

Komunikace o Evropě ve venkovských oblastech: Doporučení pro práci s mládeží



Doporučení 1: Přizpůsobte témata a metody cílové skupině

Doporučení 2: Podněcujte účinky přímo místě

Doporučení 3: Zapojte mladé lidi do všech organizačních procesů

Doporučení 4: Podporujte mezinárodnost

Doporučení 5: Nedělejte jen reklamu EU

Mnoho lidí ve venkovských oblastech má pocit, že Evropa je daleko a nijak s jejich životy nesouvisí. Platí to i pro mladé lidi. Jak je tedy lze motivovat, aby aktivně využívali práva na informace a účast, na která mají nárok, a tím se jako občanky a občané EU více zapojili?

Tento materiál obsahuje návrhy na **vytváření inovativních formátů a metod pro projekty, které reagují na potřeby v daném místě a souvisejí s politikou EU**. Aktivní evropské občanství závisí dle našeho pojetí na nejméně **třech podmínkách**: (1) Lidé musí **znát svá práva**. (2) Musí vědět, **jak je používat**. (3) Musí být přesvědčeni, že s nimi **mohou něčeho dosáhnout**.

Doporučení vycházejí z výsledků výzkumu **Centra excellence Jeana Monneta** na Univerzitě Lipsko.



Lorenz, A. and Anders, Lisa H. (eds.) 2023: EU Citizenship Beyond Urban Centres. Perceptions and Practices of Young People in East Central European Peripheral Areas. Berlin: Springer. (**Open Access**).



20 **skupinových diskuzí** se 171 mladými lidmi v 11. ročníku gymnázií a učilišť s maturitou v oblastech se silným venkovským charakterem; standardizovaný **průzkum** s 264 mladými lidmi ve školách; **rozhovory** s lidmi zapojenými do 6 **projektů dialogu s mládeží** finančně podpořených z Erasmus +



jmcoe@uni-leipzig.de


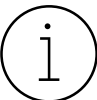


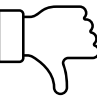


<https://home.uni-leipzig.de/jmcoe/>






Doporučení 1: Přizpůsobte témata a metody cílové skupině

	<p>„...takže je to skutečně projekt vytvořený mladými lidmi pro ostatní mladé lidi, který nepřichází shora.“</p> <p style="text-align: right;">Organizátor mládežnického projektu v Polsku</p>
	<p>Všichni organizátoři projektů dialogu s mládeží, které jsme oslovili, zdůrazňovali, že je třeba přizpůsobit témata a metody cílové skupině. V závislosti na věku cílové skupiny se liší úroveň znalostí, které lze předpokládat, a strategie, které lze použít k tomu, aby se mladí lidé začali zajímat o politiku EU. Zkušenosti mladých lidí s politickými procesy, dobrovolnickou prací a rozvojem venkova se velmi liší. V případě velmi různorodé cílové skupiny by organizátoři projektu měli zohlednit a dobře zapracovat rozdílné zkušenosti.</p>
	<p>Metody a náplň projektu s mládeží je třeba již od rané fáze plánování přizpůsobit konkrétní cílové skupině a jejímu prostředí. Jedná se o důležitou podmínku úspěchu. Co se osvědčuje, se může značně lišit podle země, regionu a školy.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Přizpůsobte náročnost informací cílové skupině: Motivaci lze zejména v případě mladší a/nebo méně zkušené cílové skupiny zvýšit podáváním menšího množství informací a pořádáním časově kratších akcí stejně jako využitím herně zaměřených digitálních prvků („gamifikace“). Je třeba zohlednit období výuky a prázdnin. - Vymyslete metody vhodné pro smíšenou cílovou skupinu: Pokud se zkušenosti a předchozí znalosti v cílové skupině výrazně liší, měli byste volit formáty, které umožňují vzájemnou výměnu znalostí a vzájemné učení. Úkoly nebo diskusní otázky by měly být vypracované v několika verzích podle úrovně obtížnosti. Bezpečné a hodnotově nezatížené prostředí je nezbytné k tomu, aby mladí lidé mohli svobodně vyjádřit své myšlenky. V závislosti na úrovni znalostí a motivace je třeba poskytnout více či méně podnětů.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nepřenechávejte organizaci akcí pro mládež (výhradně) dospělým: Akce jsou často organizovány dospělými pro mládež, aniž by byla mládež zapojena a byla jí svěřena patřičná odpovědnost. To může vést u mladých lidí k demotivaci. U dlouhodobějších projektů by mladí lidé měli být pokud možno zapojeni již v raných fázích plánování projektu (viz Doporučení č. 3). - Nevedte čistě teoretické diskuse o abstraktních tématech: Pro mladé lidi může být obtížné diskutovat o „velkých“ otázkách EU. Je lepší mluvit o tématech, která přímo souvisejí s běžným životem a na nich ukázat vliv EU. To přibližuje politiku EU a je hmatatelnější pro mladé lidi, kteří se v politice EU dosud příliš nevyznají. Kromě toho byste měli zajistit, že budou v projektu dosaženy konkrétní výsledky, které pak lidé na daném místě s rozhodovacími pravomocemi mohou uvést do běžného života (viz Doporučení č. 2).






Doporučení 2: Podněcujte účinky na místě

	<p>„Snažíme se vést opravdový dialog s těmi, kdo rozhodují, aby si mladí lidé odnášeli pozitivní zkušenosti. Že se jejich hlas počítá, že skutečně mohou něco změnit... Že nemáme klasickou pódiovou diskuzi s otázkami a odpověďmi, kde účastníci zvednou ruku a osoba s pravomocí rozhodovat na to jednoduše odpoví.“</p> <p>Organizátor projektu dialogu s mládeží v České republice a na Slovensku</p>
	<p>Mnoho mladých lidí si myslí, že jejich hlas v EU nic nezmuže. Pro aktivní občanství je však velmi důležité přesvědčení, že je možné podílet se účinně na politice a vlastní vklad se vyplatí. Projekty byste proto měli zaměřit na otázky, které se přímo týkají mladých lidí, zabývají se místními tématy a zahrnují politiku na daném místě. Tímto způsobem můžete dosáhnout hmatatelných účinků. To přispívá ke zviditelnění práce s mládeží a zvyšuje motivaci cílové skupiny. V ideálním případě takové projekty ukazují, jaký vliv mohou mít EU a peníze z EU na život v daném místě (např. lepší vybavení škol, veřejná doprava).</p>
	<p>Projekty s mládeží zaměřené na témata související s EU mají smysl pouze tehdy, pokud jsou inkluzivní a vedou k viditelným změnám. V ideálním případě ukazují propojení mezi místní úrovní a úrovní EU a znázorňují vliv EU v každodenním životě.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Snažte se dosáhnout hmatatelných cílů: Výsledky by měly být měřitelné a mít něco společného s životy mladých lidí. Pozitivní zkušenosti s uplatňováním vlastního vlivu povzbuzují k tomu, aby se mladí lidé zapojovali i nadále po ukončení projektu. - Zapojte činitele z EU, státní a regionální politiky: V ideálním případě zůstanou s mladými lidmi v pravidelném kontaktu a ukážou, jak při své práci zohledňují jejich potřeby. - Spolupracujte dlouhodobě: Je důležité, aby se partneři angažovali dlouhodobě namísto jednorázových akcí, budovali důvěru a probudili zájem o dialog také na straně mladých lidí, kteří jsou méně komunikativní. Politické nápady, které vzejdou z projektů s mládeží by následně měly být uskutečněny lokálně nebo se promítnout do politických procesů na národní úrovni nebo na úrovni EU. - Závaznost: Nejlepší je písemná dohoda mezi místními organizátory projektů a činiteli z politiky nebo správy, která zachycuje vůli zohlednit výsledky projektu v běžném životě.
	<ul style="list-style-type: none"> - Dbejte na to, aby dosažené výsledky vedly ke konkrétním změnám: Je třeba předejít pouhému vytváření „výstupů“ bez vyhlídky na uvedení do praxe a dosažení viditelných změn. Měli byste zajistit, že výsledky budou brány vážně a odpovědnost se nebude přehazovat tam a zpět. - Neodrazujte mladé lidi velkými jmény a technickým žargonem: Přítomnost slavných lidí, například z politiky, může přilákat zainteresované publikum, ale může mít na mladé lidi zastrašující účinek a automaticky vytvářet hierarchie. Dialog mezi oběma stranami by měl být vedený jako mezi rovnými partnery a měl by probíhat v uvolněné atmosféře. Je třeba se vyhnout technickým termínům. Akce v místním jazyce usnadňují účast různých sociálních skupin.






Doporučení 3: Zapojte mladé lidi do všech organizačních procesů

	<p>„Mladí lidé si velice rychle dokážou osvojit poměrně zodpovědné úkoly. Měli jsme lidi, kterým bylo šestnáct, patnáct let a starali se o účetnictví a rozpočet. Organizují aktivity, na které nejsou zvyklí, ale učí se velmi rychle.“</p> <p style="text-align: right;">Organizátor mládežnického projektu v Polsku</p>
	<p>Zejména pokud jsou vedoucí projektu výrazně starší než mladí lidé, může být obtížné určit důležitá témata (jen) pomocí průzkumu a vyhovět potřebám mladých lidí. Jedná se o různorodou cílovou skupinu s různými zájmy, sociálním zázemím, potřebami a znalostmi. Způsoby komunikace a důležitá témata jsou nestálé a často se mění.</p> <p>Další podmínkou úspěchu projektů dialogu s mládeží je proto skutečné zapojení cílové skupiny do všech fází a postupů v projektu. Tím se z projektu stává vlastní záměr mladých lidí. Ti v projektu navíc získávají dovednosti a znalosti, které jsou užitečné pro jejich budoucí pracovní život a mohou je motivovat k tomu, aby ve svém nasazení dále pokračovali.</p>
	<p>Smysluplné zapojení cílové skupiny v průběhu celého projektu (včetně raných fází projektu a během hodnocení) je klíčové pro určení důležitých témat, zohlednění potřeb mladých lidí a vytvoření příležitosti k dalšímu rozvoji znalostí a dovedností pod přiměřeným vedením.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Uspořádejte brainstorming a konzultace před samotným zahájením projektu: Cíle a témata projektu by měly být vypracovány společně před zahájením projektu na setkáních nebo workshopech s mladými lidmi. - Zaveďte systém „škol školitele“: Školte mladé lidi v organizačních otázkách, aby pak mohli předávat znalosti svým vrstevníkům a pořádat vlastní projekty. Používejte volně dostupné, bezplatné digitální zdroje k poskytování užitečných informací nebo softwaru. - Sdílejte odpovědnost za rozpočet: Mladí mají spíše pocit, že je berete vážně, když jim svěříte peníze. Pokud je to možné, poskytněte jim rozpočty na malé projekty, o jejichž využití mohou sami rozhodovat nebo spolurozhodovat.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nezahlcujte mladé lidi: Mladí lidé se mohou cítit přehlaceni školními povinnostmi a dalšími požadavky, pokud jim v mládežnických projektech uložíte příliš mnoho práce spojené s organizací projektu. Stejně je může zahltnit příliš mnoho možností výběru a zpomalit tak proces organizace. Žádoucí je přehledné rozdělení úkolů a strukturované vedení zkušenými dospělými, například formou pravidelných schůzek, prostřednictvím skupin na komunikačních aplikacích jako WhatsApp nebo školení.

Doporučení 4: Podporujte mezinárodnost

	<p><i>"Více je motivuje, když je to mezinárodní."</i></p> <p>Organizátor projektu pro mládež v ČR a SR</p> <p><i>„Výměna mládeže [...] může mít velký účinek [...] Řekl bych, že v mém městě studenti nemluví příliš dobře anglicky. Ale když je pak pošlete na týden nebo dva do nějakého mezinárodního projektu, opravdu se otevřou.“</i></p> <p>Organizátor mládežnického projektu v Polsku</p>
	<p>Mezinárodnost může projekty obohatit. Rozhovory s lidmi z jiných zemí EU s podobnou životní skutečností nebo kulturním zázemím podporují pocit sounáležitosti, solidarity a evropské identity. Tímto způsobem lze diskutovat o řešení strukturálních problémů, se kterými se mladí lidé setkávají v každodenním životě, a navrhnout řešení, která jsou svým zaměřením přeshraniční. Přeshraniční kontakty také pomáhají pěstovat úctu k jiným pohledům na určitá témata. Mladí lidé se učí jeden od druhého, získávají mezikulturní dovednosti a jazykové znalosti. Projekty pro mládež zaměřené na Evropu by proto měly obsahovat mezinárodní prvky, jako jsou výlety a exkurze, skupiny na komunikačních aplikacích jako WhatsApp a Telegram, delší výměny nebo dlouhodobou spolupráci.</p>
	<p>Zahrnutím mezinárodní perspektivy podporují mládežnické projekty povědomí o tom, že určité problémy se vyskytují i jinde a řešení lze hledat společně. Posilují evropskou identitu, mezikulturní a jazykové dovednosti.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Začněte s nenáročnými mezinárodními prvky, například formou diskuzí se stejně starými mladými lidmi ze sousední země přes sociální sítě. Náročnější exkurze nebo výměny mohou přijít později. - Vymyslete strategie, jak naložit s jazykovými bariérami: Mezinárodní projekty provázejí jazykové bariéry a často oslovují privilegovanou cílovou skupinu. Pomoci mohou překlady, intenzivní jazykové kurzy nebo jednoduché překladatelské nástroje, které mají mladí lidé často ve svých chytrých telefonech.
	<ul style="list-style-type: none"> - Dbejte na místní prostředí: I když je zahrnutí mezinárodní perspektivy důležité, neměly by problémy a souvislosti na daném místě ustoupit do pozadí. Případné pobyty v zahraničí je nutné před i po jejich uskutečnění spojit se setkáními na místě, kde mladí lidé žijí. To mladým lidem umožní mluvit o svých zkušenostech se svými vrstevníky a využít poznatky v prostředí, ve kterém žijí. - Nezapomeňte, že cestování do zahraničí zesiluje sociální nerovnováhu: Uvědomte si, že ne všichni mladí lidé se mohou zúčastnit, zvláště pokud nelze využít žádnou podporu. - Nevyjasňujte si zodpovědnosti příliš pozdě: Výlety a exkurze mohou přilákat mladé lidi, zájmu ale nemusí odpovídat ochota účastnit se přípravných setkání a aktivit. Náročnost na organizaci je přitom vyšší než v případě čistě místních projektů. Odpovědnosti je proto třeba vyjasnit zavčas, aby nedošlo ke zklamání.

Doporučení 5: Nedělejte jen reklamu EU

	<p>„...nenechat se Evropskou unií do něčeho tlačit... [Sdílet], že má své výhody – ano, ale nechat se do něčeho tlačit je něco, čeho se obávám.“</p> <p>Žák 11. třídy v Sokolově, Česká republika</p>
	<p>Ve venkovských oblastech mohou mladí lidé projevovat vůči EU nedůvěru, protože se mohou cítit přehlíženi. Příčinou takového vnímání někdy bývají zkušenosti s politiky na národní a regionální úrovni, nikoli přímo s EU. Lidé působící v EU a informační materiály, které poskytují, jsou částečně vnímány jako „reklamní show pro EU“ nebo propaganda z Bruselu. Dokonce i v případě nezávislých projektů k otázkám EU se mladí lidé často domnívají, že jsou tyto projekty organizovány nebo zadávány EU. Když lidé získají pocit, že jsou o něčem politicky přesvědčováni, reagují často odmítavě. Každý, kdo se účastní projektů na téma EU, pořádá akce ve spolupráci s činiteli EU nebo využívá peníze z EU, může být vnímán jako „agent EU“ bez vlastních nápadů a poselství.</p>
	<p>Akce a projekty, které se uskutečňují ve spolupráci s institucemi EU nebo jsou financované z peněz EU, se mohou jevit jako pouhá „reklama EU“ na hony vzdálená skutečnému životu na místě. To může vést k odmítnutí.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Mluvte o problémech a nedostatcích EU: Otevřený přístup k výzvám a nedostatkům politiky EU v oblasti mládeže a práce s mládeží může zvýšit věrohodnost a rozptýlit případné pochybnosti. - Zajistěte udržitelnou spolupráci: Jednorázové akce s celebrity bez trvalého zapojení nebo možnosti interakce působí povrchně. Místo toho je třeba budovat dlouhodobá partnerství. - Přizpůsobte komunikaci místnímu prostředí: Témata a jazyk byste měli přizpůsobit kulturním, sociálním a hospodářským podmínkám regionu. Zabývejte se místními událostmi, lidmi nebo příklady. K šíření informací a vyvolání pocitu přístupnosti u místních lidí využívejte místní noviny (hlavně bezplatné noviny), rozhlasové stanice nebo vývěsky.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nepořádejte „reklamní show pro EU“: Mladí lidé porovnávají svou životní situaci s učiněnými prohlášeními. Nečiňte prohlášení a nepoužívejte materiály, které by mohly být vnímány jako neupřímné, nerealistické nebo bezobsažné. - Nepoužívejte pouze informační materiály z EU: Pokud použijete příliš mnoho informačních materiálů z EU, projekt nebude působit nezávisle, i když je zcela nezávislý. Ze stejného důvodu se nedoporučuje nadměrné používání symbolů EU. Pokud používáte informační materiál z EU, vždy jej přizpůsobte místnímu prostředí. - Vyhňte se způsobu výkladu, že EU vytvořila mnoho dobrých věcí, které teď jen členské státy musí zavést do běžného života. Místo věnujte výklad místním lidem a naslouchejte jim.