

VÝSTUPY MLADÍ + DOSPELÍ TURČIANSKE TEPLICE

15. 03. 2016

Záujem a motivácia k účasti na podujatiach / aktivitách

- je citelná apatia k verejnému daniu; preto je dôležité presvedčanie: propagácia na sociálnych sieťach, videopozvánky, televízne noviny ml. parlamentu, odmena (napr. mikulášske balíčky, tombola, samozrejme s ohľadom na zdroje), plagáty (viditeľné, dostupné, letáky v schránkach), priamy mailing
- nedostatočná komunikácia (viac akcií v rovnakom termíne)
- plusom je možnosť zverejniť články v Teplických Zvestiach, avšak niekedy nastáva problém s posunom uzávierky
- aktuálne pracujú na Dňoch zeme (najlepšie masky zo separovaného odpadu, fotosúťaž, karneval pre menšie deti)
- sebamotivácia (najmä vnútorná motivácia)
- zvýšiť informovanosť o voľbách

Kroky:

- mesto ponúklo bezodplatnú tlač pre potreby mládežníckeho parlamentu
- otvoriť otázku oneskoreného termínu publikácie Teplických Zvestí (návrh, aby mladí brigádnici roznášali Zvesti - možnosť zárobku, zároveň sa riešia sťažnosti poštárky na ťažkú váhu plagátov)

Participácia

- reálna nasadenosť a včasná informovanosť a dohodnutie spolupráce
- zlepšenie komunikácie mesto <-> mladí
- mladí: pracovať na rešpekte, učenie sa komunikácii
- spolupráca s organizáciami v meste: nielen sústredenie na MsZ, ale aj na iné subjekty pracujúce s mládežou (príležitosť: pripravovaný veľtrh)

Kroky:

- cez leto v spolupráci s CVČ by členovia ml. parlamentu pôsobili ako animátori
- p. Kevická (stretnutie k zasadnutiam Komisie školstva a kultúry pri MsZ)
- kvartálne spoločné zasadnutie s Komisiou školstva a kultúry (okrúhly stôl s mladými)

Youth-friendly club

- otázka umiestnenia: CVČ / priestory nad požiarnou zbrojnicou / povala v budove bývalých jaslí (rozšírenie aktuálneho priestoru ml. parlamentu)
- vytvorenie vnútorného prevádzkového poriadku (predídenie krízovým situáciám)
- funkcia správcov (plnoletá, hmotne zodpovedná osoba)
- prevencia vandalizmu
- vytvoriť myšlienku a tému - oslovenie mladých (čo mi klub môže ponúknuť?), aktivity (spoločenské hry, doplnkové aktivity)
- významnou cieľovou skupinou budú mladí pod 18 rokov; využitie etablovanej značky MPM (rodičia dobre reagujú na brand MPM, bez problémov uvoľňujú deti)
- boj s názorom "v tomto meste nič nie je, musím ísť preč"

Iné

- tradičné remeslá: SK-CZ-PL cezhraničná spolupráca, prebiehajú rokovania