandii. Tam opracowano nowe pomysły projektowe, a w październiku 2020 roku sfinansowano nowy projekt nordycki.



Be an SDGs Hero

Create Content

Are you passionate about creative media and Sustainable Development Goals (SDGs)? Do you want to make an impact and raise awareness about SDGs with your story? Team up with friends, choose a topic and send to us.

CREATE YOUR TEAM

Find someone to help you. Create your creative team with two or three friends. Then register your team.

CHOOSE A TOPIC

Choose a topic related to Sustainable Development Goals (SDGs) and register the topic.

CREATE MEDIA CONTENT

Create a text/video/photo or animation story as a team, send it to us and make an impact.

Różnorodność uczestników pochodzących z trzech różnych krajów nordyckich poprawiła wyniki projektu, pomagając młodym ludziom:

- Podejmujmować wyzwanie interakcji i uczenia się o innych krajach, społecznościach, kulturach, postrzeganiu, postawach, zachowaniach itp;
- Rozwijać nowe kontakty na szczeblu nordyckim, które pomogą im lepiej łączyć się z różnymi środowiskami społecznymi lub zawodowymi;

- Działać wspólnie na rzecz promowania i przyczyniania się do realizacji programu działań Agendy 2030.

Podnoszenie świadomości na temat równości płci wśród mieszkańców regionu było jednym z kierunków, które młodzi ludzie chcieli wspierać poprzez swoje projekty medialne. Dowiedzieli się również o celach zrównoważonego rozwoju poprzez wiedzę zdobytą w ramach Agendy 2030 podczas warsztatów na szczeblu nordyckim.

Jednocześnie przez cały czas trwania projektu zapewniano, by młodzi mężczyźni, kobiety i osoby transpłciowe mieli równy dostęp do możliwości oferowanych przez projekt, a także równą reprezentację w procesie decyzyjnym.

Prowadząc spotkanie networkingowe i warsztaty, od początku działań prezentowaliśmy nasze podejście „zero tolerancji” do mowy nienawiści uwarunkowanej płcią, promując rekomendacje „Razem na rzecz równości płci – silniejszy program współpracy regionu nordyckiego na rzecz równości płci 2015–2018”.

Projekt dał również młodym ludziom narzędzia do lepszego mówienia o sobie, o każdej sprawie społecznej, politycznej lub kulturowej, w którą wierzą. Mając niezbędną wiedzę oraz umiejętności i narzędzia twórcze w zakresie mediów, młodzi ludzie mogą lepiej wspierać sprawy związane z Agendą 2030. Podczas spotkania networkingowego i warsztatów na poziomie nordyckim, a także za pośrednictwem projektów medialnych, młodzi ludzie bezpośrednio wyrazili zainteresowanie tematami związanymi z następującymi szczegółowymi celami zrównoważonego rozwoju: 1-Brakiem ubóstwa; 4-Jakością edukacji; 5-Równością płci; 7-Przystępną i czystą energią; 10-Zmniejszeniem nierówności; 11-Zrównoważonymi miastami i społecznościami; 12-Zrównoważoną konsumpcją i produkcją; i 13-Działaniami Klimatycznymi.

Poprzez zaangażowanie organizacji młodzieżowych działających na rzecz włączenia społecznego i różnorodności, sam projekt promował podstawowe wartości nordyckiego modelu dobrobytu opisanego w „Dobre życie w zrównoważonym regionie nordyckim. Nordycka strategia na rzecz zrównoważonego rozwoju”, takie jak równość szans, solidarność społeczna dla wszystkich, bez względu na płeć, pochodzenie etniczne, religię, wiek i orientację seksualną.

Poradnik przygotowany w ramach projektu
„We turn on ZERO WASTE!” / „Włączamy ZERO WASTE!”



Realizatorzy projektu:



POZnań*
metropolia

NorSensus
MEDIAFORUM



Iceland 
Liechtenstein
Norway **Active
citizens fund**

Projekt finansowany przez Islandię,
Lichtenstein i Norwegię z Funduszy EOG
i Funduszy Norweskich w ramach Programu
Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny

www.konsultacje.metropoliapoznan.pl/eko