

Propozycja dla województwa opolskiego 2025-2027

# OPOLSKA STRATEGIA

ROZWOJU ORGANIZACJI MŁODZIEŻOWYCH W ŻYCIU PUBLICZNYM

# AUTORZY I OPRACOWANIE GRAFICZNE:

Robert Kłosowski  
Adrian Misiak  
Agata Sznura  
Karolina Jedziniak  
Misha Melkonyan

## WYDAWCA:

NEW EUROPE FOUNDATION  
ul. Warszawska 56/1  
40-008 Katowice

contact@neweurope.pl  
+48 602 223 540

## FINANSOWANIE:

Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów  
i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie  
Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego.  
NIW-CRSO nie ponosi za nie odpowiedzialności.

# KIM JESTEŚMY?



1

New Europe Foundation to szybko rozwijająca się organizacja specjalizująca się w pracy z młodzieżą oraz we wspieraniu młodych ludzi w poszukiwaniu ich ścieżki zawodowej, jak i pomysłu na przyszłość. Regularnie organizujemy działania międzynarodowe oraz bierzemy udział w targach pracy.

Nasza fundacja współpracuje z kilkudziesięcioma samorządami, wspiera setkę NGO, a ze swoimi działaniami dociera do kilkunastu tysięcy odbiorców rocznie. Współpracujemy z organizacjami z całej Europy.

Nasze działania mają na celu propagowanie oraz wszechstronne wspieranie rozwoju młodych ludzi, a także wzmacnianie uczestnictwa młodzieży z różnych środowisk we współtworzeniu polityki młodzieżowej. Prowadząc projekty gramy często rolę pośrednika między przedstawicielami władzy a obywatelami. Inicjując dialog między tymi dwoma stronami, staramy się wesprzeć obywateli w taki sposób, aby ich głos oraz wartościowe pomysły zostały usłyszane.

# O strategii

To nie jest kolejny dokument urzędowy. To propozycja zmian, którą przygotowała niezależna fundacja działająca na rzecz młodzieży w województwie opolskim. Strategia powstała na podstawie prawdziwych głosów młodych ludzi – 63 osoby wypełniły ankietę, a ponad 40 uczestniczyło w konsultacjach społecznych jesienią 2024 roku. To oni powiedzieli nam, czego potrzebują, co ich frustruje i o czym marzą.

Ta strategia to ich głos.  
Dla kogo jest ta strategia?

Dla decydentów	samorządu województwa, gmin, miast
Dla organizacji młodzieżowych	fundacji, stowarzyszeń, rad młodzieżowych
Dla szkół i uczelni	nauczycieli, pedagogów, rektorów
Dla samej młodzieży	żeby wiedziała, że jej głos ma znaczenie

## Młodzież województwa opolskiego – kim są?

Województwo opolskie to jeden z najmniejszych regionów Polski, ale jednocześnie jeden z najbardziej różnorodnych kulturowo. Mieszka tu młodzież polska, młodzież mniejszości niemieckiej, młodzież z małych wiosek i z większych miast.

Kilka liczb o młodzieży w regionie:

Okolo 150 000 osób w wieku 15-29 lat (dane GUS 2023)

Spadek liczby młodzieży – region się wyludnia, młodzi wyjeżdżają do większych miast

Wysoka emigracja zarobkowa – młodzi ludzie wyjeżdżają do Niemiec, Wrocławia, Warszawy

Duża różnorodność kulturowa – mniejszość niemiecka, śląska, czeska

Wiele małych miejscowości – młodzież z terenów wiejskich ma utrudniony dostęp do wydarzeń, szkoleń, przestrzeni

## Dlaczego młodzież się nie angażuje?

W trakcie konsultacji młodzi ludzie mówili nam wprost:

*"Nie wiedzieliśmy, że możemy cokolwiek zmienić."*

– Uczestniczka konsultacji, 16 lat, samorząd szkolny

*"Chciałabym uczestniczyć w spotkaniach młodzieżowych, ale mieszkam w małej wiosce. Autobus wraca o 16:00, a wydarzenia zaczynają się o 17:00 lub 18:00."*

– Uczestniczka konsultacji, młodzież z mniejszej miejscowości

*"Szkoła od 8 do 16, potem dojazd do domu godzinę, nauka, korepetycje, czasem praca. Kiedy ja mam czas na działania obywatelskie?"*

– Uczestnik konsultacji, 17 lat, Liceum Ogólnokształcące

# Co już działa w regionie?

Pomimo barier, w województwie opolskim już teraz dzieją się fajne rzeczy:

Młodzieżowy Sejmik Województwa Opolskiego — reprezentuje młodzież na poziomie regionu

Samorządy szkolne — organizują wydarzenia, zbiórki, akcje wolontariackie

Projekt "Uniwersytet Obywatelski" — edukuje młodzież w zakresie kompetencji obywatelskich

Wolontariat w Teatrze Jana Kochanowskiego i Europa Iuvenis — angażuje młodych w działania kulturalne

Programy mniejszości niemieckiej — oferują młodzieży staże, praktyki, możliwości rozwoju

Budżety obywatelskie — pozwalają młodzieży realizować własne pomysły

To pokazuje, że młodzież w województwie opolskim ma potencjał! Teraz musimy ten potencjał wspierać, wzmacniać i skalować — tak, żeby młodzież z całego regionu, nie tylko z Opola, miała równe szanse.

## CO WIEMY?

## Jak badaliśmy młodzież?

Jesienią 2024 roku rozpoczęliśmy [kompleksowe badanie](#) wśród młodzieży województwa opolskiego:

[Badanie ankietowe](#) — 63 respondentów (październik 2024)

[Konsultacje społeczne](#) — 8 grup fokusowych, ponad 40 uczestników (wrzesień-grudzień 2024)

### Z kim rozmawialiśmy?

Studenci (Uniwersytet Opolski, Wydziałowe Rady, Koła Naukowe)

Licealiści (samorządy szkolne)

Młodzież mniejszości niemieckiej (różne części województwa)

Wolontariusze (Europa Iuvenis, Teatr Jana Kochanowskiego)

Absolwenci szkół wyższych (byli działacze)

Uczestnicy projektu "Uniwersytet Obywatelski"

To nie są statystyki — to prawdziwe historie młodych ludzi.

## Główne wnioski z badania

### BARIERA 1: Brak informacji

Większość młodzieży nie wie o możliwościach zaangażowania.

Młodzi ludzie nie wiedzą, czym są Młodzieżowe Rady Gmin/Miast
Nie wiedzą, jak działa budżet obywatelski
Nie wiedzą, gdzie szukać informacji o projektach młodzieżowych
Szkoły nie edukują o możliwościach zaangażowania obywatelskiego

"*Wydaje mi się, że młodzież nie angażuje się, bo po prostu nie wie, że może.*

*W mojej szkole nikt nam nie mówił o Młodzieżowej Radzie, o budżecie obywatelskim, o niczym takim.*"

— Uczestniczka konsultacji, 16 lat

# Główne wnioski z badania

## BARIERA 2: Brak czasu

Młodzież jest przeciążona obowiązkami szkolnymi, studenckimi, zawodowymi.

Szkoła/studia zajmują większość dnia
Dojazdy do szkoły/pracy zabierają dodatkowy czas
Praca zarobkowa (szczególnie u starszej młodzieży)
Brak elastyczności w systemie edukacji

" Szkoła od 8 do 16, potem dojazd do domu godzinę, nauka, korepetycje, czasem praca. Kiedy ja mam czas na działania obywatelskie? Chciałbym, ale fizycznie nie daję rady."

— Uczestnik konsultacji, 17 lat

## BARIERA 3: Transport publiczny

Młodzież z małych miejscowości jest wykluczona komunikacyjnie.

Autobusy kursują rzadko (często tylko rano i po południu)
Brak połączeń wieczornych i weekendowych
Młodzież nie może uczestniczyć w wydarzeniach, bo nie ma jak wrócić do domu
Rodzice nie zawsze mogą dowozić

" Chciałabym uczestniczyć w spotkaniach młodzieżowych, ale mieszkam w małej wiosce. Autobus wraca o 16:00, a wydarzenia zaczynają się o 17:00 lub 18:00. Rodzice nie mogą mnie zawsze dowozić. Po prostu zostałam wykluczona przez transport."

— Uczestniczka konsultacji, 16 lat

## BARIERA 4: Brak przestrzeni dla młodzieży

Młodzież nie ma swoich miejsc — wszystko jest dla dzieci albo dla dorosłych.

Domy kultury są postrzegane jako "dla dzieci" lub "dla seniorów"
Biblioteki są kojarzone tylko z nauką
Brak przestrzeni, gdzie młodzież może się swobodnie spotykać, rozmawiać, działać
Młodzież czuje się "niechciana" w przestrzeniach publicznych

" Wszystko jest dla dzieci albo dla dorosłych. Gdzie jest miejsce dla nas? Takie miejsce, gdzie możemy się spotkać, pogadać, pograć w konsolę, zorganizować coś fajnego. Nie potrzebujemy wielkiego budżetu — potrzebujemy przestrzeni i zaufania."

— Uczestnik konsultacji, 15 lat

## BARIERA 5: Słaba komunikacja

Młodzież nie dowiaduje się o wydarzeniach, bo komunikacja jest nieefektywna.

Młodzież nie czyta stron internetowych urzędów
Młodzież nie czyta Facebooka (to "dla starszych")
Młodzież żyje na Instagramie i TikToku
Plakaty w szkołach działają, ale tylko jeśli są atrakcyjne wizualnie

" Na Tiktoka nastolatki nie wchodzi, żeby się czegoś uczyć — wchodzi po dopaminę. Instagram służy do promocji wydarzeń. Ale najważniejsze to plakaty i wizyty w szkołach."

— Samorząd szkolny LO III

## BARIERA 6: Brak kompetencji

Młodzież chce działać, ale nie wie jak.

Brak wiedzy o tym, jak założyć organizację, napisać projekt, zdobyć dotację
---

Brak umiejętności liderkich, zarządzania zespołem, komunikacji
--

Brak mentorów, którzy mogliby wspierać młodych liderów
--

Szkoły nie uczą kompetencji obywatelskich
---

"*Brakuje edukacji w szkole średniej dot. kwestii obywatelskich. Uczniowie nie wiedzą, jak działają wybory lokalne, co to jest rada gminy, co to jest budżet obywatelski. Jak mają się angażować, skoro nie rozumieją systemu?*"

– Uczestnicy projektu "Uniwersytet Obywatelski"

## Co młodzież chce zmienić?

Zapytaliśmy młodych ludzi: "Co jest najważniejsze do zmiany?"

Oto ich odpowiedzi (najczęściej wymieniane):

1. [Poprawa transportu publicznego](#) – więcej autobusów, połączenia wieczorne i weekendowe
2. [Tworzenie przestrzeni dla młodzieży](#) – miejsca, gdzie mogą się spotykać i działać
3. [Lepsza komunikacja](#) – Instagram, TikTok, plakaty w szkołach, wizyty w klasach
4. [Szkolenia i wsparcie](#) – jak działać, jak pisać projekty, jak być liderem
5. [Finansowanie inicjatyw młodzieżowych](#) – mikrogranty, budżety obywatelskie, dotacje
6. [Edukacja obywatelska w szkołach](#) – żeby młodzież rozumiała, jak działa samorząd i jak może wpływać na zmiany

5

## CO CHCEMY OSIĄGNAĆ?

### Nasza wizja

W 2027 roku młodzież województwa opolskiego jest aktywna, zaangażowana i ma realny wpływ na życie swojego regionu.

Co to oznacza w praktyce?

[Młodzież wie, gdzie i jak może się zaangażować](#)

[Młodzież ma przestrzeń do działania](#) – swoje miejsca, swoje projekty

[Młodzież ma kompetencje](#) – wie, jak działać, jak realizować pomysły

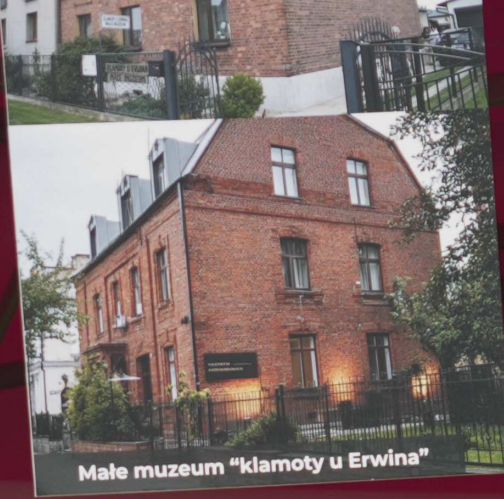
[Młodzież ma wsparcie](#) – finansowe, merytoryczne, mentorskie

[Młodzież jest słyszana](#) – decydenci konsultują z nią swoje decyzje

[Młodzież jest widoczna](#) – jej działania są doceniane i promowane



w przy ceglarni



Małe muzeum "klamoty u Erwina"



Stara Mleczarnia





# Cele strategii na lata 2025-2027

Strategia koncentruje się na czterech głównych obszarach:

## OBSZAR 1: WZMOCNIENIE MŁODZIEŻY

Cel: Młodzież ma realny wpływ na decyzje dotyczące jej życia.

Co chcemy osiągnąć do 2027 roku?

Co najmniej 50% gmin w województwie ma działającą Młodzieżową Radę
Wzrost liczby członków Młodzieżowych Rad i Sejmiku o 100%
Co najmniej 30 konsultacji społecznych rocznie z udziałem młodzieży
Co najmniej 300 młodych ludzi rocznie przeszkolonych w zakresie kompetencji liderkich

## OBSZAR 2: OTWARTE PRZESTRZENIE

Cel: Młodzież ma swoje miejsca do spotkań, działania i rozwoju.

Co chcemy osiągnąć do 2027 roku?

Co najmniej 5 Młodzieżowych Centrów Aktywności w różnych częściach województwa
Co najmniej 2000 młodych ludzi miesięcznie korzysta z MCA
Co najmniej 50 wydarzeń młodzieżowych rocznie w przestrzeniach publicznych

## OBSZAR 3: KOMPETENCJE

Cel: Młodzież ma wiedzę i umiejętności potrzebne do działania.

Co chcemy osiągnąć do 2027 roku?

Co najmniej 80 szkoleń rocznie dla młodzieży w województwie
Co najmniej 100 par mentor-młody lider rocznie
Wzrost o 50% odsetka młodzieży oceniającej swoje kompetencje obywatelskie jako wysokie

## OBSZAR 4: DOSTĘPNOŚĆ

Cel: Młodzież wie o możliwościach i ma do nich łatwy dostęp.

Co chcemy osiągnąć do 2027 roku?

Co najmniej 70% młodzieży wie o istnieniu Młodzieżowych Rad i Sejmiku
Co najmniej 5000 followersów łącznie na profilach młodzieżowych (Instagram, TikTok)
Co najmniej 40 projektów młodzieżowych rocznie uzyskuje finansowanie

## Jak to zmierzemy?

Będziemy regularnie sprawdzać postępy:

[Coroczne badania ankietowe](#) – podobne do tego z 2024 roku

[Raporty kwartalne](#) – co 3 miesiące sprawdzamy, co się udało

[Konsultacje jakościowe](#) – co roku spotykamy się z młodzieżą i pytamy, co działa, a co nie

[Monitoring mediów społecznościowych](#) – śledzimy zasięgi, zaangażowanie, opinie

Strategia nie jest sztywna. Jeśli zobaczymy, że coś nie działa – zmienimy to.

Jeśli pojawią się nowe potrzeby – dostosujemy działania.

# Kto za to odpowiada?

Strategia może działać tylko wtedy, gdy wszyscy wezmą za nią odpowiedzialność:

Samorząd Województwa Opolskiego	koordynacja, finansowanie, monitoring
Samorządy gminne i miejskie	tworzenie Młodzieżowych Rad, udostępnianie przestrzeni
Organizacje pozarządowe	szkolenia, mentoring, realizacja projektów
Szkoły i uczelnie	edukacja obywatelska, wsparcie dla samorządów szkolnych
Media i influencerzy	promocja działań młodzieżowych
Sama młodzież!	tworzenie inicjatyw, uczestnictwo, dzielenie się pomysłami

To jest serce strategii – konkretne działania, które proponujemy wdrożyć w latach 2025-2027.

Każde działanie ma:

Jasny cel – po co to robimy?

Konkretne kroki – co dokładnie trzeba zrobić?

Harmonogram – kiedy to zrobimy?

Szacunkowy koszt – ile to będzie kosztować?

Mierzalne efekty – jak sprawdzimy, że to działa?

## WZMOCNIENIE MŁODZIEŻY

**Cel:** Młodzież ma realny wpływ na decyzje dotyczące jej życia.

Program wsparcia dla Młodzieżowych Rad Gmin/Miast

Po co?

Młodzieżowe Rady Gmin/Miast (MRG) to **najważniejszy instrument** partycypacji młodzieży na poziomie lokalnym. Ale w województwie opolskim **niewiele gmin ma działające MRG**, a te które istnieją, często nie mają wsparcia i zasobów.

*"Młodzieżowa Rada Miasta brzmi jak coś dla 'poważnych', 'mocnych' działaczy. Jakbym tam poszła, to bym czuła się jak intruz. To brzmi jak mini polityka."*

– Uczestniczka konsultacji, 17 lat

Musimy zmienić ten wizerunek i dać MRG realne narzędzia do działania.

## Co konkretnie zrobimy?

**KROK 1:** Kampania informacyjna "Młodzieżowe Rady to MY" (2025)

Kampania w mediach społecznościowych (Instagram, TikTok)
Współpraca z młodymi influencerami z regionu
Wizyty w szkołach – prezentacje o MRG prowadzone przez samą młodzież
Materiały promocyjne (plakaty, ulotki, filmy) w prostym, młodzieżowym języku

## KROK 2: Pakiet startowy dla gmin tworzących MRG (2025-2026)

Każda gmina, która zdecyduje się utworzyć Młodzieżową Radę, otrzyma:

Wsparcie merytoryczne – ekspert pomoże w przygotowaniu uchwały, regulaminu, procedur
Szkolenie dla młodzieży – jak działa MRG, jakie ma kompetencje, jak realizować projekty
Szkolenie dla urzędników – jak współpracować z młodzieżą, jak konsultować decyzje
Mikrogrant startowy (5000 zł) na pierwsze działania MRG

## KROK 3: Regionalna Sieć Młodzieżowych Rad (2025-2027)

Spotkania przedstawicieli MRG z całego województwa (co 3 miesiące)
Wymiana doświadczeń, wspólne projekty, integracja
Platforma online do komunikacji między MRG
Coroczna konferencja "Młodzież Opolszczyzny" – podsumowanie roku, nagrody, inspiracje

## KROK 4: Budżet dla Młodzieżowych Rad (2026-2027)

Każda gmina z działającą MRG powinna przeznaczyć co najmniej 10 000 zł rocznie na realizację projektów młodzieżowych zgłaszanych przez MRG.

Harmonogram

Rok      Działanie

2025    Kampania "Młodzieżowe Rady to MY", pakiety startowe dla 10 gmin

2026    Pakiety startowe dla kolejnych 15 gmin, pierwsze spotkania Regionalnej Sieci MRG

2027    Konsolidacja sieci, budżety dla MRG w co najmniej 30 gminach

9

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Kampania informacyjna	50 000 zł
Pakiety startowe (10-15 gmin x 10 000 zł)	100 000 - 150 000 zł
Regionalna Sieć MRG (spotkania, platforma)	30 000 zł
Konferencja roczna	20 000 zł

**RAZEM 200 000 - 250 000 zł rocznie**

Jak zmierzmy efekty?

Liczba gmin z działającymi MRG (cel: 50% gmin do 2027)
Liczba członków MRG (cel: wzrost o 100% do 2027)
Liczba projektów zrealizowanych przez MRG (cel: co najmniej 50 rocznie)
Świadomość młodzieży o istnieniu MRG (cel: 70% młodzieży wie o MRG do 2027)

## Konsultacje społeczne z młodzieżą

Po co?

Młodzież chce być słyszana. Ale konsultacje społeczne często są pozorne — młodzież nie wie o nich, nie rozumie ich, albo jej opinie są ignorowane.

"*Jako samorząd szkolny organizujemy masę rzeczy — konkursy, zbiórki, wydarzenia. Ale wychodzi na to, że to miasto organizuje. Miasto bierze za nas kredyt, a my pracujemy za darmo. Nikt nie mówi, że to młodzież to robi.*"

— Uczestnik konsultacji, samorząd szkolny LO III

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Standard konsultacji z młodzieżą (2025)

Opracujemy prosty przewodnik dla samorządów, jak prowadzić konsultacje z młodzieżą:

Jak informować młodzież o konsultacjach? (Instagram, TikTok, szkoły)
Jak zadawać pytania, żeby były zrozumiałe?
Jak zbierać opinie? (ankiety online, spotkania, media społecznościowe)
Jak pokazać młodzieży, że jej głos ma znaczenie? (raport z konsultacji, informacja zwrotna)

### KROK 2: Obowiązkowe konsultacje w kluczowych obszarach (2025-2027)

Rekomendujemy, żeby samorządy zawsze konsultowały z młodzieżą decyzje dotyczące:

Przestrzeni publicznych (parki, place zabaw, skwery)
Transportu publicznego (rozkłady jazdy, trasy autobusów)
Oferty kulturalnej i sportowej
Budżetu obywatelskiego

10

### KROK 3: Coroczne badanie "Głos Młodzieży Opolszczyzny" (2025-2027)

Co roku przeprowadzimy regionalne badanie wśród młodzieży:

Jakie są ich potrzeby?
Co się zmieniło w ciągu roku?
Jak oceniają działania samorządów?
Co jest najważniejsze do poprawy?

Wyniki badania będą publicznie dostępne i przekazane wszystkim samorządom.

Harmonogram

Rok      Działanie

2025    Opracowanie standardu konsultacji, pierwsze badanie "Głos Młodzieży"

2026    Wdrożenie standardu w 20 gminach, drugie badanie "Głos Młodzieży"

2027    Konsolidacja, trzecie badanie "Głos Młodzieży"

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Opracowanie standardu konsultacji	10 000 zł (jednorazowo)
Badanie "Głos Młodzieży Opolszczyzny"	30 000 zł
Wsparcie dla gmin we wdrażaniu konsultacji	20 000 zł

RAZEM    50 000 - 60 000 zł rocznie

## Jak zmierzymy efekty?

Liczba konsultacji społecznych z udziałem młodzieży (cel: co najmniej 30 rocznie)

Liczba młodych ludzi uczestniczących w konsultacjach (cel: co najmniej 1000 rocznie)

Odsetek młodzieży, która czuje, że jej głos ma znaczenie (cel: wzrost o 50% do 2027)

## Program szkoleń leaderskich dla młodzieży

Po co?

Młodzież chce działać, ale często nie wie jak.

Brakuje wiedzy o tym, jak założyć organizację, napisać projekt, zdobyć dotację, zarządzać zespołem.

*"Brakuje edukacji w szkole średniej dot. kwestii obywatelskich. Uczniowie nie wiedzą, jak działają wybory lokalne, co to jest rada gminy, co to jest budżet obywatelski."*

— Uczestnicy projektu "Uniwersytet Obywatelski"

Musimy dać młodzieży narzędzia i kompetencje.

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Cykl szkoleń "Młody Lider Opolszczyzny" (2025-2027)

Coroczny program szkoleń dla młodzieży (15-26 lat) obejmujący:

**Moduł 1: Kompetencje leaderskie** — jak być liderem, jak motywować zespół, jak rozwiązywać konflikty

**Moduł 2: Zarządzanie projektami** — jak zaplanować projekt, jak go realizować, jak rozliczać

**Moduł 3: Fundraising** — jak zdobyć pieniądze na projekt (dotacje, sponsorzy, zbiórki)

**Moduł 4: Komunikacja i promocja** — jak promować swoje działania, jak mówić publicznie, jak pisać posty w social media

**Moduł 5: Edukacja obywatelska** — jak działa samorząd, jak wpływać na decyzje, jak organizować konsultacje

Format: 5 weekendowych warsztatów (sobota-niedziela), łącznie 80 godzin szkoleniowych

Liczba uczestników: 60 osób rocznie (2 grupy po 30 osób)

### KROK 2: Program mentoringu (2026-2027)

Każdy absolwent szkoleń "Młody Lider" otrzyma mentora — doświadczonego działacza,

który przez 6 miesięcy będzie wspierał młodego lidera w realizacji jego pierwszego projektu.

### KROK 3: Certyfikat "Młody Lider Opolszczyzny" (2025-2027)

Absolwenci programu otrzymają certyfikat, który będzie:

Potwierdzeniem kompetencji
Atutem w CV
Przepustką do dalszych programów rozwojowych

Harmonogram

Rok      Działanie

2025 Pierwsza edycja szkoleń (60 osób)

2026 Druga edycja szkoleń (60 osób) + start programu mentoringu

2027 Trzecia edycja szkoleń (60 osób) + kontynuacja mentoringu

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Szkolenia (trenerzy, materiały, catering, noclegi)	80 000 zł
Program mentoringu (honoraria dla mentorów)	30 000 zł
Certyfikaty, promocja	10 000 zł

**RAZEM 120 000 zł rocznie**

## Jak zmierzmy efekty?

Liczba przeszkolonych młodych liderów (cel: 180 osób w latach 2025-2027)

Liczba projektów zrealizowanych przez absolwentów (cel: co najmniej 50 projektów)

Odsetek absolwentów, którzy kontynuują działalność obywatelską (cel: co najmniej 70%)

## OTWARTE PRZESTRZENIE

Cel: Młodzież ma swoje miejsca do spotkań, działania i rozwoju.

### Młodzieżowe Centra Aktywności (MCA)

Po co?

Młodzież nie ma swoich miejsc. Wszystko jest "dla dzieci" albo "dla dorosłych".

Młodzi ludzie potrzebują przestrzeni, która jest dla nich – gdzie mogą się spotykać, działać, rozwijać.

"*Wszystko jest dla dzieci albo dla dorosłych. Gdzie jest miejsce dla nas? Takie miejsce, gdzie możemy się spotkać, pogadać, pograć w konsolę, zorganizować coś fajnego. Nie potrzebujemy wielkiego budżetu – potrzebujemy przestrzeni i zaufania.*"

– Uczestnik konsultacji, 15 lat

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Utworzenie 5 Młodzieżowych Centrów Aktywności (2025-2027)

Proponujemy utworzenie 5 MCA w różnych częściach województwa:

Opole (centrum regionu)
Kędzierzyn-Koźle (południe województwa)
Nysa (południowy zachód)
Brzeg (północ)
Kluczbork (północny wschód)

12

Co to jest Młodzieżowe Centrum Aktywności?

To przestrzeń dla młodzieży (15-26 lat), gdzie mogą:

Spotykać się i integrować
Organizować wydarzenia (koncerty, wystawy, spotkania)
Korzystać ze sprzętu (konsole, gry planszowe, sprzęt muzyczny, komputery)
Uczestniczyć w warsztatach i szkoleniach
Realizować własne projekty

Kluczowe zasady MCA:

Bezpłatny dostęp dla młodzieży
Elastyczne godziny otwarcia (popołudnia, wieczory, weekendy)
Współzarządzanie – młodzież współdecyduje o programie MCA
Animatorzy młodzieżowi – osoby, które wspierają młodzież w działaniach

### KROK 2: Wyposażenie MCA (2025-2026)

Każde MCA będzie wyposażone w:

Salę spotkań (stoliki, krzesła, tablica, projektor)
Strefę relaksu (sofy, pufy, gry planszowe, konsole)
Mini-studio (sprzęt do nagrywania podcastów, filmów, muzyki)
Kuchnię (możliwość zrobienia herbaty, kawy, prostych posiłków)
Sprzęt IT (komputery, drukarki, skaner)

### KROK 3: Animatorzy młodzieżowi (2025-2027)

W każdym MCA będzie pracować animator młodzieżowy (1 etat):

Osoba młoda (do 30 lat), która rozumie potrzeby młodzieży
Wspiera młodzież w organizacji wydarzeń
Prowadzi warsztaty i szkolenia
Dbą o przestrzeń i sprzęt
Buduje relacje z młodzieżą

Harmonogram

Rok Działanie

2025 Otwarcie 2 MCA (Opole, Kędzierzyn-Koźle)

2026 Otwarcie 2 MCA (Nysa, Brzeg)

2027 Otwarcie 1 MCA (Kluczbork), konsolidacja sieci

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny (na 1 MCA)		
Adaptacja przestrzeni			50 000 zł
Wyposażenie (meble, sprzęt)			80 000 zł
Animator młodzieżowy (1 etat)			50 000 zł
Koszty operacyjne (media, materiały)			20 000 zł
	<b>RAZEM na 1 MCA</b>	<b>130 000 zł</b>	<b>70 000 zł</b>
	<b>RAZEM na 5 MCA</b>	<b>650 000 zł</b>	<b>350 000 zł</b>

#### Jak zmierzmy efekty?

Liczba działających MCA (cel: 5 do 2027)

Liczba młodych ludzi korzystających z MCA (cel: 2000 miesięcznie)

Liczba wydarzeń organizowanych w MCA (cel: co najmniej 200 rocznie)

Satysfakcja młodzieży z MCA (cel: co najmniej 80% pozytywnych opinii)

## Udostępnianie przestrzeni publicznych dla młodzieży

Po co?

Nie każda gmina może stworzyć Młodzieżowe Centrum Aktywności. Ale każda gmina ma przestrzenie, które można udostępnić młodzieży: domy kultury, biblioteki, świetlice, szkoły.

*"W moim mieście jest biblioteka, dom kultury, nawet jest świetlica, ale nikt nie mówi młodzieży, że można tam przyjść i coś zrobić. Wydaje się, że to tylko dla dzieci albo dla dorosłych. A my chcemy mieć swoje miejsce."*

— Uczestniczka konsultacji, 17 lat

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Program "Otwarte Drzwi dla Młodzieży" (2025-2027)

Zachęcamy gminy do udostępniania przestrzeni publicznych młodzieży:

**Domy kultury** – sale na próby, koncerty, wystawy

**Biblioteki** – przestrzeń do nauki, spotkań, warsztatów

**Świetlice wiejskie** – lokalne punkty spotkań młodzieży

**Szkoły** – sale po lekcjach i w weekendy

## Warunki programu:

Bezpłatny dostęp dla młodzieży  
Elastyczne godziny (popołudnia, wieczory, weekendy)  
Młodzież współdecyduje o programie  
Gmina zapewnia opiekuna/animatora

## Wsparcie dla gmin:

Mikrogrant (10 000 zł) na adaptację przestrzeni  
Szkolenie dla pracowników (jak współpracować z młodzieżą)  
Promocja w mediach społecznościowych

## KROK 2: Mapa przestrzeni młodzieżowych (2025)

Utworzymy interaktywną mapę online, na której młodzież znajdzie:

Wszystkie przestrzenie dostępne dla młodzieży w województwie

Godziny otwarcia, kontakt, oferta

Kalendarz wydarzeń młodzieżowych

### Harmonogram

Rok Działanie

2025 Start programu "Otwarte Drzwi", mapa przestrzeni, 10 gmin w programie

2026 Rozszerzenie programu na kolejne 15 gmin

2027 Konsolidacja, co najmniej 30 gmin w programie

### Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Mikrogranty dla gmin (10-15 gmin x 10 000 zł)	100 000 - 150 000 zł
Szkolenia dla pracowników	20 000 zł
Mapa przestrzeni (stworzenie i utrzymanie)	15 000 zł

**RAZEM 135 000 - 185 000 zł rocznie**

## Jak zmierzmy efekty?

Liczba gmin w programie "Otwarte Drzwi" (cel: 30 do 2027)

Liczba przestrzeni dostępnych dla młodzieży (cel: co najmniej 50)

Liczba młodych ludzi korzystających z przestrzeni (cel: co najmniej 3000 miesięcznie)

## KOMPETENCJE

Cel: Młodzież ma wiedzę i umiejętności potrzebne do działania.

### Edukacja obywatelska w szkołach

Po co?

Szkoły nie uczą młodzieży, jak działa samorząd, jak wpływać na decyzje, jak być aktywnym obywatelem. To ogromna luka, która sprawia, że młodzież czuje się bezsilna.

*"Brakuje edukacji w szkole średniej dot. kwestii obywatelskich. Uczniowie nie wiedzą, jak działają wybory lokalne, co to jest rada gminy, co to jest budżet obywatelski. Jak mają się angażować, skoro nie rozumieją systemu?"*

— Uczestnicy projektu "Uniwersytet Obywatelski"



Co konkretnie zrobimy?

## KROK 1: Program "Obywatel od Podstaw" (2025-2027)

Opracujemy gotowy program edukacji obywatelskiej dla szkół średnich:

10 lekcji (po 45 minut) do przeprowadzenia w ramach godzin wychowawczych lub lekcji WOS
Tematy: jak działa samorząd, budżet obywatelski, Młodzieżowe Rady, konsultacje społeczne, wolontariat, organizacje pozarządowe
Materiały dla nauczycieli (scenariusze lekcji, prezentacje, filmy, quizy)
Materiały dla uczniów (broшуry, infografiki)

## KROK 2: Szkolenia dla nauczycieli (2025-2027)

Przeszkolimy nauczycieli WOS i wychowawców z województwa opolskiego:

Jak prowadzić edukację obywatelską w sposób atrakcyjny?
Jak angażować uczniów w działania lokalne?
Jak wspierać samorządy szkolne?

## KROK 3: Konkursy i projekty szkolne (2025-2027)

Coroczny konkurs dla szkół:

"Nasza Szkoła, Nasza Gmina" – uczniowie przygotowują projekt zmiany w swojej szkole lub gminie

Najlepsze projekty otrzymują mikrogranty (2000-5000 zł) na realizację

Finał konkursu – prezentacja projektów, nagrody, promocja

Harmonogram

Rok Działanie

2025 Opracowanie programu "Obywatel od Podstaw", szkolenia dla 50 nauczycieli, pierwszy konkurs

2026 Wdrożenie programu w 30 szkołach, szkolenia dla kolejnych 50 nauczycieli, drugi konkurs

2027 Wdrożenie programu w 50 szkołach, trzeci konkurs

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Opracowanie programu i materiałów	30 000 zł (jednorazowo)
Szkolenia dla nauczycieli	25 000 zł
Konkurs (mikrogranty, nagrody, organizacja)	50 000 zł

**RAZEM 75 000 - 105 000 zł rocznie**

## Jak zmierzmy efekty?

Liczba szkół wdrażających program (cel: 50 do 2027)

Liczba przeszkolonych nauczycieli (cel: 150 do 2027)

Liczba uczniów objętych programem (cel: co najmniej 5000)

Wiedza uczniów o samorządzie (cel: wzrost o 100% w testach wiedzy)

# Warsztaty i szkolenia dla młodzieży

Po co?

Młodzież potrzebuje praktycznych umiejętności:

jak pisać projekty, jak mówić publicznie, jak zarządzać zespołem, jak radzić sobie ze stresem.

Co konkretnie zrobimy?

## KROK 1: Cykl warsztatów "Kompetencje na Start" (2025-2027)

Coroczny program warsztatów dla młodzieży (15-26 lat):

**Warsztaty komunikacyjne** – jak mówić publicznie, jak prowadzić prezentacje, jak negocjować

**Warsztaty kreatywne** – jak generować pomysły, jak myśleć kreatywnie, jak rozwiązywać problemy

**Warsztaty cyfrowe** – jak tworzyć treści w social media, jak montować filmy, jak robić grafiki

**Warsztaty psychologiczne** – jak radzić sobie ze stresem, jak budować pewność siebie, jak dbać o zdrowie psychiczne

**Format:** Weekendowe warsztaty (sobota lub niedziela), 6-8 godzin

**Liczba uczestników:** 300 osób rocznie (20 warsztatów x 15 osób)

## KROK 2: Warsztaty wyjazdowe (2026-2027)

Coroczny wyjazd integracyjny dla młodzieży (50 osób):

3 dni warsztatów, integracji, wymiany doświadczeń
Miejsce: ośrodek w województwie opolskim
Program: warsztaty, gry integracyjne, ognisko, dyskusje

Harmonogram

Rok      Działanie

2025    20 warsztatów weekendowych (300 osób)

2026    20 warsztatów weekendowych (300 osób) + wyjazd integracyjny (50 osób)

2027    20 warsztatów weekendowych (300 osób) + wyjazd integracyjny (50 osób)

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Warsztaty weekendowe (trenerzy, materiały, catering)	60 000 zł
Wyjazd integracyjny (noclegi, wyżywienie, transport, trenerzy)	30 000 zł

**RAZEM**    60 000 - 90 000 zł rocznie

## Jak zmierzmy efekty?

Liczba przeprowadzonych warsztatów (cel: 60 w latach 2025-2027)

Liczba uczestników (cel: 900 osób)

Satysfakcja uczestników (cel: co najmniej 85% pozytywnych opinii)

Kompetencje uczestników (cel: wzrost o 50% w samoocenie kompetencji)

# DOSTĘPNOŚĆ

Cel: Młodzież wie o możliwościach i ma do nich łatwy dostęp.

## Kampania "Młodzież Opolszczyzny"

Po co?

Młodzież nie wie o możliwościach, bo komunikacja jest nieefektywna.

Młodzi ludzie nie czytają stron internetowych urzędów, nie czytają Facebooka. Oni żyją na Instagramie i TikToku.

"*Na Tiktoka nastolatki nie wchodzi, żeby się czegoś uczyć — wchodzi po dopaminę. Instagram służy do promocji wydarzeń. Ale najważniejsze to plakaty i wizyty w szkołach.*"

— Samorząd szkolny LO III

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Program "Obywatel od Podstaw" (2025-2027)

Opracujemy gotowy program edukacji obywatelskiej dla szkół średnich:

10 lekcji (po 45 minut) do przeprowadzenia w ramach godzin wychowawczych lub lekcji WOS
Tematy: jak działa samorząd, budżet obywatelski,
Młodzieżowe Rady, konsultacje społeczne, wolontariat, organizacje pozarządowe
Materiały dla nauczycieli (scenariusze lekcji, prezentacje, filmy, quizy)
Materiały dla uczniów (broшуry, infografiki)

### KROK 2: Szkolenia dla nauczycieli (2025-2027)

Przeszkolimy nauczycieli WOS i wychowawców z województwa opolskiego:

Jak prowadzić edukację obywatelską w sposób atrakcyjny?
Jak angażować uczniów w działania lokalne?
Jak wspierać samorządy szkolne?

### KROK 3: Konkursy i projekty szkolne (2025-2027)

Coroczny konkurs dla szkół:

"Nasza Szkoła, Nasza Gmina" — uczniowie przygotowują projekt zmiany w swojej szkole lub gminie
Najlepsze projekty otrzymują mikrogranty (2000-5000 zł) na realizację
Finał konkursu — prezentacja projektów, nagrody, promocja

Harmonogram

Rok      Działanie

2025      Opracowanie programu "Obywatel od Podstaw", szkolenia dla 50 nauczycieli, pierwszy konkurs

2026      Wdrożenie programu w 30 szkołach, szkolenia dla kolejnych 50 nauczycieli, drugi konkurs

2027      Wdrożenie programu w 50 szkołach, trzeci konkurs

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Opracowanie programu i materiałów	30 000 zł (jednorazowo)
Szkolenia dla nauczycieli	25 000 zł
Konkurs (mikrogranty, nagrody, organizacja)	50 000 zł

RAZEM      75 000 - 105 000 zł rocznie

## Jak zmierzymy efekty?

Liczba szkół wdrażających program (cel: 50 do 2027)  
Liczba przeszkolonych nauczycieli (cel: 150 do 2027)  
Liczba uczniów objętych programem (cel: co najmniej 5000)  
Wiedza uczniów o samorządzie (cel: wzrost o 100% w testach wiedzy)

## Warsztaty i szkolenia dla młodzieży

Po co?

Młodzież potrzebuje praktycznych umiejętności: jak pisać projekty, jak mówić publicznie, jak zarządzać zespołem, jak radzić sobie ze stresem.

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Cykl warsztatów "Kompetencje na Start" (2025-2027)

Coroczny program warsztatów dla młodzieży (15-26 lat):

**Warsztaty komunikacyjne** – jak mówić publicznie, jak prowadzić prezentacje, jak negocjować

**Warsztaty kreatywne** – jak generować pomysły, jak myśleć kreatywnie, jak rozwiązywać problemy

**Warsztaty cyfrowe** – jak tworzyć treści w social media, jak montować filmy, jak robić grafiki

**Warsztaty psychologiczne** – jak radzić sobie ze stresem, jak budować pewność siebie, jak dbać o zdrowie psychiczne

**Format:** Weekendowe warsztaty (sobota lub niedziela), 6-8 godzin

**Liczba uczestników:** 300 osób rocznie (20 warsztatów x 15 osób)

### KROK 2: Warsztaty wyjazdowe (2026-2027)

Coroczny wyjazd integracyjny dla młodzieży (50 osób):

3 dni warsztatów, integracji, wymiany doświadczeń

Miejsce: ośrodek w województwie opolskim

Program: warsztaty, gry integracyjne, ognisko, dyskusje

Harmonogram

Rok      Działanie

**2025**    20 warsztatów weekendowych (300 osób)

**2026**    20 warsztatów weekendowych (300 osób) + wyjazd integracyjny (50 osób)

**2027**    20 warsztatów weekendowych (300 osób) + wyjazd integracyjny (50 osób)

Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Warsztaty weekendowe (trenerzy, materiały, catering)	60 000 zł
Wyjazd integracyjny (noclegi, wyżywienie, transport, trenerzy)	30 000 zł

**RAZEM    60 000 - 90 000 zł rocznie**

## Jak zmierzymy efekty?

Liczba przeprowadzonych warsztatów (cel: 60 w latach 2025-2027)  
Liczba uczestników (cel: 900 osób)  
Satysfakcja uczestników (cel: co najmniej 85% pozytywnych opinii)  
Kompetencje uczestników (cel: wzrost o 50% w samoocenie kompetencji)

## Jak zmierzmy efekty?

- Liczba szkół wdrażających program (cel: 50 do 2027)
- Liczba przeszkolonych nauczycieli (cel: 150 do 2027)
- Liczba uczniów objętych programem (cel: co najmniej 5000)
- Wiedza uczniów o samorządzie (cel: wzrost o 100% w testach wiedzy)

## DOSTĘPNOŚĆ

Cel: Młodzież wie o możliwościach i ma do nich łatwy dostęp.

Kampania "Młodzież Opolszczyzny"

Po co?

Młodzież nie wie o możliwościach, bo komunikacja jest nieefektywna. Młodzi ludzie nie czytają stron internetowych urzędów, nie czytają Facebooka. Oni żyją na Instagramie i TikToku.

*"Na TikToka nastolatki nie wchodzi, żeby się czegoś uczyć — wchodzi po dopaminę. Instagram służy do promocji wydarzeń. Ale najważniejsze to plakaty i wizyty w szkołach."*

— Samorząd szkolny LO III

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Profile "Młodzież Opolszczyzny" w social media (2025)

Utworzymy regionalne profile młodzieżowe:

**Instagram** — główny kanał komunikacji

**TikTok** — krótkie filmy, trendy, wyzwania

**YouTube** — dłuższe materiały, wywiady, relacje z wydarzeń

Treści:

Informacje o wydarzeniach młodzieżowych
Portrety młodych liderów z regionu
Poradniki ("Jak założyć organizację?", "Jak zdobyć dotację?")
Relacje z wydarzeń
Konkursy i wyzwania

Kto prowadzi? Młodzi ludzie (18-26 lat) — content creatorzy, którzy rozumieją język młodzieży

### KROK 2: Współpraca z influencerami (2025-2027)

Nawiążemy współpracę z lokalnymi influencerami (YouTuberzy, tiktokerzy, instagramerzy z regionu):

Promują działania młodzieżowe
Pokazują, że aktywizm jest "cool"
Zachęcają do udziału w projektach

### KROK 3: Kampania w szkołach (2025-2027)

Coroczna kampania informacyjna w szkołach:

**Plakaty** — atrakcyjne wizualnie, z QR kodami do profili social media

**Wizyty w klasach** — młodzi liderzy opowiadają o swoich doświadczeniach

**Ulotki** — krótkie, konkretne informacje o możliwościach zaangażowania

## Harmonogram

Rok Działanie

**2025** Utworzenie profili, kampania w 30 szkołach, współpraca z 5 influencerami

**2026** Rozwój profili, kampania w 50 szkołach, współpraca z 10 influencerami

**2027** Konsolidacja, kampania w 70 szkołach, współpraca z 15 influencerami

## Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Prowadzenie profili social media (content creator, grafik)	60 000 zł
Współpraca z influencerami	30 000 zł
Kampania w szkołach (plakaty, ulotki, wizyty)	40 000 zł
<b>RAZEM</b>	<b>130 000 zł rocznie</b>

## Jak zmierzmy efekty?

Liczba followersów (cel: 5000 łącznie do 2027)

Zasięg postów (cel: co najmniej 50 000 wyświetleń miesięcznie)

Świadomość młodzieży (cel: 70% młodzieży wie o możliwościach zaangażowania)

## Fundusz Mikrograntów dla Młodzieży

Po co?

Młodzież ma pomysły, ale nie ma pieniędzy na ich realizację.

Budżety obywatelskie są skomplikowane, dotacje wymagają formalności.

Młodzież potrzebuje prostego, szybkiego dostępu do małych kwot.

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Utworzenie Funduszu Mikrograntów (2025)

Fundusz, z którego młodzież może otrzymać małe dotacje (500-2000 zł) na realizację własnych pomysłów:

Wydarzenie lokalne (koncert, festiwal, piknik)
Akcja społeczna (zbiórka, wolontariat, kampania)
Projekt edukacyjny (warsztaty, wykład, wycieczka)
Projekt kulturalny (wystawa, spektakl, film)

### Zasady:

**Prosty wniosek** – 1 strona A4, bez formalności

**Szybka decyzja** – odpowiedź w ciągu 14 dni

**Zaufanie** – nie wymagamy skomplikowanych rozliczeń, wystarczy krótki raport i zdjęcia

**Dla wszystkich** – nie trzeba mieć organizacji, wystarczy grupa 3-5 osób

**Pula: 200 000 zł rocznie (100-400 mikrograntów rocznie)**

### KROK 2: Promocja Funduszu (2025-2027)

Kampania w social media
Plakaty w szkołach
Wizyty w klasach
Webinary "Jak napisać wniosek o mikrogrant?"

## Harmonogram

Rok Działanie

2025 Utworzenie profili, kampania w 30 szkołach, współpraca z 5 influencerami

2026 Rozwój profili, kampania w 50 szkołach, współpraca z 10 influencerami

2027 Konsolidacja, kampania w 70 szkołach, współpraca z 15 influencerami

## Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt roczny
Prowadzenie profili social media (content creator, grafik)	60 000 zł
Współpraca z influencerami	30 000 zł
Kampania w szkołach (plakaty, ulotki, wizyty)	40 000 zł
<b>RAZEM</b>	<b>130 000 zł rocznie</b>

## Jak zmierzymy efekty?

Liczba followersów (cel: 5000 łącznie do 2027)

Zasięg postów (cel: co najmniej 50 000 wyświetleń miesięcznie)

Świadomość młodzieży (cel: 70% młodzieży wie o możliwościach zaangażowania)

## Poprawa transportu publicznego

Po co?

Transport publiczny to kluczowa bariera dla młodzieży z małych miejscowości.

Bez poprawy komunikacji, nie możemy mówić o równych szansach.

*"Chciałabym uczestniczyć w spotkaniach młodzieżowych, ale mieszkam w małej wiosce. Autobus wraca o 16:00, a wydarzenia zaczynają się o 17:00 lub 18:00. Rodzice nie mogą mnie zawsze dowozić. Po prostu zostałam wykluczona przez transport."*

– Uczestniczka konsultacji

Co konkretnie zrobimy?

### KROK 1: Analiza potrzeb transportowych młodzieży (2025)

Przeprowadzimy badanie wśród młodzieży z małych miejscowości:

Jakie są ich potrzeby transportowe?

Które połączenia są najważniejsze?

O jakich godzinach potrzebują transportu?

### KROK 2: Rekomendacje dla samorządów (2025)

Na podstawie badania przygotujemy konkretne rekomendacje:

Które linie autobusowe należy wzmocnić?

Jakie nowe połączenia należy uruchomić?

Jakie godziny kursów są kluczowe dla młodzieży?

### KROK 3: Pilotaż "Autobus Młodzieżowy" (2026-2027)

W wybranych gminach uruchomimy pilotażowe linie autobusowe:

Kursy wieczorne (17:00-21:00)

Kursy weekendowe

Trasy dostosowane do potrzeb młodzieży (szkoły, centra kultury, MCA)

## Harmonogram

Rok	Działanie
2025	Badanie potrzeb, rekomendacje dla samorządów
2026	Pilotaż w 3 gminach
2027	Ewaluacja pilotażu, rozszerzenie na kolejne gminy

## Szacunkowy koszt

Pozycja	Koszt
Badanie potrzeb	20 000 zł (jednorazowo)
Pilotaż (dofinansowanie kursów w 3 gminach)	100 000 zł rocznie
<b>RAZEM</b>	<b>120 000 zł rocznie</b>

## Jak zmierzymy efekty?

Liczba nowych/wzmocnionych połączeń (cel: co najmniej 10)

Liczba młodych ludzi korzystających z nowych połączeń (cel: co najmniej 500 miesięcznie)

Satysfakcja młodzieży z transportu (cel: wzrost o 50% w badaniach)

## PODSUMOWANIE BUDŻETU STRATEGII

Obszar	Koszt roczny
OBSZAR 1: Wzmocnienie młodzieży	370 000 - 430 000 zł
OBSZAR 2: Otwarte Przestrzenie	485 000 - 535 000 zł
OBSZAR 3: Kompetencje	135 000 - 195 000 zł
OBSZAR 4: Dostępność	500 000 zł
<b>RAZEM</b>	<b>1 490 000 - 1 660 000 zł rocznie</b>
<b>Budżet na 3 lata (2025-2027): około 4 500 000 - 5 000 000 zł</b>	

22

## WDROŻENIE I MONITORING

### KTO TO ZROBI?

Strategia może działać tylko wtedy, gdy wszyscy wezmą za nią odpowiedzialność. Nie chodzi o to, żeby jedna organizacja czy jeden urząd wszystko zrobił. Chodzi o to, żeby różne podmioty w województwie opolskim współpracowały ze sobą i wzajemnie się wspierały.

### Nasza wizja współpracy:

Najlepsze rezultaty osiągniemy, gdy samorząd wojewódzki, gminy, organizacje pozarządowe, szkoły i sama młodzież będą działać razem. Każdy ma swoją rolę, ale wszyscy dążą do jednego celu: większego zaangażowania młodych ludzi w życie regionu.



# Role głównych podmiotów

## Samorząd Województwa Opolskiego

1. Koordynacja strategii na poziomie regionu
2. Zabezpieczenie środków finansowych (budżet, fundusze zewnętrzne)
3. Utworzenie regionalnego Zespołu ds. Młodzieży
4. Współpraca z Młodzieżowym Sejmikiem Województwa Opolskiego
5. Monitoring realizacji celów strategii
6. Promocja działań młodzieżowych w mediach regionalnych

## Samorządy gminne i miejskie

1. Tworzenie i wspieranie Młodzieżowych Rad Gmin/Miast
2. Udostępnianie przestrzeni dla młodzieży
3. Finansowanie lokalnych inicjatyw młodzieżowych
4. Włączanie młodzieży do konsultacji społecznych
5. Poprawa komunikacji publicznej (połączenia lokalne)
6. Wsparcie logistyczne dla wydarzeń młodzieżowych

## Organizacje pozarządowe i fundacje

Prowadzenie szkoleń i warsztatów dla młodzieży

Mentoring i doradztwo dla młodych liderów

Realizacja projektów młodzieżowych

Animacja lokalnych społeczności

Monitoring potrzeb młodzieży (badania, konsultacje)

Reprezentowanie głosu młodzieży wobec władz

## Szkoły i uczelnie wyższe

Edukacja obywatelska uczniów i studentów

Wspieranie samorządów szkolnych/studenckich

Promowanie działań młodzieżowych (rady, wolontariat)

Elastyczność dla zaangażowanych uczniów

Udostępnianie przestrzeni na wydarzenia

Współpraca z organizacjami młodzieżowymi

## Media i influencerzy

Promowanie działań młodzieżowych w mediach społecznościowych

Tworzenie pozytywnego wizerunku aktywizmu

Relacje z wydarzeń młodzieżowych

Kampanie edukacyjne dla młodzieży

Współpraca z młodymi twórcami treści

## Sama młodzież!

1. Tworzenie własnych inicjatyw i projektów
2. Uczestnictwo w Młodzieżowych Radach i Sejmiku
3. Zgłaszanie pomysłów i potrzeb
4. Współpraca z innymi młodymi ludźmi
5. Promowanie działań wśród rówieśników
6. Dzielenie się swoimi doświadczeniami



## Model współpracy: Zespół Regionalny ds. Młodzieży

Propozycja: Regionalny Zespół ds. Młodzieży w Województwie Opolskim.

Rekomendujemy powołanie stałego Zespołu Regionalnego, który będzie koordynował wdrażanie strategii i dbał o to, żeby różne podmioty ze sobą współpracowały.

### Skład Zespołu Regionalnego (propozycja):

1. Przedstawiciel Urzędu Marszałkowskiego (koordynator strategii)
2. Przedstawiciele Młodzieżowego Sejmiku Województwa Opolskiego (3-4 osoby)
3. Przedstawiciele organizacji młodzieżowych (fundacje, stowarzyszenia - 4-5 osób)
4. Przedstawiciele samorządów lokalnych (2-3 osoby z różnych gmin)
5. Przedstawiciel środowiska akademickiego (Uniwersytet Opolski, Politechnika Opolska)
6. Przedstawiciel środowiska szkolnego (nauczyciel, dyrektor, pedagog)
7. Ekspert ds. młodzieży (pedagog, psycholog, socjolog)

Zadania Zespołu Regionalnego:

**Koordinacja wdrażania strategii** – pilnowanie, żeby wszystko się działo zgodnie z planem

**Monitoring postępów** – zbieranie danych, przygotowywanie raportów

**Wspieranie lokalnych inicjatyw** – pomoc gminom i organizacjom w realizacji działań

**Komunikacja i promocja** – informowanie o działaniach, sukcesach, możliwościach

**Rekomendacje zmian** – proponowanie poprawek do strategii na podstawie doświadczeń

**Częstotliwość spotkań:** Zespół powinien spotykać się co najmniej raz na kwartał (4 razy w roku), a w pierwszym roku wdrażania strategii najlepiej co 2 miesiące.

### Organizacje już działające w regionie, które mogą pomóc

W województwie opolskim już teraz działa wiele organizacji i podmiotów, które mogą wspierać realizację strategii. Oto przykłady:

25

Organizacja/Podmiot	Czym się zajmuje?	Jak może pomóc?
Młodzieżowy Sejmik Województwa Opolskiego	Reprezentacja młodzieży na poziomie regionu	Konsultacje, inicjatywy regionalne, współpraca z samorządem
Młodzieżowe Rady Gmin/Miast	Reprezentacja młodzieży na poziomie lokalnym	Realizacja lokalnych projektów, konsultacje społeczne
Dom Współpracy Polsko-Niemieckiej	Projekty młodzieżowe, wymiany międzynarodowe	Programy edukacyjne, staże, praktyki, finansowanie inicjatyw
BJDM	Działania dla młodzieży mniejszości niemieckiej	Projekty młodzieżowe, integracja, programy dotacyjne
Związek Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP	Reprezentacja młodzieży mniejszości niemieckiej	Warsztaty, wydarzenia kulturalne, wsparcie dla inicjatyw
Samorządy szkolne i studenckie	Aktywizacja uczniów/studentów	Promocja działań, rekrutacja wolontariuszy, wydarzenia lokalne
Koła naukowe	Działalność studencka, projekty naukowe i społeczne	Badania, ekspertyzy, realizacja projektów społecznych
Teatr Jana Kochanowskiego - wolontariat	Wolontariat kulturalny dla młodzieży	Integracja młodzieży, wydarzenia kulturalne, animacja
Europa Iuvenis - wolontariat	Wolontariat międzynarodowy i lokalny	Mobilizacja młodzieży, projekty wolontariackie
Lokalne organizacje pozarządowe	Różne działania społeczne, kulturalne, sportowe	Realizacja projektów, szkolenia, wsparcie merytoryczne

"Mniejszość jest dla młodzieży jak najbardziej inkluzywna i włączająca. Absolwenci licznych programów są zapraszani na PŁATNE staże czy praktyki w organach młodzieżowych jak i tych dorosłych. Więc młodzi mają możliwość kontynuowania swoich działań na wyższych szczeblach."

– Uczestnik konsultacji, młodzież mniejszości niemieckiej

## JAK BĘDZIEMY SPRAWDZAĆ?

Żeby wiedzieć, czy strategia działa, musimy regularnie sprawdzać postępy.

Monitoring to nie kontrola – to sposób, żeby na bieżąco widzieć, co się udaje, co trzeba poprawić, i gdzie potrzebne jest wsparcie.

Wskaźniki sukcesu – co będziemy mierzyć?

Proponujemy proste i czytelne wskaźniki, które pokażą, czy działania przynoszą efekty:

### OBSZAR 1: WZMOCNIENIE MŁODZIEŻY

#### Liczba działających Młodzieżowych Rad w województwie

Stan początkowy (2024): Niewiele gmin ma aktywne Młodzieżowe Rady

Cel na 2027: Co najmniej 50% gmin w województwie ma działającą Młodzieżową Radę

Jak mierzymy: Coroczny rejestr gmin z MRG, ankiety do urzędów gmin

#### Liczba członków Młodzieżowych Rad i Sejmiku

Cel na 2027: Wzrost liczby młodych ludzi w MRG i Sejmiku o 100% w porównaniu do 2024

Jak mierzymy: Dane z rad i sejmiku (liczba aktywnych członków)

#### Liczba konsultacji społecznych z udziałem młodzieży

Cel na 2027: Co najmniej 30 konsultacji rocznie na poziomie gmin i województwa

Jak mierzymy: Raporty z konsultacji, liczba uczestników

#### Liczba młodych ludzi przeszkolonych w zakresie kompetencji liderek

Cel na 2027: Co najmniej 300 osób rocznie

Jak mierzymy: Listy uczestników szkoleń, certyfikaty

### OBSZAR 2: OTWARTE PRZESTRZENIE

#### Liczba Młodzieżowych Centrów Aktywności

Stan początkowy (2024): 0-1 centrum w województwie

Cel na 2027: Co najmniej 5 Młodzieżowych Centrów Aktywności w różnych częściach województwa

Jak mierzymy: Liczba otwartych centrów, ich lokalizacja

## Liczba młodych ludzi korzystających z MCA

Cel na 2027: Co najmniej 2000 osób miesięcznie w całym województwie

Jak mierzymy: Rejestr odwiedzających, frekwencja na wydarzeniach

## Liczba wydarzeń młodzieżowych organizowanych w przestrzeniach publicznych

Cel na 2027: Co najmniej 50 wydarzeń rocznie w całym województwie

Jak mierzymy: Kalendarz wydarzeń, raporty z organizacji

## OBSZAR 3: KOMPETENCJE

### Liczba szkoleń i warsztatów dla młodzieży

Cel na 2027: Co najmniej 80 szkoleń rocznie w województwie

Jak mierzymy: Lista szkoleń, liczba uczestników

### Liczba młodych ludzi objętych programem mentoringu

Cel na 2027: Co najmniej 100 par mentor-młody lider rocznie

Jak mierzymy: Rejestr uczestników programu mentorskiego

### Odsetek młodzieży, która ocenia swoje kompetencje obywatelskie jako wysokie

Cel na 2027: Wzrost o 50% w porównaniu do 2024

Jak mierzymy: Coroczne badania ankietowe wśród młodzieży

## OBSZAR 4: DOSTĘPNOŚĆ

### Świadomość młodzieży na temat możliwości zaangażowania

Cel na 2027: Co najmniej 70% młodzieży wie o istnieniu MRG i Sejmiku

Jak mierzymy: Coroczne badania ankietowe

### Liczba osób obserwujących profile młodzieżowe w mediach społecznościowych

Cel na 2027: Co najmniej 5000 followersów łącznie (Instagram, TikTok)

Jak mierzymy: Statystyki z mediów społecznościowych

### Liczba inicjatyw młodzieżowych uzyskujących finansowanie

Cel na 2027: Co najmniej 40 projektów rocznie

Jak mierzymy: Dane z budżetów obywatelskich, mikrograntów, dotacji

## Jak będziemy zbierać dane?

Coroczne badania ankietowe

Co roku będziemy przeprowadzać badanie wśród młodzieży (podobne do tego z 2024), żeby sprawdzić:

Poziom zaangażowania
Świadomość możliwości
Bariery i potrzeby
Ocenę działań strategii

## Raporty kwartalne

Regionalny Zespół ds. Młodzieży będzie przygotowywać co 3 miesiące krótkie raporty pokazujące:

1. Zrealizowane działania
2. Liczbę uczestników
3. Wydatkowane środki
4. Napotkane problemy

## Monitoring mediów społecznościowych

Będziemy śledzić zasięgi, zaangażowanie i opinie młodzieży w mediach społecznościowych:

- Instagram, TikTok, Facebook
- Komentarze i opinie młodzieży
- Trendy i popularne tematy

## Konsultacje jakościowe

Co roku będziemy organizować spotkania fokusowe z młodzieżą (podobne do konsultacji 2024), żeby:

1. Usłyszeć głos młodych ludzi
2. Zidentyfikować nowe potrzeby
3. Ocenić efektywność działań
4. Zebrać propozycje zmian

## Ewaluacja strategii

Co roku będziemy przeprowadzać kompleksową ewaluację strategii:

Rok	Typ ewaluacji	Co sprawdzamy?
2025	Ewaluacja wdrożeniowa	Czy działania ruszyły zgodnie z planem? Jakie są pierwsze efekty?
2026	Ewaluacja realizacyjna	Czy osiągamy zaplanowane wskaźniki? Co działa, a co nie?
2027	Ewaluacja końcowa	Czy osiągnęliśmy cele strategii? Jakie są długoterminowe efekty? Co dalej?

## Ważne: Elastyczność strategii

Strategia nie jest sztywna. Jeśli zobaczymy, że coś nie działa lub pojawiają się nowe potrzeby młodzieży, będziemy wprowadzać zmiany. Monitoring to nie tylko sprawdzanie – to też uczenie się i dostosowywanie.

## Z CZEGO BĘDZIEMY KORZYSTAĆ?

Żeby strategia zadziałała, potrzebujemy zasobów:

pieniędzy, ludzi, przestrzeni, wiedzy. Oto co mamy i czego możemy użyć.

## Zasoby finansowe

Źródła finansowania:

Budżet Samorządu Województwa

Szacunkowa kwota potrzebna: 1 500 000 - 2 000 000 zł rocznie na realizację strategii (wszystkie obszary)

To inwestycja w przyszłość regionu – w aktywną, zaangażowaną młodzież.

### Fundusze Unii Europejskiej

Fundusze Europejskie dla Opolskiego 2021-2027
Erasmus+ (projekty młodzieżowe, wymiany)
Europejski Korpus Solidarności
Program Aktywni Obywatele

### Budżety gminne i miejskie

Budżety obywatelskie – młodzież może zgłaszać własne projekty
Dotacje dla organizacji pozarządowych
Wsparcie dla Młodzieżowych Rad Gmin/Miast

### Fundusze dla mniejszości niemieckiej

Dom Współpracy Polsko-Niemieckiej – programy dotacyjne
BJDM – wsparcie dla inicjatyw młodzieżowych
Fundusz dla młodzieży mniejszościowej

### Fundacje i sponsorzy prywatni

Fundacja Polsko-Niemiecka
Fundacja Orange
Lokalne firmy i przedsiębiorcy (CSR)

### Fundusz Mikrograntów dla Młodzieży

Proponujemy utworzenie Funduszu Mikrograntów (pula 200 000 zł rocznie),

z którego młodzież będzie mogła otrzymać małe dotacje (500-2000 zł) na realizację własnych pomysłów.

Proste procedury, szybkie decyzje, zaufanie do młodych.

## Zasoby ludzkie

Strategia potrzebuje ludzi, którzy będą ją realizować:

**Koordynator regionalny ds. młodzieży w Urzędzie Marszałkowskim (1 etat)**

**Animatorzy młodzieżowi w Młodzieżowych Centrach Aktywności (5-10 osób, różne formy zatrudnienia)**

**Trenerzy i mentorzy** – osoby prowadzące szkolenia, warsztaty, mentoring

**Wolontariusze** – sami młodzi ludzie, którzy będą pomagać w organizacji wydarzeń

**Pracownicy samorządów gminnych** odpowiedzialni za współpracę z młodzieżą

## Zasoby infrastrukturalne

W województwie opolskim już istnieją przestrzenie, które można wykorzystać:

Typ przestrzeni	Przykłady	Jak wykorzystać?
Ośrodki kultury	Domy kultury, centra kulturalne w gminach	Udostępnienie sal na wydarzenia młodzieżowe, koncerty, wystawy
Biblioteki	Biblioteki publiczne, miejskie, gminne	Spotkania młodzieżowe, warsztaty, przestrzeń do nauki i pracy grupowej
Świetlice wiejskie	Świetlice w małych miejscowościach	Lokalne punkty spotkań młodzieży, wydarzenia integracyjne
Szkoły i uczelnie	Salę, aule, boiska	Wydarzenia młodzieżowe po lekcjach, weekendy
Obiekty sportowe	Hale sportowe, orliki, boiska	Turnieje, integracja młodzieży przez sport
Przestrzenie publiczne	Parki, place, skwery	Festiwale, pikniki, akcje młodzieżowe

"*W moim mieście jest biblioteka, dom kultury, nawet jest świetlica, ale nikt nie mówi młodzieży, że można tam przyjść i coś zrobić. Wydaje się, że to tylko dla dzieci albo dla dorosłych. A my chcemy mieć swoje miejsce.*"

– Uczestniczka konsultacji, 17 lat, Liceum Ogólnokształcące

## Zasoby wiedzy i doświadczenia

Nie musimy wymyślać wszystkiego od nowa. Możemy korzystać z:

[Doświadczeń innych regionów Polski](#) – województwa, które skutecznie aktywizują młodzież

[Międzynarodowych projektów młodzieżowych](#) – Erasmus+, wymiany, programy europejskie

[Badań naukowych](#) – współpraca z uczelniami (Uniwersytet Opolski, Politechnika Opolska)

[Ekspertyz](#) – pedagodzy, psychologowie, socjologowie, specjaliści ds. młodzieży

[Doświadczeń młodzieży](#) – sami młodzi ludzie wiedzą najlepiej, czego potrzebują!

## HISTORIE INSPIRACJI

W trakcie konsultacji społecznych w 2024 roku rozmawialiśmy z [63 młodymi ludźmi](#) z całego województwa opolskiego.

Usłyszeliśmy ich historie, pomysły, marzenia i frustracje. [To oni są inspiracją dla tej strategii.](#)

## Z kim rozmawialiśmy?

[63 respondentów badania ankietowego + 8 grup fokusowych](#) (studenci, licealiści, młodzież mniejszości niemieckiej, samorządy szkolne, absolwenci, wolontariusze)

[Okres badania:](#) wrzesień - grudzień 2024



## Zasoby infrastrukturalne

W województwie opolskim już istnieją przestrzenie, które można wykorzystać:

### Głosy młodych ludzi — co nam powiedzieli?

*"Nie wiedzieliśmy, że możemy cokolwiek zmienić"*

*"Wydaje mi się, że młodzież nie angażuje się, bo po prostu nie wie, że może. W mojej szkole nikt nam nie mówił o Młodzieżowej Radzie, o budżecie obywatelskim, o niczym takim. Dopiero jak sama zaczęłam szukać, to się dowiedziałam. A ile osób nie szuka?"*

— Uczestniczka konsultacji, 16 lat, samorząd szkolny LO VI

Co z tego wynika? Młodzież nie jest bierna — ona po prostu nie wie o możliwościach. Potrzebujemy lepszej komunikacji i promocji działań młodzieżowych.

*"Nie mam jak wrócić do domu po wydarzeniu"*

*"Chciałabym uczestniczyć w spotkaniach młodzieżowych, ale mieszkam w małej wiosce. Autobus wraca o 16:00, a wydarzenia zaczynają się o 17:00 lub 18:00. Rodzice nie mogą mnie zawsze dowozić. Po prostu zostałam wykluczona przez transport."*

— Uczestniczka konsultacji, młodzież z mniejszej miejscowości

### Co z tego wynika?

Transport publiczny to kluczowa bariera dla młodzieży z małych miejscowości. Bez poprawy komunikacji, nie możemy mówić o równych szansach.

*"Młodzieżowa Rada brzmi strasznie poważnie"*

*"Szczerze? Młodzieżowa Rada Miasta brzmi jak coś dla 'poważnych', 'mocnych' działaczy. Jakbym tam poszła, to bym czuła się jak intruz. To brzmi jak mini polityka. A ja po prostu chcę coś fajnego robić dla swojego miasta."*

— Uczestniczka konsultacji, 17 lat

### Co z tego wynika?

Młodzieżowe Rady mają problem z wizerunkiem. Są postrzegane jako zamknięte, elitarne, "na poważnie". Trzeba to zmienić — pokazać, że to przestrzeń dla wszystkich młodych ludzi.

*"Nie mam czasu na nic więcej"*

*"Szkoła od 8 do 16, potem dojazd do domu godzinę, nauka, korepetycje, czasem praca. Kiedy ja mam czas na działania obywatelskie? Chciałabym, ale fizycznie nie dają rady. System edukacji zabija naszą aktywność."*

— Uczestnik konsultacji, 17 lat, Liceum Ogólnokształcące

### Co z tego wynika?

Brak czasu to najczęstsza bariera. Nie możemy wymuszać na młodzieży kolejnych obowiązków. Działania młodzieżowe muszą być elastyczne, krótkie, atrakcyjne.

*"Działam, ale nikt o tym nie wie"*

*"Jako samorząd szkolny organizujemy masę rzeczy — konkursy, zbiórki, wydarzenia. Ale wychodzi na to, że to miasto organizuje. Miasto bierze za nas kredyty, a my pracujemy za darmo. Nikt nie mówi, że to młodzież to robi."*

— Uczestnik konsultacji, samorząd szkolny LO III

## Co z tego wynika?

Młdzież robi dużo, ale jej działania są niewidoczne. Trzeba pokazywać, kto stoi za inicjatywami — doceniać młodych ludzi publicznie.

*"W mniejszości mamy wsparcie, ale czujemy odrzucenie"*

*"W strukturach mniejszości niemieckiej jest dużo możliwości — dotacje, staże, projekty. Ale poza tym czujemy się odrzucani. Ludzie patrzą na nas krzywo, kiedy mówimy, że działamy w BJDM. Ksiądz w kościele mówił, że mniejszość to zło. To boli."*

— Uczestnik konsultacji, młdzież mniejszości niemieckiej

## Co z tego wynika?

Potrzebujemy inkluzywności i akceptacji dla różnorodności w regionie. Młodzi ludzie z mniejszości mają potencjał, ale czują się wykluczeni społecznie.

*"Chcemy influencera, który pokaże, że aktywizm jest cool"*

*"Młodzi ludzie słuchają influencerów, a nie urzędów. Gdyby jakiś znany YouTuber czy tiktoker pokazał, że Młdzieżowa Rada to fajne miejsce, gdzie można realnie coś zmienić — to by się nagle wszyscy zainteresowali."*

— Uczestniczka konsultacji, wolontariuszka

## Co z tego wynika?

Młdzież żyje w świecie mediów społecznościowych. Jeśli chcemy do niej dotrzeć, musimy mówić jej językiem i korzystać z kanałów, które śledzi.

*"Dajcie nam po prostu miejsce dla nas"*

*"Wszystko jest dla dzieci albo dla dorosłych. Gdzie jest miejsce dla nas? Takie miejsce, gdzie możemy się spotkać, pogadać, pograć w konsolę, zorganizować coś fajnego. Nie potrzebujemy wielkiego budżetu — potrzebujemy przestrzeni i zaufania."*

— Uczestnik konsultacji, 15 lat, samorząd szkolny

## Co z tego wynika?

Młodzi ludzie potrzebują swoich przestrzeni — takich, które są dla nich, które oni współtworzą, w których czują się jak u siebie.

## Sukcesy, które już istnieją

Pomimo wielu barier, w województwie opolskim już teraz dzieją się fajne rzeczy:

Samorzady szkolne organizują liczne wydarzenia, zbiórki, akcje wolontariackie
Młdzieżowy Sejmik Województwa reprezentuje młdzież i realizuje projekty regionalne
Projekt "Uniwersytet Obywatelski" edukuje młdzież w zakresie kompetencji obywatelskich
Wolontariat w Teatrze Jana Kochanowskiego i Europa luvenis angażuje młodych w działania kulturalne i społeczne
Programy mniejszości niemieckiej oferują młdzieży staże, praktyki, możliwości rozwoju
Budżety obywatelskie pozwalają młdzieży realizować własne pomysły

To pokazuje, że młdzież w województwie opolskim ma potencjał!

Teraz musimy ten potencjał wspierać, wzmacniać i skalować — tak, żeby młdzież z całego regionu, nie tylko z Opola, miała równe szanse.

# ZAŁĄCZNIKI

## Metodologia badania i konsultacji

### Badanie ankietowe

**Liczba respondentów:** 63 osoby

**Okres badania:** październik 2024

**Grupa docelowa:** Młodzież w wieku 15-26 lat z województwa opolskiego, aktywna w życiu publicznym (samorządy szkolne, studenckie, koła naukowe, wolontariat, organizacje młodzieżowe)

**Metoda:** Ankieta online (Google Forms)

### Obszary badania:

Formy zaangażowania w życie publiczne

Bariery w aktywnym uczestnictwie

Znajomość Młodzieżowych Rad i ich skuteczność

Potrzeby w zakresie szkoleń i wsparcia

Komunikacja z młodzieżą (media społecznościowe, narzędzia online)

Współpraca z lokalnymi decydentami

Największe wyzwania i oczekiwane zmiany

### Konsultacje społeczne (grupy fokusowe)

**Liczba spotkań:** 8 grup fokusowych

**Okres konsultacji:** wrzesień - grudzień 2024

### Uczestnicy konsultacji:

1. Studenci – Uniwersytet Opolski, Wydziałowe Rady, Koła Naukowe (wiek 20-24 lat)
2. Uniwersytet Obywatelski – projekt "Zwolnieni z teorii", samorząd LO VIII (wiek 16-18 lat)
3. Młodzież mniejszości niemieckiej – różne części województwa (wiek 18-27 lat)
4. Samorząd LO VI – młode aktywistki (wiek 15-17 lat)
5. Absolwentki szkół wyższych – były działaczki (wiek 23+ lat)
6. Samorząd LO III – "Napromieniowani" (wiek 15-16 lat)
7. Wolontariusze – Europa Iuvenis, Teatr Jana Kochanowskiego (wiek 17-26 lat)
8. Związek Młodzieży Mniejszości Niemieckiej w RP – wolontariusze z różnych miejsc województwa

**Metoda:** Moderowane dyskusje grupowe (60-90 minut), nagrania audio, notatki moderatora



# Kluczowe dane z badania

Wskaźnik	Wynik
Liczba respondentów badania	63 osoby
Liczba uczestników konsultacji	ok. 40-50 osób (8 grup fokusowych)
Znajomość Młodzieżowych Rad Gmin/Miast	Niska — większość młodzieży nie wie o ich istnieniu lub nie rozumie, czym się zajmują
Główne bariery zaangażowania	1. Brak czasu (szkoła, studia, praca) 2. Brak informacji o możliwościach 3. Transport publiczny 4. Brak przestrzeni dla młodzieży
Preferowane kanały komunikacji	Instagram (priorytet), TikTok, plakaty w szkołach, wizyty w szkołach
Oczekiwania wobec szkoleń	Kompetencje lidarskie, zarządzanie projektami, komunikacja, pisanie wniosków o dotacje, asertywność
Chęć zaangażowania w strategię	Wysoka — większość badanych wyraziła chęć uczestnictwa w działaniach

## Najważniejsze cytaty z konsultacji

"*Brakuje edukacji w szkole średniej dot. kwestii obywatelskich. Uczniowie nie wiedzą, jak działają wybory lokalne, co to jest rada gminy, co to jest budżet obywatelski. Jak mają się angażować, skoro nie rozumieją systemu?*"

— Uczestnicy projektu "Uniwersytet Obywatelski"

"*Młodzież nie jest bierna. Młodzież po prostu nie ma przestrzeni do działania. Wszystko jest dla dzieci albo dla dorosłych.*"

— Samorząd szkolny LO VI

"*Kwestia transportu to nie tylko niewygodna — to wykluczenie. Połowa osób na naszych konsultacjach musiała czekać ponad 3 godziny na transport, żeby wrócić do domu.*"

— Młodzież mniejszości niemieckiej

"*Młode osoby po prostu zamykają się w małych, dwu- lub trzyosobowych grupach. To ogranicza ich perspektywy i doświadczenia. Brakuje szerszej integracji.*"

— Wolontariusze Europa Iuvenis i Teatr Jana Kochanowskiego

"*Brak czasu w rozumieniu osoby dorosłej, która się utrzymuje, ma zupełnie inny wymiar niż brak czasu ucznia. Dojazd do pracy, zakupy, obowiązki domowe — nie zostaje już miejsca na działania obywatelskie.*"

— Absolwentki szkół wyższych (23+ lat)

"*Największym priorytetem jest zwiększenie ilości autobusów oraz pociągów. Czujemy się dyskryminowani ze względu na wiek w kontekście transportu publicznego.*"

— Samorząd szkolny LO III

"Na Tiktoka nastolatki nie wchodzi, żeby się czegoś uczyć — wchodzi po dopaminę. Instagram służy do promocji wydarzeń. Ale najważniejsze to plakaty i wizyty w szkołach."

— Samorząd szkolny LO III

"Trudne czasy tworzą silnych ludzi, silni ludzie tworzą dobre czasy, dobre czasy tworzą słabych ludzi, a słabi ludzie tworzą trudne czasy. Młodzież teraz żyje w dobrych czasach, nie ma motywacji do działania."

— Młodzież mniejszości niemieckiej, cytat z powieści G. Michaela Hopfa "The End"

## Literatura i źródła

1. Raport z badania ankietowego młodzieży województwa opolskiego (październik 2024)
2. Raport z konsultacji społecznych (wrzesień - grudzień 2024)
3. Analiza odpowiedzi respondentów (dokument wewnętrzny)
4. Projekt "Opolski Inkubator Strategii Młodzieżowych" — dane z badań
5. Strategia rozwoju województwa opolskiego 2020-2030
6. Raport "Młodzież 2023" — CBOS
7. Badanie "Diagnoza społeczna" — młodzież w Polsce
8. Raport "Młodzież a polityka" — Fundacja Kultury Liberalnej

## Kontakt

Adres: ul. Marszałkowska 31

42-400 Zawiercie

E-mail: [contact@neweurope.pl](mailto:contact@neweurope.pl)

Tel.: +48 602 223 540

Strategia została opracowana na podstawie:

[Badania ankietowego z udziałem 63 młodych osób](#)

[8 grup fokusowych z różnymi środowiskami młodzieżowymi](#)

[Analiz danych wtórnych i literatury](#)

[Konsultacji z ekspertami i praktykami pracy z młodzieżą](#)

**Strategia ma charakter propozycji — rekomendacji dla decydentów i organizacji młodzieżowych w województwie opolskim.**



Strategia powstała dzięki 63 młodym ludziom. Którzy podzielili się swoimi doświadczeniami. To ich głos, ich marzenia i ich potrzeby. Teraz czas na działanie.

Opolska Strategia Rozwoju  
Organizacji Młodzieżowych w Życiu Publicznym  
Propozycja dla województwa opolskiego 2025-2027

