

(100x100m), skulle en karta över de olika poängen i ett fungerande tätortsområde avslöja områden med hög och låg tillgänglighet. Detta kan till exempel hjälpa till att bestämma var man ska uppgradera kollektivtrafiken eller cykelförbindelserna mest brådskande. Dessutom kan den säkerligen bättre koppla stadsutvecklingspolitiken med mobilitetsplanering genom att visa var man kan utveckla bostäder, skolor etc. för att främja hållbara transportsätt.

Kapitel 3 - Praktiska aktiviteter

Detta kapitel kommer att innehålla praktiska aktiviteter som syftar till att omsätta och experimentera med de färdigheter som introducerats. De föreslagna aktiviteterna gör att du kan vara en aktiv del av förändringen och praktiskt bidra till omvandlingen mot mer hållbara städer.

3.1. Praktisk aktivitet 1. Brainstorming om delad mobilitet

Aktivitetens namn: Diskutera delad mobilitet

Tid: 30 min

Antal deltagare: Ingen begränsning av deltagare.

Material som behövs: Penna, ark och blädderblock

Mål:

- Att öka medvetenheten bland deltagarna om den plats delad mobilitet kan ha i sin dagliga framtid enligt deras vision
- Att skapa alternativa scenarier för att främja hållbara mobilitetssätt

Instruktioner steg för steg:

- **Steg 1: Visualisera din idé om delad mobilitet**

I den första aktiviteten ombads deltagarna att rita eller skriva hur de ser sig själva i framtiden bland framväxande teknologier för delad mobilitet. Deltagarna bör arbeta på klisterlappar som kommer att fästas på väggarna så att deltagarna kan diskutera tillsammans.

- **Steg 2: Brainstorma om kollektiva idéer om delad mobilitet**

Deltagarna måste brainstorma några frågor och behov av framtiden för delad mobilitet i sitt distrikt/stad. Vi bad grupperna att sammanfatta huvudpunkterna i deras diskussion på stora lappar som vi fäste på väggarna. Vi bad dem också välja en gruppleadare för att presentera sin grupps idéer för alla deltagare. Denna verksamhet måste ta hänsyn till både kortsiktiga och långsiktiga perspektiv.

Tips och diskussion: Huvudmålet med denna aktivitet är att sätta deltagarna i en position att tänka på sin personliga vision om delad mobilitet i nuet och i framtiden. Efter att ha läst modulen kan de tillämpa den kunskap som förvärvats i sitt urbana sammanhang, och försöka kritiskt bedöma de praktiska fördelarna med delad mobilitet i förhållande till individuella och kollektiva behov.

Bedömning: Ett bedömningsformulär kommer att delas ut med syftet att objektivt mäta workshopmomentens framgång är målet. Genom en bedömning av aktiviteternas nytta och innehållets relevans betygsätter undersökningen engagemangssessionernas utformning. Tre öppna frågor avrundade undersökningen och gav respondenterna chansen att dela sina tankar om sessionerna, inklusive vad de tyckte om och inte tyckte om.



3.2. Praktisk aktivitet 2. Kartlägga rörelsesätten med kollektivtrafik och delad mobilitet i staden

Verksamhetens namn: Kartläggning av kollektivtrafik och delad mobilitet.

Tid: 2h.

Antal deltagare: Ingen begränsning av deltagare.

Material som behövs: Mobiltelefon med Google Maps installerat, användning av Google transit för att genomföra aktiviteten.

Mål:

- För att skapa en karta med kollektivtrafik och delade mobilitetssätt i din stad.
- Att öka medvetenheten om alternativa rörlighetsmetoder snarare än privata bilar.

Teori: Att skapa en karta över kollektivtrafik och delad mobilitet kan vara ett kraftfullt verktyg för samhällsengagemang och stadsplanering. Det låter människor bidra med sina insikter och hjälper till att skapa en heltäckande bild av transportlandskapet. Denna aktivitet kan ge dig möjlighet att återupptäcka de alternativa transportsätt som finns i din stad och, efter att ha förstått de viktigaste fördelarna med att använda kollektivtrafik och delad mobilitet, sätta dig i stånd att överväga dessa hållbara alternativ.

Instruktioner steg för steg:

- **Steg 1: Skapa ett Google-konto**

Om du inte redan har ett, skapa ett Google-konto. Detta ger dig tillgång till Google My Maps.

- **Steg 2: Öppna Google Maps**

Gå till Google Mina kartor och logga in med ditt Google-konto.

- **Steg 3: Skapa en ny karta**

Klicka på knappen "Skapa en ny karta". Du kommer att dirigeras till kartredigeringsgränssnittet.

- **Steg 4: Namnge din karta**

Klicka på den namnlösa kartan i det övre vänstra hörnet och ge din karta ett beskrivande namn.

- **Steg 5: Lägg till en titel och beskrivning**

Klicka på "Untitled layer" i den vänstra panelen och lägg till en titel och beskrivning för din karta. Detta kan innefatta information om syftet med kartan och instruktioner för bidragsgivare.

- **Steg 6: Lägg till markörer för kollektivtrafik och delad mobilitetspoäng**

Klicka på ikonen "Lägg till markör" i verktygsfältet.

Klicka på platsen på kartan där du vill lägga till en markör.

En ruta visas där du kan lägga till detaljer som namnet på platsen, typen av kollektivtrafik eller delad mobilitetstjänst och eventuell ytterligare information.

- **Steg 7: Anpassa markörikoner och färger**

Du kan anpassa markörerna för att skilja mellan olika typer av transporter. Högerklicka på en markör, välj "Ändra ikon" och välj en ikon som representerar transportsättet. Du kan också ändra färgen på markören.

- **Steg 8: Lägg till linjer och former**

Om du vill markera rutter eller specifika områden, använd verktygen "Rita en linje" eller "Rita en form". Detta kan vara användbart för att visa upp kollektivtrafikvägar eller delade mobilitetszoner.

- **Steg 9: Dela din karta**

När din karta är klar, klicka på knappen "Dela" i det övre vänstra hörnet. Välj delningsinställningar, oavsett om de är offentliga, privata eller begränsade till specifika personer. Kopiera länken för att dela med andra.

- **Steg 10: Marknadsför och samla in bidrag**

Dela länken till din karta genom olika kanaler och uppmuntra medlemmar i communityn att bidra. Du kan dela det på sociala medier, gemenskapsforum, universitetswebbplatser eller andra relevanta plattformar.

- **Steg 11: Moderera och uppdatera**

Kontrollera regelbundet kartan för nya bidrag och moderera innehåll för att säkerställa korrektheten. Uppdatera kartan efter behov för att återspegla förändringar i kollektivtrafiken eller delad mobilitet.

- **Steg 12: Analysera data**

Granska data som samlats in på kartan. Identifiera mönster, populära rutter och områden med högt eller lågt engagemang. Denna analys kan informera framtida beslut om kollektivtrafik och förbättringar av delad mobilitet.

- **Steg 13: Engagera intressenter**

Dela insikterna med relevanta intressenter, såsom lokala transportmyndigheter eller samhällsledare. Samarbeta med dem för att implementera förändringar eller förbättringar baserat på insamlad data.

Tips och diskussion:

Tänk på den resa du brukar göra för att gå till universitetet eller för att nå platsen där du idrottar och hur du tar dig dit.

- Hur ofta tänker du på hållbarheten i din resa?
- Vet du om det finns kollektivtrafik eller delad mobilitet som är bekvämare än bilen?
- Baserat på kartan du skapade, tror du att det finns mer bekväma rörelsesätt för dig i din stad?

Tänk på möjligheten att ändra dina rörlighetsvanor, om du inte redan använder alternativa transportsätt.

Utvärdering:

Den slutliga utvärderingen av aktiviteten består av ett frågeformulär som ska göras i slutet av sessionen. Frågeformuläret är användbart för att ge generell feedback om aktiviteten enligt deltagarna: vad de lärt sig och om aktiviteten bidrar till att öka medvetenheten om alternativa transportsätt eller någon annan kommentar. Utbildare bör förbereda det här frågeformuläret i förväg (med antingen ett onlineverktyg som Google Forms eller förbereda det i en tryckt version).

3.3. Praktisk aktivitet 3. Att förespråka hållbara planer för rörlighet i städer

Aktivitetens namn: Kampanjer för grön mobilitet.

Tid: 2h.

Antal deltagare: Inga begränsningar

Material som behövs: Självutvärderingsverktyg, lakan, penna, bärbar dator

Mål:

- Att öka medvetenheten om gränserna för Sustainable Urban Mobility Plans (SUMS) genom SUMP Self-Assessment Tool;
- Att bidra till redigeringen av effektiva förslag på lokal nivå;
- Att utarbeta en informationskampanj baserad på undersökningens huvudresultat.

Teori:

I allmänhet är de mest populära metoderna för att öka medvetenheten:

- produktion av utbildningsresurser såsom rapporter, studier och infografik;
- deltagande i evenemang såsom tematiska diskussioner, rundabordssamtal, seminarier, webbseminarier, workshops, konferenser, debatter, valvaker, utställningar och demonstrationer;

- produktion av audiovisuellt material såsom tv, video och dokumentärfilm;
- användningen av internet, inklusive onlineforum, framställningar, grupper och interaktiva webbplatser, såväl som sociala medieplattformar som Facebook, Twitter och Instagram;
- använda trådlös kommunikation som mobiltelefoner och textmeddelanden, som är värdefulla för människor som lever i samhällen där informations- och föreningsfriheten är begränsad;
- engagera media genom pressmeddelanden, genomgångar, tidningsartiklar och åsiktsartiklar, och genomföra mediekampanjer;
- nätverk (online och offline) inklusive att skapa och underhålla ett nätverk av kontakter för att dela och sprida information för att skapa medvetenhet kring det specifika ämnet.

Instruktioner steg för steg:

- **Steg 1: Introducera SUMP Self Assessment Tool**

(<https://www.sump-assessment.eu/English/questions/PlanningContext>)

SUMP Self Assessment är ett instrument som kan användas för att utvärdera planeringsaktiviteter i allmänhet såväl som kvaliteten på en specifik strategisk mobilitetsplan, utvecklad av European Platform on Sustainable Mobility Plan. Detta gör det fördelaktigt i alla stadier av planeringsprocessen, som att bedöma vad som ska förbättras när man startar en SUMP, att justera åtgärder under hela processen eller att bedöma plankvaliteten när man slutför eller har slutfört en SUMP. Det

finns justerade uppsättningar av frågor beroende på din planeringskontext och önskan att ta fram en bedömning som passar ditt scenario.

SUMP-självutvärderingen består av åtta avsnitt som är direkt relaterade till SUMP-principerna och ungefär följer ordningen för en planeringsprocess.

- **Steg 2: Utvärdera din egen SUMP**

Genom att sammanställa SUMP Self-Assessment-verktyget kommer du att kunna förstå huvudproblemet relaterat till din mobilitetskontext, med fokus på de huvudsakliga mobilitetsutmaningarna som din stad för närvarande står inför.

- **Steg 3: Redovisa utmaningar i mobilitetsanspråk**

Förklara vad en medvetandehöjande kampanj är:

- *En medvetandehöjande kampanj är en process som syftar till att informera och utbilda människor om ett ämne eller en fråga med avsikten att påverka deras attityder, beteenden och övertygelser för att uppnå ett definierat syfte eller mål.*

Be dem skapa en plan/presentation för en medvetandehöjande kampanj om mobilitetsstrategin i deras stad.

Deltagarna bör reflektera över:

- mål eller problem som ska åtgärdas – det långsiktiga resultatet du vill uppnå och/eller problemet du vill ta itu med;
- mål – de kortsiktiga resultat de vill uppnå;
- målgrupper – de relevanta grupperna eller individerna som de vill rikta in sig på med sina budskap;
- budskap – den information de vill förmedla för att öka medvetenheten och för att göra känslighet för ämnet;
- metoder och taktik för att öka medvetenheten – överväg de mest effektiva metoderna eller verktygen för att leverera budskap till målgruppen/målgruppen. t.ex.: radio, tv, video, film, internet, sociala medier, mobiltelefoner, tidningar, nyhetsbrev, flygblad och affischkampanjer;
- Planen för deras medvetenhetskampanj kan visualiseras på en PowerPoint-presentation eller ett blädderblock, varför du bestämmer dig för att vända dig till den specifika målgruppen eller varför du tror att kanalen/verktygen de valt för sin medvetenhetskampanj är mer lämpliga än andra.

Tips och diskussion:

Att identifiera de individer eller grupper till vilka medvetenhetskampanjen ska riktas är av största vikt. Målgrupper kan vara barn, föräldrar, pedagoger, lärare, politiska och juridiska intressenter, media och allmänheten.

När den väl har identifierats kan det vara möjligt att kartlägga eller bedöma målgruppens initiala medvetenhetsnivå genom små fokusgrupper. Resultaten av bedömningen kan användas för att skraddarsy kampanjen för att öka medvetenheten och dess budskap på lämpligt sätt och för att utvärdera kampanjens inverkan i framtiden.

Nyckelbudskapen för målgruppen bör vara tydliga, koncisa, konsekventa, övertygande och enkla, vilket bidrar till att säkerställa att de blir minnesvärda för målgruppen. Vid framtagandet av nyckelbudskap föreslås att man forskar om hur en viss målgrupp bildar åsikter och vem eller vad som påverkar dem. Till exempel, om en informationskampanj om informerad användning av sociala medier riktar sig till tonåringar mellan 13 och 17 år kommer det inte att vara fördelaktigt att genomföra kampanjen genom pressmeddelanden eller tidningar, men det kommer att vara mer användbart att sprida kampanjen via sociala medier. media.

Det kan vara användbart att visa dem ett exempel på en kampanj för att öka medvetenheten om ämnet. Vi föreslår att du använder [CONNECT project campaigns](#), men du kan använda alla exempel som du kan hitta på lokal eller nationell nivå.

Utvärdering:

Den slutliga utvärderingen av aktiviteten består av ett frågeformulär som ska göras i slutet av sessionen. Enkäten är användbar för att ge generell feedback om aktiviteten enligt deltagarna: vad de lärt sig och om de förstått hur medborgarmedverkan kan bidra till den allmänna planering som görs av lokala myndigheter.

Enkäten kommer att delas upp i 4 olika sektioner där deltagarna fritt kommer att kunna svara som de föredrar (öppet svar, punkter...), och uttrycka sin åsikt om styrkor och svagheter med innehåll och tränare.

Utbildare bör förbereda det här frågeformuläret i förväg (med antingen ett onlineverktyg som Google Forms eller förbereda det i en tryckt version).



GREENMOBILITY

Lifelong Learning on sustainable urban mobility