

P O - MYSŁ N A MIAS - T O



W OBSZARZE ADAPTACJI
DO ŻYCIA W TRAKCIE I PO
PANDEMII

Pomysł na Miasto jest częścią zadania „Adaptacja Koncepcji UrbanLab w Gdyni”
realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna na lata 2014-2020 współfinansowanego ze środków Funduszu Spójności.

MOŻLIWOŚCI W MIEŚCIE

Opis pomysłu na mikroinnowację pod roboczą nazwą „Możliwości w mieście” na podstawie pomysłu – *Zwiększenie świadomości cudzoziemców na temat możliwości w mieście* – zgłoszonego w ramach trzeciej edycji naboru „Pomysłów na miasto” przez Olgę Beskrovnová.

O pierwotnie zgłoszonym pomysle: zakłada ułatwienie dostępu do potrzebnych informacji, możliwościach i procedurach niezbędnych do zaadaptowania się w nowym mieście. Ukierunkowany program lub kampania zwiększyłby świadomość mieszkańców na temat dostępnych źródeł praktycznych informacji.

Opis pomysłu na mikroinnowację:

I. WPROWADZENIE – POMYSŁ NA MIASTO ORAZ KONTEKST

Pomysł na Miasto to innowacyjne narzędzie partycypacji i tworzenia realnych procesów społecznej zmiany w Gdyni. Zbiera on inicjatywy wartę przetestowania i wdrożenia w mieście. Jedną z takich inicjatyw jest „Zwiększenie świadomości cudzoziemców na temat możliwości w mieście”.

Pomysł nawiązuje w założeniach do innowacji wybranej do realizacji w 1. Edycji Pomysłu na Miasto w obszarze partycypacji i aktywności obywatelskiej – Informator dla nowych mieszkanki i mieszkańców Gdyni.

Niniejsze opracowanie stanowi zmodyfikowany pierwotny pomysł i zawiera wskazówki pomocne w realizacji podobnych inicjatyw w innych miejscowościach.

II. CEL PROJEKTU

Projekt „Możliwości w mieście” podejmuje ważne zagadnienie, jakim jest docieranie z informacją o ofercie miasta do imigrantów i imigrantek.

Z uwagi na barierę językową i często niewystarczającą znajomość kultury w kraju pobytu, informacje o ważnych dla cudzoziemców sprawach warto rozpowszechniać w sposób i kanałami innymi od tych wykorzystywanych w komunikacji z obywatelami polskimi.

Sz szczególnie w kontekście pandemii prosty i szybki dostęp do praktycznych, a przede wszystkim wiarygodnych informacji, jest niezwykle ważny nie tylko dla cudzoziemców, ale również dla krajowców.

III. ETAPY REALIZACJI

1. Przygotowanie

W pierwszej kolejności warto przeprowadzić rozeznanie zakresu informacji przydatnych dla nowych mieszkańców, w tym w szczególności osób spoza granic kraju. Kolejnym krokiem powinna być inwentaryzacja istniejących już w mieście źródeł ww. praktycznej wiedzy.

MOŻLIWOŚCI W MIEŚCIE

2. Realizacja

Najistotniejszą informacją w takiej kampanii jest wskazówka, gdzie można uzyskać potrzebne i kierować ewentualne pytania w przedmiotowym zakresie. Można korzystać z bardziej tradycyjnych nośników, np. plakaty z praktyczną wskazówką (w kilku wersjach językowych) w komunikacji miejskiej, krótkie, łatwe do zapamiętania adresy stron internetowych albo przekierowujące odnośniki typu QR. Zebrane najważniejsze praktyczne informacje i wskazówki, np. w formie informatora czy broszury warto rozdystrybuować w miejscach odwiedzanych przez cudzoziemców (np. instytucje kultury, biblioteki, otwarte miejsca spotkań mieszkańców, miejskie jednostki udzielające wsparcia migrantom).

3. Po zakończeniu procesu

Przy tego typu przedsięwzięciach weryfikacja i aktualizacja informacji powinna być przeprowadzana w sposób stały i regularny. Podobnie sam pomysł kampanii wspierającej korzystanie z dostępnych źródeł praktycznych i wiarygodnych informacji może mieć charakter cykliczny lub stały.

Załączniki:

1. Formularz pomysłu