

**WYCIĄG
Z RAPORTU**

Metropolia^{GZM}

Młodzi robią Metropolię



PROJEKT

"MŁODZI ROBIĄ METROPOLIĘ"

TO:

- blisko **10 miesięcy** pracy, spotkań dyskusji, eksploracji tematów pod okiem zespołu naukowego Uniwersytetu Śląskiego
- 25 uczestników w wieku 16-25 lat
- diagnoza potrzeb i badania dobrostanu młodych ludzi, przeprowadzone na grupie blisko 500 młodych ludzi z terenu GZM przeprowadzone przez UŚ

Cel:

wypracowanie rekomendacji w zakresie kierunków działań dla ludzi młodych, podejmowanych przez GZM i gminy członkowskie.

.....> Konstitutywnym założeniem projektu „Młodzi robią Metropolię” było włączenie osób młodych w procesy decyzyjne oraz uzyskanie informacji na temat zmian, które według nich powinny być podejmowane w GZM

- Powstały w wyniku prac raport został skonsultowany z szerszą grupą odbiorców.
- Uczestnicy projektu zostali zaproszeni do zespołów doradczych GZM działających w obszarze m.in. współpracy międzynarodowej oraz wyzwań demograficznych.
- Raport wraz z modułami (diagnoza, cele strategiczne, pomysły na zadania interwencji) zostanie opracowany graficznie i udostępniony gminom GZM oraz departamentom merytorycznym Urzędu Metropolitalnego.
- Projekt i wnioski z jego realizacji przyczyniły się do połączenia zadania skupionego na polityce senioralnej oraz zadania skupionego na młodych ludziach w zadanie dotyczące tworzeniu polityki radzenia sobie z wyzwaniami demograficznymi.

Lepszej, prawdziwej współuczestniczącej i opartej na dialogu partycypacji młodych ludzi w procesach miastotwórczych.

Lepszej edukacji – świadomej i współtworzonej przez młodych ludzi. Edukacji wspierającej i przygotowującej do świadomego i aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym.

Edukacji społecznej i klimatycznej, edukacji seksualnej i dostępu do wsparcia psychologicznego.

Lepszego dostępu do rynku pracy. Rynku pracy który nadąża za możliwościami i trendami, który współpracuje z ośrodkami kształcenia - chcemy go współtworzyć.

Miast i Metropolii dostępnych i wspierających współpracę międzypokoleniową.

Lepszej i zrównoważonej mobilności – dostępnej i opartej na dobrej jakości ofercie, która sprzyja rezygnacji z samochodu.

Spójnej, dostępnej i dobrej do życia przestrzeni miast, sprzyjającej realizacji wszystkich potrzeb bez względu na stan zdrowia i wiek. Chcemy odzyskać przestrzeń zniszczoną i poprzemysłową.

Budowania tożsamości metropolitalnej na wielości - różnorodności kulturowej i historycznej, chcemy aby kultura była ważna – chcemy dostępu do kultury.

Bezpiecznych i zielonych miast, bez „betonozy”. Chcemy zielonej Metropolii.



C.S.I

PARTYCYPACJA

CEL STRATEGICZNY I.

Rozwój partycypacji młodych ludzi w środowiskach lokalnych (gminach) oraz na poziomie GZM

.....> **Cel operacyjny nr 1**

Rozwój świadomości na temat partycypacji młodych w życiu społecznym oraz korzyści jakie przynosi, wśród podmiotów zarządzających środowiskami instytucjami oraz na poziomie władz regionu.

.....> **Cel operacyjny nr 2**

Rozwój świadomości o partycypacji i promowanie wśród młodych ludzi potrzeb oraz różnych możliwości partycypacji poprzez różne działania edukacyjne i propagandowe, a także praktykę rzeczywistej partycypacji w szkołach i innych instytucjach oświatowych oraz kulturalnych, do których dzieci i młodzież uczęszczają oraz w środowiskach lokalnych.

.....> **Cel operacyjny nr 3**

Ustanowienie standardów (formalnych oraz w statusie dobrych praktyk) partycypacyjnego udziału młodych w obszarach zarządzania środowiskami lokalnymi oraz instytucjami, a także na poziomie zarządzania GZM.

.....> **Cel operacyjny nr 4**

Wypracowanie i upowszechnianie trwałych form i platform partycypacji młodych ludzi w tworzeniu polityk i szczegółowych rozwiązań dotyczących różnych sektorów życia Metropolii i gmin, w formule partycypacji reprezentatywnej, jak i bezpośredniej, szczególnie w obszarach ważnych dla młodych ludzi (edukacja, ekologia, zdrowie, rynek pracy, przestrzeń życia i mobilność w przestrzeni, kultura i informacja).

.....> **Cel operacyjny nr 5**

Rozwijanie działań w gminach związku jak i na poziomie GZM w zakresie podnoszenia poziomu atrakcyjności miejsca/regionu jako środowiska samorealizacji młodych oraz rozwijanie działań w zakresie identyfikacji młodych z regionem i zaangażowania w jego rozwój



C.S.II

MIEJCE PRACY

CEL STRATEGICZNY II.

Przekształcenie GZM w atrakcyjne miejsce do nauki i pracy osób młodych

-> **Cel operacyjny nr 1**
Promowanie dostępnych na terenie GZM kierunków kształcenia.
-> **Cel operacyjny nr 2**
Promowanie w sferze edukacji zmian o charakterze partycypacyjnym.
-> **Cel operacyjny nr 3**
Wspieranie wyróżniających się uczniów mieszkających lub uczących się na terenie GZM.
-> **Cel operacyjny nr 4**
Promowanie współpracy pomiędzy szkołami i uczelniami oraz pracodawcami z terenu GZM.
-> **Cel operacyjny nr 5**
Promowanie zmian w procesie rekrutacji do pracy na terenie GZM.
-> **Cel operacyjny nr 6**
Promowanie zmian w zakładach pracy mających na celu kreowanie nowoczesnego środowiska pracy.
-> **Cel operacyjny nr 7**
Promowanie wśród młodych mieszkańców Metropolii podejmowania pracy na jej terenie.
-> **Cel operacyjny nr 8**
Promowanie wśród mieszkańców GZM postaw oraz zachowań prospołecznych





C.S.III

SPRAWIEDLIWOŚĆ POKOLENIOWA

CEL STRATEGICZNY III.

*Przekształcenie GZM w miejsce przyjazne
wielopokoleniowej społeczności mieszkańców*

.....> **Cel operacyjny nr 1**

Promowanie w gminach GZM oraz wśród jej mieszkańców rewitalizacji przestrzeni miejskiej przy uwzględnieniu specyfiki wielopokoleniowego społeczeństwa.

.....> **Cel operacyjny nr 2**

Promowanie w gminach GZM oraz wśród jej mieszkańców dialogu i współpracy międzypokoleniowej.





C.S.IV

KOMUNIKACJA I TRANSPORT

CEL STRATEGICZNY IV.

*Utworzenie zintegrowanej sieci
szybkiego transportu publicznego*



Cel operacyjny nr 1

Przyjazny dla użytkownika, wysokiej jakości system usług, który jest konkurencyjny dla samochodów.



Cel operacyjny nr 2

Redukcja czasu podróży pomiędzy miastami Metropolii.



Cel operacyjny nr 3

Mobilność przyjazna użytkownikom ze specjalnymi potrzebami






C.S.V

ŚRODOWISKO ZAMIESZKANIA

CEL STRATEGICZNY V.

Poprawa sytuacji mieszkaniowej osób młodych i kreowanie nowych rozwiązań w zakresie środowiska zamieszkania

-> **Cel operacyjny nr 1**
Promowanie w gminach GZM koncepcji piętnastominutowego miasta.
 -> **Cel operacyjny nr 2**
Promowanie wśród mieszkańców GZM rezygnowania z korzystania z samochodu.
 -> **Cel operacyjny nr 3**
Promowanie działań mających na celu upowszechnianie w przestrzeni miejskiej kultury.
 -> **Cel operacyjny nr 4**
Promowanie renowacji starych i zniszczonych budynków.
 -> **Cel operacyjny nr 5**
Opracowanie spójnych wytycznych dotyczących miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.
 -> **Cel operacyjny nr 6**
Promowanie reurbanizacji centrów miast wchodzących w skład GZM w znaczeniu gospodarczym oraz rezydencjonalnym
- 

C.S.VI

ŁAD, RÓWNOWAGA, ŚRODOWISKO

CEL STRATEGICZNY VI.

Transformacja GZM w zieloną i rozwijającą się w sposób zrównoważony przestrzeń

-➤ **Cel operacyjny nr 1**
Promowanie działań mających na celu podniesienie świadomości ekologicznej mieszkańców GZM.
-➤ **Cel operacyjny nr 2**
Promowanie zmian w systemie edukacji na terenie GZM (w sferze edukacji klimatycznej).
-➤ **Cel operacyjny nr 3**
Promowanie racjonalnego gospodarowania przestrzenią GZM (m.in. zmniejszenie betonozy, ograniczenie przestrzeni reklamowych, stworzenie mapy bezpieczeństwa terenów zielonych).
-➤ **Cel operacyjny nr 4**
Kształtowanie zieleni miejskiej zgodnie z zasadami zrównoważonej gospodarki, w tym wodnej na terenie GZM.
-➤ **Cel operacyjny nr 5**
Promowanie i inspirowanie działań w sferze retencji wody, w tym wody deszczowej na terenie GZM.
-➤ **Cel operacyjny nr 6**
Promowanie działań w zakresie zrównoważonej energetyki (ogniwa fotowoltaiczne, kolektory słoneczne) na terenie GZM.






C.S.VII

BEZPIECZEŃSTWO, STYL ŻYCIA I ZDROWIE

CEL STRATEGICZNY VII.

Transformacja GZM w bezpieczną i zdrową przestrzeń życia osób młodych

-➤ **Cel operacyjny nr 1**
Promowanie poprzez kampanie informacyjne aktywności fizycznej na terenie GZM.
 -➤ **Cel operacyjny nr 2**
Promowanie zmian w systemie edukacji na terenie GZM (m.in. w sferach edukacji zdrowotnej, edukacji seksualnej, edukacji antydyskryminacyjnej).
 -➤ **Cel operacyjny nr 3**
Promocja racjonalnego odżywiania się mieszkańców GZM.
 -➤ **Cel operacyjny nr 4**
Zapewnienie bezpieczeństwa w przestrzeni miejskiej GZM.
 -➤ **Cel operacyjny nr 5**
Zagwarantowanie bezpieczeństwa uczestników ruchu drogowego w GZM.
 -➤ **Cel operacyjny nr 6**
Zagwarantowanie bezpieczeństwa w rodzinie.
- 



SMART CITY

CEL STRATEGICZNY VIII.

*Holistyczne myślenie o przestrzeni miejskiej –
technologie w połączeniu
z działaniami edukacyjnymi i promocyjnymi*



Cel operacyjny nr 1

Poprawa jakości i bezpieczeństwa życia mieszkańców GZM.



Cel operacyjny nr 2

Działania edukacyjne przygotowujące uczestników do aktywnego uczestnictwa i przekształcania przestrzeni w przestrzeń inteligentną.



Cel operacyjny nr 3

Promowanie idei smart city wśród mieszkańców GZM.



C.S.IX

TOŻSAMOŚĆ, TRADYCJA, KULTURA

CEL STRATEGICZNY VII.

Tworzenie nowoczesnej i innowacyjnej Metropolii opartej na wartościach, tradycjach i wzajemnym szacunku



Cel operacyjny nr 1

Uwzględnienie autonomicznych cech życia miejskiego oraz tożsamości poszczególnych miast Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii.



Cel operacyjny nr 2

Wzmocnienie tożsamości i poszanowania tradycji Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii.



Cel operacyjny nr 3

Promowanie tradycji i kultury regionu oraz integracji międzykulturowej.



Cel operacyjny nr 4

Zwiększenie dostępności do ośrodków kultury.



Cel operacyjny nr 5

Wspieranie różnorodności społeczno-kulturowej mieszkańców GZM.

