



Generation 2020

Tvorivé projekty

Projekt o tvorivosti a mladých ľuďoch
realizovaný Karpatskou nadáciou

Úvod – Generation 2020

Karpatská nadácia v spolupráci s Creative Industry Košice a ďalšími partnermi odštartovali v septembri 2015 realizáciu ambiciózneho cezhraničného projektu Generation 2020. Jeho cieľom bolo mobilizovať a osobnostne rozvíjať mladých ľudí podporou ich vlastných dobrovoľníckych kreatívnych projektov. Súčasne mal projekt za cieľ posilniť zapájanie sa mládeže do miestneho a regionálneho rozvoja a iniciovať cezhraničnú mládežnícku spoluprácu.

Projekt Generation 2020 postupne pomáhal vytvoriť medzinárodnú platformu mladých ľudí so záujmom o veci verejné, o rozhodovacie procesy a o ich vlastný rozvoj – Generation WE. Táto medzinárodná sieť bola vytvorená aj na základe prenosu skúseností nórskeho partnera projektu Barents Youth Council. Cieľovou skupinou boli mladí ľudia zo zakarpatskej Ukrajiny a z východného Slovenska - študenti stredných a vysokých škôl alebo nezamestnaní vo veku 15 – 30 rokov. Sekundárnou cieľovou skupinou boli dospelí účastníci projektu - učitelia, umelci a profesionáli z kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Naším spoločným cieľom bolo vytvoriť cezhraničnú sieť mladých aktívnych ľudí – Generation We, ktorá bude nositeľom vízie projektu aj v budúcnosti a ktorá je dnes už samostatným občianskym združením s právnou subjektivitou. Karpatská nadácia sieť mladých naďalej podporuje a pracuje na zapájaní miestnych a regionálnych inštitúcií do práce s mládežou.

Kľúčové aktivity, vďaka ktorým sa nám to podarilo:

- *Kreatívne dni v Košiciach a v Užhorode - podujatia s cieľom identifikovať miestne a regionálne potreby, ktoré je možné riešiť len v spolupráci s miestnymi alebo regionálnymi inštitúciami. Boli to sieťovacie podujatia zamerané na vytváranie kontaktov a partnerstiev. Výsledkom Kreatívnych dní boli Kreatívne zadania mladých účastníkov projektu, ktorí sa ich prostredníctvom rozhodli riešiť reálne problémy miestnej samosprávy, školy, verejnej inštitúcie a pod.*
- *Vzdelávacie aktivity a tréningy mäkkých zručností pre mladých ľudí ako podpora profesionálov pri riešení zvolených kreatívnych projektov.*
- *Rezidenčné slovensko– ukrajinské stáže pre mladých umelcov.*

Projekt bol financovaný z Nórskeho fondu a štátneho rozpočtu v rámci Programu cezhraničnej spolupráce SK08.

Generation 2020 – Tvorivé projekty – očami Creative Industry Košice

Sme presvedčení, že mladí ľudia bez ohľadu na ich štúdium či oblasť pôsobenia radi tvoria. Radi vytvárajú nové veci, robia tie staré lepšími, inovujú a hľadajú nové spôsoby ako sa to dá robiť inak. Medzi nápadom a reálnym výsledkom je náročná cesta. V Tvorivých projektoch Generation 2020 sme získali inšpiratívnu skúsenosť, ako túto cestu prekonať. V nasledujúcich riadkoch sa o túto skúsenosť chceme s vami podeliť.

Súvislosti

Súčasťou medzinárodného projektu Generation 2020 pod vedením Karpatskej nadácie boli aj Tvorivé projekty, ktoré na Slovensku v období od marca do decembra 2016 realizovala Creative Industry Košice, ako jeden z partnerov projektu. Naším cieľom bolo podporiť inovatívne myslenie mladých ľudí realizáciou samostatných Tvorivých projektov v tímoch. Aktívne zapojenie sme ponúkli študentom, pracujúcim, dočasne nepracujúcim, aj ostatným jednotlivcom vo veku od 15 do 30 rokov. Tvorivé projekty boli zamerané na riešenie reálnych problémov a potrieb organizácií a firiem.

Hlavní aktéri

Na prelome marca a apríla 2016 sme začali s výberom piatich problémov/zámerov, ktoré si vyžadovali viac tvorivých riešení. Zadávatelia týchto problémov pochádzali z rôzneho prostredia. Boli medzi nimi výrobca prevodoviek z Kechneca neďaleko Košíc — spoločnosť GETRAG FORD Transmissions, s.r.o, občianske združenie BARLIČKA, ktoré v Prešove poskytuje sociálne a edukačné služby pre mladých ľudí s telesným postihnutím, ale aj občianske združenie DIFFERENT z Bardejova, ktoré sa stará o kultúrno-komunitné centrum Bašta. Päťicu doplnili turistické miesto GRANÁRIUM v Jablonove nad Turňou a aplikácia KARMA RECHARGER, ktorej hlavnou funkciou je systém odmeňovania dobrovoľníkov. Ďalší krok mal za cieľ zostaviť päť skupín mladých ľudí. V máji 2016 bol každej skupine pridelený jeden zámer, ktorému sa hľadalo riešenie. Spustila sa práca na konkrétnych Tvorivých projektoch, pri ktorej mladým kreatívcom pomáhali nielen cielené tréningové aktivity, ale predovšetkým skúsení odborníci z praxe.

stoličky
 zadávateľia
 posun
 zadávateľia
 koučing
 tímová práca výmena úloh
 krízové riadenie workshopy
proces mentoring
 zlom
 spätná väzba experti
 Human Centered Design karty Libdesign
 brainstorming účastníci
 prototypovanie

Proces

Tímy mladých ľudí, ktorí sa zapojili do Tvorivých projektov Generation 2020 absolvovali od júna 2016 tri kľúčové workshopy.

Kick-off stretnutie všetkým hlavným aktérom v júni ponúklo pohľad na komplexnosť vlastných zadaní a zadaní ostatných tímov. Pomohla hlavne aktivita s výmenou zadaní medzi jednotlivými tímami.

1. Bardejovská BAŠTA chcela v zadaní pracovať na nastavení crowdfundingovej kampane, aby mohli priestory zatepliť a pripraviť sa na zimu. S pomocou tímu Granárium, ale odchádzali s množstvom nápadov na tvorbu programu, marketingovej stratégie, podujatí a jedným z výstupov bolo aj zbavenie sa „strachu“ zo zimy a vytvorenia z tejto zdanlivo nevýhody - atrakciu.
2. Prešovské občianske združenie prišlo so zadaním budovania dobrovoľníckej komunity. BARLIČKA pracuje s mladými ľuďmi s telesným postihnutím, ktorí by chceli viesť úplne normálny život bez bariér. Po „výmene zadaní“ sa Barličky ujal tím Getrag. Prišli s heslom „Odhodte barličku“ a sviežim pohľadom na to, ako by sa v zbieraní dobrovoľníkov mohli využiť sociálne médiá a ako témou zaujať mladých.
3. Výzvou pre GETRAG bolo skvalitnenie pracovného prostredia veľkej firmy vďaka nápadom od samotných zamestnancov. K zadaniu sa dostal tím Bašty, ktorý sa cez SWOT analýzu pozrel na to, kde sú silné a slabé stránky, možnosti a riziká takéhoto systému. Prišli s podnetmi ako zlepšiť firemnú komunikáciu zdola-nahor, ako vylepšiť implementovanie nápadov do procesu, či akým spôsobom motivovať zamestnancov a nastaviť systém odmeňovania.
4. GRANÁRIUM je miesto ako z rozprávky. Keď sa malo rozhodnúť, kto prevezme tvorbu ich marketingovej stratégie, tak sa bojovalo do poslednej chvíle medzi všetkými tímami. Nakoniec sa ich ujal tím Karma. Aj keď sa mohlo zdať, že takéto miesto sa musí predávať samo, výsledkom bol pomerne komplexný materiál.
5. KARMA nastolila problém, ako nastaviť on-line systém, ktorý prevedie nových používateľov ponukou dobrovoľníckych príležitostí a bude s nimi aktívne pracovať a zapájať ich. Tím Barlička, ktorý sa k výzve dostal pri „výmene zadaní“ tiež prišiel s konkrétnym nápadom riešenia. To už zahŕňalo veci ako text kontaktného e-mailu, jeho periodicitu, či ako by mala ponuka dobrovoľných aktivít vyzeráť na stránke.

Prototypovacie stretnutie v septembri 2016 prinieslo riešiteľom zadaní cennú spätnú väzbu. Druhé dvojdňové stretnutie, zamerané na tvorbu prototypov riešení, tak ponúklo tímom priestor otestovať svoje nápady a nechať si poradiť aj od členov z iných tímov.

1. Tím BAŠTA od júnového stretnutia pracoval v dvoch líniách. Jednou ostal projekt zateplenia jej priestorov a druhou sa stala komunikačná stratégia. Počas prototypovacieho stretnutia prišli s návrhom crowdfundingovej kampane.
2. Tím BARLIČKA pracoval od júna na získavaní dobrovoľníkov. Ich stratégiou boli nábory na vysokých školách, kde chodili prezentovať aktivity a prácu dobrovoľníkov. Na prototypovacím stretnutí preto využili príležitosť a pred účastníkmi simulovali prezentáciu, s ktorou školy navštevovali. Cenné rady kreatívnych tímov pomohli nájsť slabé stránky a prísť s nápadmi na jej vylepšenie.
3. Tím GETRAG si na účastníkoch otestoval ako by mal vyzeráť formulár zlepšovacích nápadov od zamestnancov. Pretože chcú, aby sa zrýchlil a zefektívnil proces, kedy sa má nápad transformovať, až do vylepšenia výrobného procesu, taktiež využili prítomnosť účastníkov z iných tímov. Tí si formulár prešli a poskytli nápady na zlepšenie nielen obsahu, ale aj formy, ktorá zďaleka nemusí byť papierová. Počas testovania tak začali uvažovať nad tvorbou mobilnej aplikácie, či inštruktážneho videa o japonskej filozofii Kaisen, ktorá slúži na aplikáciu zlepšovacích nápadov zamestnancov vo veľkých firmách.
4. Zadanie tímu GRANÁRIUM sa od júna zmenilo. Pôvodne sa sústreďovali na tvorbu marketingovej stratégie, pre rozvoj „slovenského toskánska“ v Jablonove nad Turňou. Analýzou kreatívny tím ale prišiel na to, že aby bola kampaň úspešná, je potrebné, aby bola súčasťou širšieho plánu rozvoja Granária. Septembrové stretnutie preto venovali opätovnému rozboru potrieb zadávateľa, ktorý nasmeroval pozornosť tvorivého tímu aj na jeho biznis plán.
5. Ďalším tímom, u ktorého bolo potrebné redefinovať zadanie bola KARMA. Počas leta nadviazali spoluprácu s Dobrovoľníckym centrom Košického kraja, ktoré už dlhšie pracuje na systéme dobrovoľníctva. Vkladom tímu mladých kreatívov z Karmy do tejto spolupráce by mal byť systém odmeňovania ľudí, ktorí sa stanú dobrovoľníkmi a zvýšia si tak svoju karmu. Tím počas dvojdňového prototypovania otestoval aj návrh aplikácie, kde si dobrovoľníci vyberajú odmeny formou e-shopu.

Záverečné októbrové stretnutie naviedlo mladých účastníkov uchopiť nadobudnutú skúsenosť a zakomponovať riešenia svojich zadaní do finálnej prezentácie zadávateľom. Prezentáčnej zručnosti kvalitne preveril prísne nastavený formát (19 slajdov x 19 sekúnd Kuca Paca) a účasť zadávateľov na spoločnom workshope.

Stručnú správu o tom, čo jednotlivé tímy Tvorivých projektov Generation 2020 zažili, čo sa pri tom naučili, ako túto svoju skúsenosť vnímajú a hodnotia sa dozviete priamo od hlavných aktérov tvorivých projektov v piatich videách, ktoré nájdete na webovej stránke.

V trojuholníku účastníci-mentor-zadávateľ sa na tvorivých projektoch pracovalo nielen počas spoločných workshopov. Tímy sa stretávali, aby pracovali na svojich zadaniach, aj priebežne. Päť tímov tvorivých projektov od júna do októbra 2016 pripravilo a zrealizovalo spolu štyridsať tímových stretnutí.

happyend
skills

metóda destilácie
mapa mysle
rozvoj
rešpekt

crowdfunding
motivácia
networking
výsledky
kuca paca tím
pohľad zvonku

prezentácia
spolupráca
nástroje
inšpirácia

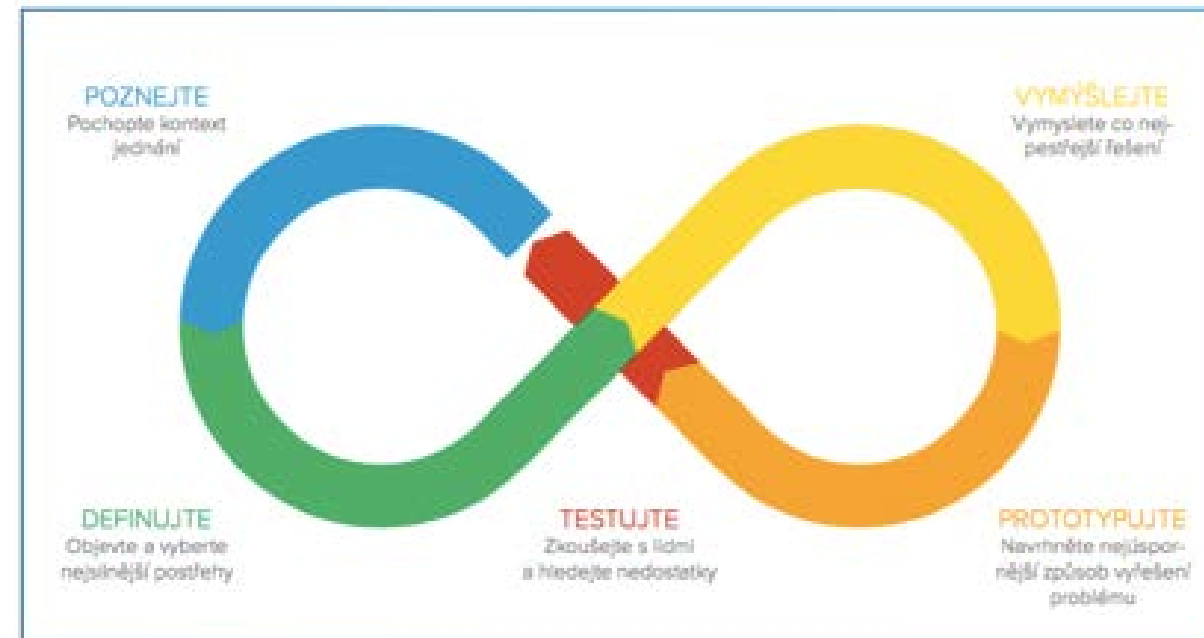
Výsledky

Všetky tieto aktivity priniesli svojim aktérom rôznorodý úžitok. Nové praktické skúsenosti si mladí účastníci odniesli najmä zo vzdelávacej a tréningovej časti založenej na zážitkových technikách, kde základom pre vstrebanie novej vedomosti/ zručnosti je osobná praktická skúsenosť. Silný inšpirujúci zážitok priniesli všetkým účastníkom spoločné workshopy, kde sa nám podarilo vytvoriť podmienky pre vzájomné zdieľanie, učenie a inšpirovanie sa medzi skupinami aj medzi jednotlivcami. Základom pre ďalšiu tvorivú spoluprácu je sieť užitočných kontaktov, ktorá v priebehu realizácie tvorivých projektov vznikla ako na úrovni zapojených organizácií, tak aj jednotlivcov. Veríme, že tieto kontakty majú potenciál pretrvať aj po skončení projektu Generation 2020.

Metodika

Zameranie Tvorivých projektov Generation 2020 riešiť zadania zadávateľov a zároveň vytvoriť podmienky pre rozvoj vedomostí, zručností a kompetencií mladých účastníkov projektu priamo určilo, že bude potrebné pripraviť komplexnú metodiku. Dôležitým atribútom voľby metodiky bola možnosť variabilne meniť metódy a formy, podľa vývoja projektu, resp. vývoja situácie v jednotlivých tímoch. Pri takomto nastavení pripadali do úvahy metódy a techniky označované ako "Design thinking" a z nich sme vybrali komplexnú metodiku Human Centered Design (HCD). Táto metodika je mimoriadne efektívna v situáciách, kde potrebujeme kreatívne a efektívne riešiť zadania. V prípade tvorivých projektov, kde pracovali tímy viac-menej autonómne, sme HCD využili aj na spoločných workshopoch, ktorých cieľom bolo nielen posúvať riešenie zadaní, ale zároveň zabezpečiť aj transfer skúseností, znalostí a nápadov medzi tímami.

Human Centered Design, teda na človeka zameraný dizajn, je pôvodne metodika pre vytváranie produktov a služieb. Jej efektivita však spôsobila, že si tento prístup našiel cestu napríklad aj do oblasti vzdelávania a občianskych aktivít. Pri použití HCD je zásadná otázka, čo si cieľová skupina (zadávateľ) želá a samozrejme akým spôsobom je potrebné tieto očakávania a želania splniť technicky, finančne a organizačne. Proces tvorby je teda pomyselne rozdelený do troch fáz, sú to fáza načúvania, tvorby a realizácie. Na existenciu týchto fáz odkazuje i samotná skratka HCD (H ako hear, teda počúvať; C ako create, teda tvoriť; D ako deliver, teda realizovať, splniť záväzok). Proces pri použití HCD vhodne ilustruje nasledujúci obrázok:



Source: Hazdra A., Řízení inovací. Dostupné na <http://adamhazdra.cz/>

Použitie HCD pre projekt Generation 2020 teda nielen umožnilo kreatívne a efektívne riešenie zadaní, ale cesta tímov celým procesom vytvorila podmienky pre učenie sa všetkých zúčastnených. Učenie nebolo vedľajším efektom, ale samou podstatou projektu. Inými slovami, bez toho aby sa účastníci učili, nebolo možné napredovať.

Pri práci s HCD metodológiou mal každý tím k dispozícii podklady vo forme:

- Sadu kariet Lib Desisign →
- Online HCD kurz →
- Publikáciu HCD — Design zaměřený na člověka →
- Další materiály a inšpiráciu, ktoré je možné nájsť na IDEO →

Workshops

Dôležitou časťou projektu boli spoločné workshopy, určené pre spoločné aktivity všetkých tímov. Základná myšlienka realizácie spoločných workshopov bola navzájom sa inšpirovať, pomáhať si a zdieľať svoje skúsenosti. Zároveň bolo cieľom pripraviť situácie pre získanie potrebných zručností a vedomostí praktickou skúsenosťou, čo by nebolo možné pri osobitných aktivitách jednotlivých tímov. Pre účely projektu sme pripravili sériu troch 2-dňových workshopov, ktoré svojim zameraním napodobňovali proces HCD a slúžili tak na akceleráciu procesov pre riešenia zadaní.

Workshop 1: Kick-off

Cieľom prvého workshopu bolo prezentovať na pripravených aktivitách HCD metodiku, naštartovať jednotlivé tímy a zároveň poskytnúť priestor na networking medzi jednotlivými tímami.

Na dosiahnutie týchto cieľov sme zvolili zjednodušenú metodiku HCD nazývanú Design Sprint. Design Sprint umožňuje v krátkom čase dospieť k zaujímavým nápadom a riešeniam. Každý tím dostal čiastkové zadanie iného tímu a pokúsili sa nájsť riešenie v priebehu dvoch dní. Týmto sme nielen pomohli tímom zoznámiť sa a používať HCD, ale navyše tímy dospeli k veľmi zaujímavým nápadom. Ukázalo sa, že riešenie zadania iného tímu, pomáha dospieť k „out of the box“ nápadom a myšlienkam. Zaujímavým efektom bolo aj poznanie zadaní iných tímov a prispelo to prirodzene ku komunikácii medzi tímami.

Workshop 2: Prototypovanie

Druhý workshop nasledoval s určitým časovým odstupom. V období medzi workshopmi tímy pracovali samostatne na svojich zadaniach a preto tento workshop slúžil aj na revíziu doterajšieho postupu pri riešení zadaní. Hlavným cieľom workshopu bolo testovanie prototypov riešení. Tu sme využili možnosť testovať rôzne varianty riešení na ostatných tímoch a získavať tak kvalitnú a otvorenú spätnú väzbu. Pre lepšiu prípravu na workshopové aktivity sme pre účastníkov projektu pripravili „Survival kit“, ktorý je k dispozícii v prílohe. Rovnako sme pozvali niekoľko externých expertov, ktorí poskytovali odbornú spätnú väzbu a konzultovali nápady a pracovné postupy s tímami.

Tento workshop v prípade viacerých tímov znamenal zásadný posun, pretože sa im podarilo dospieť k riešeniam, ktoré bolo možné implementovať pre zadania zadávateľov. U dvoch tímov dokonca došlo k úplnej zmene stratégie.

Workshop 3: Evaluácia

Tretí workshop bol zameraný na evaluáciu a utvrdenie získaných znalostí účastníkov. Zároveň to bol workshop spojený so spoločným pobytom a nocľahom mimo Košíc a bol tiež koncipovaný ako záverečný, resp. rozlúčkový. Aj pre tento workshop sme pripravili „Survival Kit“, keďže odozva z predchádzajúceho workshopu bola veľmi dobrá.

Medzi hlavné workshopové aktivity patrili prezentácie riešení, evaluácia a zdieľanie skúseností. Skúsili sme aj inovatívne aktivity, napríklad spoločná meditácia, hry a podobne, ktoré plnili relaxačnú úlohu a vytvorili veľmi príjemnú atmosféru, ktorá sa líšila od predchádzajúcich workshopov s nabitou agendou. Viaceré aktivity (tvorba infografiky, video) boli evaluačné a dokumentačné a podarilo sa nám zozbierať materiál použiteľný ako inšpirácia pre ďalšie podobné projekty.

Čo sa osvedčilo, alebo 4 × 4 tipy na...

4 tipy na dobrý workshop

- Pripravte "Survival Kit", účastníci budú informovaní a budú sa vedieť dobre pripraviť na workshop
- Využívajte v aktivitách hry, súťaživosť aj humor
- Nedržte sa striktné plánu za každú cenu, ak niečo nefunguje, buďte pripravený improvizovať
- Buďte autentickí a dbajte o pohodu a dobrý pocit každého účastníka

4 tipy na aktivity

Mini workshop – jeden tím učí účastníkov z iných tímov

- Ranná komunita – na začiatku druhého dňa workshopu, každý účastník vyjadrí čo sa dialo včera, ako sa cítil a pod.
- Skupinová meditácia na 10 minút (headspace.com) – spomalenie a preladenie z tímového kontextu uvažovania na uvažovanie za seba (introvert power :))
- Výmena zadaní medzi jednotlivými tímami – tím rieši zadanie/problém iného tímu a následne prezentuje svoje návrhy a diskutuje o nich s celou skupinou účastníkov

4 tipy pre prácu s mládežou

- Nechajte im priestor na samostatnú prácu
- Používajte na komunikáciu technológie (napr. trello.com)
- Neriadte ich, pomáhajte im
- Hovorte úprimne a otvorene o všetkom

4 tipy pre mentorov

- Nechajte priestor členom tímu, netrvajte na vašich návrhoch
- Neorganizujte, neriadte tím, pomáhajte, poradte, učte ich
- Za výsledok zodpovedá tím, nielen mentor
- Žiadajte si spätnú väzbu pre seba a dávajte spätnú väzbu tímu priebežne

Kreatívne zadania Ukrajina – transfer skúseností

Očami Ruslana Zhylenka, Karpatská nadácia Ukrajina

Práca s mládežou je vždy nepredvídateľná a prekvapujúca, avšak stále mimoriadne vzrušujúca. Toto platí ešte viac pri práci s mladými „kreatívcami“. Na začiatku projektu Generation 2020, ktorý začal tvorivými projektami dominovali otázky typu: Kto sa chystá zapojiť do procesu a realizácie projektov? V ktorých oblastiach budú projekty realizované? Aké odborné znalosti a pomoc mladí ľudia potrebujú? Kto im môže pomôcť? Mladí ľudia sa však veľmi ľahko orientovali v témach, hovorili o riešeníach a stretávali sa spoločne. Tento prirodzený proces priniesol päť úplne odlišných, ale úspešných kreatívnych projektov.

Kreatívne zadanie Malodizna Rada

Iniciatívna skupina „Malodizna Rada“ (Rada mladých) Perechýna vymedzila, že nedostatok podmienok na organizovanie rôznych aktivít a bezpečnú rekreáciu detí predškolského veku bol pre obyvateľov obytnej štvrte „Pozharka“ a „Mylyashkovo“ zásadným miestnym problémom. V tejto oblasti žije približne 100 detí vo veku do 6 rokov. Po rozhodnutí mesta a mestského zastupiteľstva v uvedenom okrese bol vyhradený pozemok určený na usporiadanie detského ihriska. Plocha ihriska však nebola vybavená a lemovala súkromné záhrady. Rodičia považovali za pomerne nebezpečné nechať deti tráviť svoj voľný čas v tejto oblasti. Mladí ľudia navrhli a realizovali kreatívny projekt, ktorý splnil tieto ciele: rodičia detí žijúcich v obytných štvrtiach „Pozharka“ a „Mylyashkovo“ v Perechíne sa zapojili do opravy a usporiadania detského ihriska; opravili a usporiadali detské ihrisko; udalosť „Rodinná dovolenka“ („Simeyne Sviato“) sa uskutočnila na zrekonštruovanom a vybavenom ihrisku. Pokladáme za veľmi dôležité, že členovia tejto iniciatívnej skupiny vyvinuli zručnosti pri navrhovaní a realizácii projektov na riešenie miestnych problémov mesta.

Kreatívne zadanie — PADIYUN

Mladí ľudia zo Zakarpatského regionálneho paláca detí a mládeže (PADIYUN) sa zaoberali témou, ktorá má v širšej spoločnosti kontroverzné vnímanie - graffiti. Implementovali Prvý Medzinárodný Alarm Graffiti festival v Zakarpatsku. Mladí z Ukrajiny, Poľska, Slovenska a Veľkej Británie preukázali svoje zručnosti v maľovaní, ktoré pokrývajú steny budovy PADIYUN. Popri graffiti, umelci predstavili aj novú koncepciu „Street art.Alarm.“ Festival sa stal udalosťou nielen pre umelcov, ale predovšetkým odvážnym krokom kontextu grafitových subkultúr a jeho prieniku do verejného umenia. Výsledok projektu – stena, sa stal skutočnou atrakciou PADIUN a mesta Užhorod.

Kreatívne zadanie - Užhorodská národná univerzita

Iniciatívna skupina študentov odboru sociológie a sociálnej práce Užhorodskej národnej univerzity kreatívne riešila rutinný problém ich alma mater. V hlavnej budove Užhorodskej národnej univerzity sa nachádza 5 fakúlt s 23 oddeleniami rôznych vedeckých smerov. Každý rok v prvých dňoch školy čelia študenti prvého ročníka výzve orientácie v hlavnej budove – nájdenie učební, katedry a knižnice je pre všetkých nových študentov výzvou. V novom prostredí je pre študentov ťažké orientovať sa na univerzite. To isté platí pre národnostné menšiny a zahraničných študentov. Iniciatívna skupina vytvorila informačné stánky s jasným popisom a vizualizáciou určitých miest, smerov na iné fakulty a oblasti na trávenie voľného času.

Kreatívne zadanie - Fakulta cestovného ruchu a medzinárodných komunikácií, Užhorod

Tvorivý projekt študentov Fakulty cestovného ruchu a medzinárodných komunikácií bol prínosom pre profesionálne zlepšovanie mladých ľudí a podporu nového inovatívneho produktu na regionálnom trhu cestovného ruchu. Študenti vytvorili turistickú cestu „Zakarapatsko – pre divákov“. V priebehu realizácie projektu dostala trasa alternatívne meno - „STOP! FILMED!: Kinematická Zakarpatia». Trasa zahŕňala miesta v regióne, ktoré boli natočené vo filmoch rôznych časov. Skupina rozvinula a otestovala cestu, vyškolila sprievodcov a zdieľala propagačné video na sociálnych sieťach.

Kreatívne zadanie - Univerzálna knižnica Zakarpatskej oblasti

Iniciatívna skupina Univerzálnej knižnice Zakarpatskej oblasti pomenovaná Fedíru Potushnyaka riešila problém straty záujmu o knižnice medzi mladými ľuďmi. Myšlienkou bolo preukázať, že toto miesto nie je niečo staromódne a nudné, ale skôr priestor na stretnutie so zaujímavými ľuďmi, získavanie nových skúseností, trávenie času s prínosom a zábavou. V rámci série „od čítania po denné svetlo“ boli organizované jednodňové podujatia. Stovky mladých ľudí sa zúčastnili na stretnutiach s mladými spisovateľmi a básnikmi, zúčastnili sa úloh organizovaných v knižniciach, vyskúšali si tvorivé dielne pri výrobe šifónových šperkov ba dokonca aj sochárstvo. Knižnicou zaznela živá rocková hudba. Tieto udalosti prilákali nielen mladých ľudí, ale aj nových darcov, ktorí darovali moderné knihy pre knižnicu.

Kreatívne zadanie - Generation WE Ukrajina

V ďalšej fáze Generation 2020 boli mladí ľudia zapojení do tvorby a zriadenia organizácie Generation WE, ktorá by mala prevziať zodpovednosť za cezhraničnú spoluprácu mládeže medzi Slovenskom a Ukrajinou. Hlavná výzva pre ukrajinských účastníkov bola spojená s nedostatkom skúseností v oblasti cezhraničnej spolupráce, ktorá bola tradične oblasťou, v ktorej pôsobia dospelí a orgány. Na začiatku sa mladí ľudia cítili trochu nesmelí pri vyjadrovaní vízie vznikajúcej siete. Do určitej miery nasledovali tradičné rámce. Postupne však školenia a workshopy, na ktorých sa zúčastnili účastníci z oboch krajín, pomohli začať komunikovať priamo, vymieňať si nápady a iniciovať projekty. V súčasnosti sa mladí ľudia zúčastňujú na spoločnom projekte LiveBooks a pracujú na možnostiach nového spoločného cezhraničného projektu.

Hlavným cieľom projektu Generation 2020 bolo vytvoriť cezhraničnú skupinu mladých aktivistov – Karpatskú regionálnu mládežnícku radu (Generation WE), ktorá bude nositeľom vízie projektu v budúcnosti. Karpatská nadácia aj po ukončení projektu túto novovzniknutú organizáciu podporuje a pracuje na zapájaní miestnych a regionálnych inštitúcií do práce s mládežou. Projekt pomohol vytvoriť inovatívnu platformu mladých ľudí so záujmom o veci verejné, o rozhodovacie procesy a o ich vlastný rozvoj. Táto sieť vznikla aj na základe prenosu skúseností nórskeho partnera projektu Barents Regional Youth Council.

Výsledok v podobe Generation WE – transforming borders into opportunities – Generation 2020

... príležitosti namiesto hraníc

Generation WE je občianskym združením na východnom Slovensku, ktoré sa zaoberá podporou potenciálu mladých ľudí v Karpatskom regióne. Organizácia v súčasnosti funguje na cezhraničnom princípe v Prešovskom a Košickom kraji a v Zakarpatskom regióne západnej Ukrajiny, avšak v budúcnosti plánuje pokryť celý Karpatský región vrátane častí Poľska a Maďarska.

Vízia Generation WE

Hoci v súčasnosti je pozornosť medzinárodnej komunity najmä na odstraňovaní nerovností v globálnom rozmere, v Generation WE veríme, že je rovnako dôležité adresovať regionálne rozdiely aj vrámci jednotlivých krajín. Naša organizácia pôsobí v niektorých z najchudobnejších regiónov v Európskej únii a taktiež na Ukrajine, ktorá je strategickým členom Východného Partnerstva EÚ. V oblastiach strednej a východnej Európy na ktoré sa špecializujeme, existuje nedostatok príležitostí pre rozvoj mládeže, ich sebarealizáciu a participáciu v komunite. Mnoho študentov je konfrontovaných s nedostatkom možností cestovať, zapojiť sa do dobrovoľníckych iniciatív, získať skúsenosti prostredníctvom stáží, pričom následne vstúpia do sveta dospelých charakterizovaného vysokou nezamestnanosťou mladých. Vzhľadom na tieto skutočnosti má Generation WE za cieľ adresovať najpálčivejšie problémy mládeže v daných regiónoch v týchto oblastiach:

- podpora potenciálu mládeže z psychologického hľadiska: odbúranie stereotypov a predsudkov prostredníctvom možnosti mladých ľudí na sebareprezentáciu a umožnenie rozvoja kritického myslenia a otvorenosti cez postupné spoznávanie mladých z krajín, ktoré sú považované za kultúrne najbližšie
- podpora potenciálu mládeže zo sociálneho a kultúrneho hľadiska: umožnenie mladým ľuďom nadobúdať nové priateľstvá, kontakty, a taktiež posilnenie vlastnej identity prostredníctvom diskusií a podujatí zameraných na kultúru a tradície
- podpora potenciálu mládeže z ekonomického hľadiska: vytvorenie príležitostí pre mladých ľudí nadobudnúť nielen akademické, ale taktiež osobné zručnosti nevyhnutné pre budúcu kariéru prostredníctvom dobrovoľníctva, stáží a študentských výmen

Vyvíjaním iniciatív na odbúranie čo najväčšieho počtu bariér, s ktorými sú mladí ľudia v týchto znevýhodnených regiónoch každodenne konfrontovaní sa Generation WE usiluje nie len o postupné

znižovanie regionálnych rozdielov a zvýšenie konkurencieschopnosti mládeže na národnom ako aj európskom trhu práce, ale taktiež o vytvorenie a podporu individuálneho pocitu naplnenia, užitočnosti a posilnenie hodnôt demokracie, tolerance a rešpektu pre ľudské práva.

Ako Generation We pracuje

Generation WE momentálne ako novovzniknutá organizácia pracuje na všetkých vyššie identifikovaných úrovniach rozvoja mládeže, medzi ktorými sú napríklad:

Projekt LiveBooks – Živé knihy: Ide o interaktívne podujatie určené mladým ľuďom na stredných školách a univerzitách s cieľom šírenia autentických informácií o súčasnom dianí v susednej krajine. Mladí Ukrajinci žijúci na Slovensku i na Ukrajine dostanú príležitosť prezentovať svoj pohľad a svoje zážitky týkajúce sa konfliktu na Ukrajine. Projekt zároveň poskytuje našim študentom priestor na vytvorenie si objektívneho pohľadu na súčasnú situáciu a kritické zhodnotenie verejne dostupných informácií, rovnako ako spôsob búrania aktuálnych stereotypov a predsudkov voči situácii na Ukrajine.

Kreatívne zadania: Iniciatíva ktorá má za cieľ prepojiť najdôležitejšie verejné a súkromné subjekty s aktívnymi mladými ľuďmi prostredníctvom dobrovoľníctva. Mladí účastníci projektu dostanú šancu prezentovať svoje kreatívne nápady a riešenia firmám a organizáciám, ktoré hľadajú nový inovatívny prístup k riešeniu určitého problému - kreatívneho zadania. Tento proces zároveň umožňuje mládeži budovať široké spektrum zručností ako spolupráca v tíme, vodcovské schopnosti, zlepšenie komunikácie, a rôznych iných zručností nevyhnutných pre úspech na trhu práce charakterizovaným čoraz väčšou konkurenciou.

Kontakt

Generation WE je otvorená rôznym možnostiam národnej, cezhraničnej a medzinárodnej spolupráce, v prípade záujmu nás kontaktujte prostredníctvom:

Internetová stránka: genwe.guru

Partneri projektu



Karpatská nadácia
Slovensko



Karpatská nadácia
Ukrajina



CREATIVE INDUSTRY
Košice, n. o.



BASEN, Kirkenes



Slovensko - Ukrajina: Spolupráca naprieč hranicou
www.norwaygrants.sk

Projekt je financovaný z grantu Nórskeho kráľovstva prostredníctvom Nórskeho finančného mechanizmu. Spolufinancované zo štátneho rozpočtu Slovenskej republiky.

Výška NFP: 297 088 EUR
Celkový rozpočet projektu: 30 097 EUR



