



# YOU PART

Engage. Connect. Empower

## LOKALNE AKCIJE ZA GLOBALNE SPREMEMBE

**DEJSTVA**

**CILJI**

**TEME**

**MATERIALI**

**NAVODILA**

**DODATNE INFORMACIJE**

# LOKALNE AKCIJE ZA GLOBALNE SPREMEMBE

## DEJSTVA

**Starost** udeležencev: 15+

**Število** udeležencev: 4-20

**Trajanje:** 240+ minut (vikend delavnica workshop ali 4-8 krajših delavnic s kombiniranjem nekaterih korakov)

## CILJI

Glavni cilj te aktivnosti je mlade podpreti pri načrtovanju in izvajanju lokalnih projektov v njihovih skupnostih. Najprej bodo razmislili, kateri globalni izzivi so zanje pomembni in kaj bi radi spremenili v svojem okolju. Nato bodo korak za korakom pripravili načrt za organizacijo in izvedbo lokalne akcije.

Te smernice so namenjene podpori mladim pri izvajanju lokalnih akcij v živo. Cilj je tudi spodbuditi mlade k sodelovanju, druženju (v živo) in tako okrepiti njihove socialne veščine z organizacijo in izvedbo akcije.

## TEME

Vse teme, ki so pomembne za udeležence. *NASVET: Teme, povezane s cilji trajnostnega razvoja (SDG).*

Naš svet je vedno bolj povezan. Nekateri pravijo, da svet postaja globalna vas. Toda, kaj to v resnici pomeni? Da bi mlade spodbudili k idejam, jih prosite, naj pomislijo, kolikokrat so pojedli košček čokolade. Ali se na primer kdaj vprašajo, kje raste kakav, ki je glavna sestavina čokolade, kdo ga je pridelal in pod kakšnimi pogoji, koliko so delavci plačani za celodnevno delo na plantaži, kakšen vpliv ima pridelava kakava na okolje, v katerem uspeva, kje je čokolada izdelana, kakšno pot je morala prepotovati, da je prišla v njihove roke? Podobna vprašanja bi lahko postavili o vseh stvareh, ki jih uporabljamo. Seveda nimamo časa, da bi raziskovali ozadje vseh stvari, ki nas obkrožajo od jutra do večera. Pomembno pa je, da se zavedamo, kako vsak od nas vpliva na ljudi in okolje, ter se hkrati vprašamo, kaj se nam ne zdi prav in kaj bi lahko vsak od nas storil drugače, da bi na svoj način prispeval k spremembam za boljši svet.

Kot je dejala Vanessa Andreotti, "smo vsi del problema in del rešitve" (Soft versus critical global citizenship education, 2006). Pomembno je, da se z mladimi pogovarjamo o tem, kaj bi radi spremenili - doma, v šoli, v lokalni skupnosti, v svoji državi ali v svetu. Ukrepanje pomeni uvajanje sprememb, ki jih želijo doseči. To je lahko akcija za zmanjšanje uporabe plastenk v šoli, izmenjava rabljenih oblačil, akcija pisanja pisem političnim odločevalcem, aktivnost, ki jo organizirajo za begunske otroke, promocija pravične trgovine, aktivnost za ozaveščanje o podnebnih spremembah in tako naprej. Pomembno je, da pri organizaciji aktivnosti razmišljate čim širše, saj vsaka vaša odločitev in vsako vaše dejanje vplivata na številne ljudi in okolje, tako v vaši neposredni okolici kot po svetu. Mladi lahko akcijo organizirajo sami ali skupaj z drugimi - s sošolci, s prijatelji, z družinskimi člani ali s kom drugim, ki je pripravljen prispevati k pozitivnim družbenim spremembam.

## **MATERIALI**

**Delavnica:** barvni flomastri, papir (A4), plakati, lepilni trak, računalnik

**Drugi materiali in oprema:** odvisno od tega, kaj bodo udeleženci potrebovali za izvedbo akcije.

## **NAVODILA**

### **Korak 1 – Katero težavo želijo mladi rešiti?**

Prvi korak pri načrtovanju lokalne akcije je ugotoviti, kaj je za mlade resnično pomembno in zakaj bi to lahko bilo pomembno tudi za druge. Kaj se jim v svetu ne zdi prav, kaj jih žalosti ali jezi in kaj želijo spremeniti? Nato naj razmislijo, kaj lahko storijo in kako lahko to uresničijo.

Udeležence prosite, naj razmislijo, kaj dejansko vedo o globalnem problemu ali izzivu, ki ga želijo obravnavati. Če bodo v okviru svoje akcije predstavili dejstva ali statistične podatke, se morajo najprej prepričati, da so ta dejstva resnična in aktualna ter da prihajajo iz zanesljivih virov.

Udeleženci naj pri raziskovanju ozadja izbrane teme uporabijo čim več različnih virov. Veliko informacij je mogoče najti na internetu, vendar udeležence spomnite, naj ne pozabijo na časopise, revije, knjige in druge vire, do katerih lahko dostopajo v šoli, knjižnici ali doma. Če ne vedo, kje je najboljši kraj za iskanje potrebnih informacij, lahko vprašajo vas in vaše kolege.

## **Korak 2 – Kako predstaviti idejo?**

Udeležencem razložite, da je pomembno razmisliti o tem, kdo lahko dejansko prispeva k spremembam, ki jih želijo doseči, preden se odločijo svojo idejo predstaviti drugim. Odgovor na to vprašanje bo vplival na to, komu bodo predstavili svojo idejo in kako jo bodo predstavili. Udeleženci naj se zavedajo, da je pri predstavitvi ideje pomembno, da jo predstavijo hitro in jasno. Vedno morajo imeti v mislih dve stvari: Kaj je problem? Kaj želim spremeniti? Opomnite jih, da o problemu že vedo veliko več kot drugi, ki morda sploh ne vedo, da problem obstaja. Zato naj bo njihovo sporočilo kratko, jasno in zanimivo!

## **Korak 3 – Kako sestaviti ekipo?**

Obstaja veliko nevladnih organizacij, ki se ukvarjajo z različnimi področji in medse sprejemajo aktiviste in prostovoljce. Prednost teh organizacij je, da imajo veliko znanja o tem, kako izvajati različne akcije - na spletu in v živo: od spletnih peticij in posameznih dogodkov do organizacije velikih demonstracij in dolgoročnih kampanj. Če pa so mladi zainteresirani, da določeno aktivnost organizirajo sami po principu »naredi sam«, bodo zanje verjetno prva kontaktna točka mladinski center in mladinski delavci.

Udeležence prosite, naj sestavijo seznam ljudi, ki bi jim lahko predstavili svoje sporočilo, in razmislijo o najboljšem načinu, kako bi to storili. Na primer: sodelavci, sošolci, prijatelji, starši ali skrbniki, sosedje, učitelji, člani lokalne skupnosti itd. Razmislijo naj o vseh, ki bi jim lahko pomagali ali bili celo del njihove ekipe: v mladinskem centru, v šoli, doma ali v lokalni skupnosti. To je lahko nekdo, ki je ustvarjalen in umetniški, komunikativen in vpliven, ki lahko hitro razširi sporočilo ali poskrbi za njegovo večjo prepoznavnost, ki želi nekaj spremeniti in se čuti osebno povezan z obravnavano temo. Udeleženci se morajo prepričati, da je njihovo sporočilo jasno, preden povabijo druge k sodelovanju ali jih prosijo za pomoč. Tako jih boste lažje motivirali za sodelovanje.

## **Korak 4 – Kako razviti idejo?**

Ko imajo udeleženci jasno sporočilo in vedo, komu in kako ga želijo posredovati (na zabaven ali resen način), morajo razmisliti, kako lahko to storijo. Pri tem morajo seveda upoštevati svoje organizacijske in finančne zmogljivosti. Tukaj je nekaj predlogov za predstavitev njihovih idej, vendar jih povabite, da na seznam dodajo svoje zamisli: plakati, peticija, tekmovanje, ulična akcija ("flash mob"), gledališka igra, članek, video, umetniška razstava itd.

Pri izbiri načina naj razmislijo o tem, kakšen bi bil najprimernejši način za predstavitev ideje določeni ciljni skupini. Če želijo svoje sporočilo posredovati različnim skupinam ljudi, lahko uporabijo več različnih pristopov. Ne glede na to, kateri način se jim zdi najboljši, se morajo zavedati, da je pomembno doseči čim več ljudi. Na primer, videoposnetek je lahko videti odlično, če se razširi po spletu, sporočilo na plakatu pa lahko doseže več ljudi, če ga postavite na vidno mesto!

## **Korak 5 – Udeleženci morajo biti realistični!**

Ko udeleženci zberejo ideje za svoje akcije, jih prosite, naj si vzamejo nekaj časa in razmislijo, kaj je realno storiti. Upoštevati morajo, da ne morejo spremeniti sveta, lahko pa spremenijo nepravilne ali netrajnostne prakse v svoji lokalni skupnosti. Podprite jih, da razmišljajo čim širše, a tudi čim bolj realistično!

*Kdaj in kako lahko mladi dejansko organizirajo akcijo?* Upoštevati morajo svoj urnik in morebitne obveznosti, ki jih imajo. Opomnite jih, naj razmislijo o vseh stvareh, ki jih bodo potrebovali: primeren prostor (v zaprtih prostorih ali na prostem), material (npr. prenosni glasbeni sistem z zvočniki in mikrofoni, električna stojala, avto, kolesa itd.), storitve, ki bi bile potrebne za dogodek (npr. uradna registracija dogodka, oblikovanje, tisk, prevoz), ljudi, ki jih potrebujejo v svoji ekipi, itd.

*Koliko denarja bodo potrebovali za organizacijo akcije?* Podprite mlade pri jasnem izračunu vseh stroškov in jih prosite, naj razmislijo, ali si to lahko privoščijo.

Če vas niso vprašali že prej, je pravi čas, da udeležencem pojasnite, kakšno podporo jim lahko zagotovijo mladinski center in mladinski delavci: osebje, oprema, prostori, različni pripomočki, finančna sredstva za akcijo, podpora pri upravnih zadevah (npr. dogodek na javnem prostoru je treba prijaviti pri pristojnem mestnem organu) in mreženju (npr. vzpostavljeni stiki z ustreznimi organizacijami in lokalnimi organi).

## **Korak 6 – Ali so potrebne spremembe?**

Ko imajo udeleženci pred seboj celoten seznam, jih prosite, naj si ga še enkrat ogledajo in razmislijo o morebitnih spremembah: *Ali imajo dovolj časa, da organizirajo svoje akcije?* Razmislijo naj, kako bi lahko zmanjšali ocenjene stroške. *Ali si lahko nekatere stvari, ki jih potrebujejo, namesto da bi jih kupili, izposodijo ali najamejo, ali jih celo sami naredijo (npr. stojala za plakate)? Se lahko na občini dogovorijo za nižjo ceno ali brezplačen najem stojnice? Ali lahko v svojo ekipo povabijo še koga, ki ima potrebna znanja in spretnosti za izvedbo akcije?* Izračunati morajo tudi stroške praznovanja po uspešno izvedeni akciji - isti ali naslednji dan/konec tedna (npr. denar za prigrizke, vstopnice za koncert ali kino, pristojbino za lokacijo in/ali didžeje itd.)

Razmisliti morajo tudi o tem, kaj bi lahko šlo pri dogodku narobe (slabo vreme, negativni odzivi občinstva itd.). *Ali načeloma obstaja kakšna možnost, da bi akcijo preložili?* Opomnite jih, da dobra akcija zahteva potrpežljivost in prilagodljivost ter da je včasih treba sprejeti kompromise. Pa tudi, da ne smejo pozabiti, da je, če verjamejo v svojo zamisel in se resnično potrudijo, mogoče marsikaj!

## **Korak 7 – Kako pripraviti akcijski načrt**

V naslednjem koraku morate udeležencem pomagati pri pripravi akcijskega načrta, ki jim bo omogočil dobro izvajanje akcij. V akcijskem načrtu mora biti jasno navedeno, kdo bo kaj naredil, kdaj bo to naredil in kdo je za kaj odgovoren. Vključevati mora tudi podroben časovni načrt, v katerem so navedene vse naloge in odgovorne osebe.

Urnik mora biti dostopen celotni ekipi, tako da lahko vsakdo kadar koli preveri, kaj in kdaj se nekaj dogaja. Da bi zagotovili, da se vsi člani skupine držijo akcijskega načrta in sledijo ciljem, morajo udeleženci redno spremljati akcijski načrt. Če se izkaže, da je treba njihov akcijski načrt prilagoditi, morajo o spremembah vnaprej obvestiti celotno ekipo.

## **Korak 8 – Spremljajte in razširjajte informacije!**

Udeležencem razložite, kako pomembno je dokumentirati potek akcije, in jim predstavite, kako lahko zbirajo različne oblike dokazov. Vsi dokazi o akciji bodo pozneje zabaven spomin na to, kako je vse potekalo in kdo je sodeloval pri pripravi in izvedbi. Pri zbiranju dokazov (fotografij, videoposnetkov, anket itd.) naj imajo udeleženci v mislih, da jih bodo pozneje morda delili z drugimi (npr. na družbenih omrežjih, v časopisu, na radiu, v svojem mladinskem centru ali lokalni skupnosti).

## **Korak 9 – Dan za akcijo!**

When the day comes to carry out the action, remind participants to start it with a short logistical meeting of everyone involved to remember what their tasks are and when things need to be done. If they have forgotten something, now is the time to sort it out! During the action itself, they should be relaxed and have fun, keeping in mind what their main purpose is. If they have a question or an idea in the meantime, they should write it down. Support participants to get the word out to as many people as possible. Remind them to take photos and/or videos and share them on their social media channels (Instagram, Facebook, TikTok etc.) during and after the action.

Podprite udeležence, da bodo o dogodku lahko obvestili čim več ljudi. Opomnite jih, naj med akcijo in po njej posnamejo fotografije in/ali videoposnetke ter jih delijo na svojih družbenih medijih (Instagram, Facebook, TikTok, spletna stran mladinskega centra itd.).

## Korak 10 – Čas za zabavo!

Na koncu udeležence opomnite, da je treba uspeh vedno proslaviti skupaj z vsemi, ki so pomagali pri organizaciji akcije. Zabavo lahko organizirate isti dan po koncu akcije ali kasneje. Udeleženci naj se ne pozabijo zahvaliti vsem, ki so kakor koli prispevali k pripravi in izvedbi akcije, tudi če je bila njihova vloga majhna. Vnaprej naj se dogovorijo, kje in kako bodo proslavili uspeh, da bodo vsi pravočasno prejeli vabilo. Pomembno je, da se zberete in se zabavate!

## Korak 11 – Ocenjevanje

Nekaj časa namenite ocenjevanju in udeležence podprite pri razmišljanju o tem, kako dobro je bila njihova akcija organizirana, kako bi jo lahko izboljšali in se pogovorite o idejah za prihodnje akcije.

Tukaj je nekaj vprašanj, ki vam lahko pomagajo pri vrednotenju:

*Ali ste se držali akcijskega načrta, ali ste ga spremenili?*

- *Ali je šlo kaj narobe?*
- *Kaj bi lahko naredili bolje? Kaj bi lahko naredili drugače?*
- *Kako ste sodelovali kot ekipa? Kako ste reševali napetosti, če so se pojavile? Kako se je odzvala vaša glavna publika?*
- *Koliko ljudi je doseglo vaše sporočilo?*
- *Ali bi lahko dogajanje predstavili drugače?*
- *Kaj je ste naučili med pripravo in izvedbo akcije?*
- *Ali ima kdo kakšno idejo za novo akcijo?*
- 

## DODATNE INFORMACIJE ZA MODERATORJE

Moderator lahko načrtuje celodnevno delavnico ali jo razdeli na krajše sklope (v primeru, da obstaja skupina mladih, ki bi se udeležila vseh sklopov).

Če je skupina večja, lahko moderator prosi udeležence, da oblikujejo nekaj manjših skupin po 4-5 oseb, vsaka skupina pa nato razmišlja o ideji za svojo akcijo.

V prvem koraku lahko moderator na kratko predstavi cilje trajnostnega razvoja ter udeležence pozove, da razmislijo o globalnih problemih, ki jih cilji naslavljajo – na ta način morda dobijo idejo, kater problem bi radi naslovili.



# YOU PART

Engage. Connect. Empower.

## PROJECT PARTNERS



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union.

This publication was developed with the financial support of the European Union under the Erasmus+ Programme. Its contents are the sole responsibility of the project partners of YOUPART and do not necessarily reflect the views of the European Union. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.