



COMMUNITY CHALLENGERS

KOMPLET ALATA ZA MAPIRANJE ZAJEDNICE



REZULTATI ISTRAŽIVANJA - DEO 2

OVAJ KOMPLET JE OBJAVLJEN KAO DRUGI DEO PROJEKTA COMMUNITY CHALLENGERS, KOGA FINANSIRA ERAZMUS+ PROGRAM EVROPSKE UNIJE.

KOMPLET JE DIZAJNIRAN NA JEZIKU KOJI JE PRILAGOĐEN MLADIMA. PRVI DEO JE ZA OFF-LINE RAD I SADRŽI ISKUSTVENE I PARTICIPATIVNE METODE ANALIZE ZAJEDNICE. DRUGI DEO JE ON-LINE I SADRŽI VODIČ KORAK PO KORAK KAKO DA SE DIGITALIZUJU MAPE ZAJEDNICE KOJE IZRAĐUJU MLADI KORISTEĆI ALATE ZA DIGITALNO MAPIRANJE, POSEBNO BESPLATNI SOFTVER MIRO.

PRIRUČNIK JE DOSTUPAN U PDF-U I ON-LINE VERZIJI SA INTERAKTIVNIM FUNKCIJAMA GDE KORISNICI MOGU DA OSTAVE KOMENTARE I POVRATNE INFORMACIJE.

KOMPLET JE DOSTUPAN NA ŠEST JEZIKA: ENGLISKOM, ITALIJANSKOM, PORTUGALSKOM, SRPSKOM, HRVATSKOM I LETONSKOM.

© OBJAVLJENO 12/2021



SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| UVOD | 01 |
| PRVI DEO. METODE ANALIZE ZAJEDNICE | 03 |
| 1. Mapa zajednice | 03 |
| 1.1 Šta je mapa zajednice? | 03 |
| 1.2 Uspostavite svoju zajednicu | 04 |
| 1.3 Opišite svoju zajednicu | 06 |
| 2. PRISTUP MAPIRANJU ZAJEDNICE | 11 |
| 2.1 Mapiranje sredstava zajednice | 12 |
| 2.2 Grafički prikaz problema i rešenja | 16 |
| 2.3 Strategije održivosti kao istraživanje tržišta | 18 |
| 2.4 Skeniranje medija životne sredine | 19 |
| 2.5 SWOT Analiza | 21 |
| 3. VEŽBE MOBILIZACIJE ZAJEDNICE | 24 |
| 3.1 Vežbe sa najmanjom količinom potrebnih resursa | 25 |
| 3.2 Vežbe sa srednjom količinom potrebnih resursa | 31 |
| 3.3 Vežbe sa najvećom količinom potrebnih resursa | 38 |
| 4. DODATNI IZVORI I KORISNI LINKOVI | 45 |
| DRUGI DEO: DIGITALNE MAPE ZAJEDNICE NA MREŽI | 46 |
| 5. SOFTVER: MIRO | 47 |
| 6. KLJUČNE KARAKTERISTIKE DIGITALNIH MAPA COMMUNITY CHALLENGERS-A | 49 |
| 7. TEHNIČKI ASPEKTI MIRO-A | 51 |
| 8. KAKO NAPRAVITI SVOJU DIGITALNU MAPU ZAJEDNICE U MIRO-U | 52 |



UVOD

O PROJEKTU

The Community Challengers projekat ima za cilj da osnaži mlade ljude sa alatima za preduzimanje i razmišljanje o klimatskim merama i mobiliše zajednice inovativnim i privlačnim merama. Projekat je razvio je konzorcijum od 7 partnera iz Belgije, Hrvatske, Nemačke, Italije, Letonije, Portugala i Srbije sa komplementarnom ekspertizom iz oblasti ekološkog obrazovanja, osnaživanja mladih, umetnosti, zastupanja i preduzetništva. Projekat traje dve godine (01/2021-12/2022).

Ovaj projekat je zasnovan na modelu učenja koji kombinuje obrazovanje, umetnost i socijalno preduzetništvo i na taj način cilja na intelektualni i emocionalni nivo. Model učenja koji se koristi se zasniva na 4 koraka: učenje, analiza, kreiranje, zastupanje (Learn, Analyse, Create, Advocate, u daljem tekstu LACA). Ova metoda omogućava mladim ljudima da nauče o klimatskim promenama; analiziraju svoju zajednicu sa stanovišta održivosti; stvaraju viziju za budućnost u kombinaciji sa alatima za preduzetništvo i da se zalažu se za promene. Ovim koracima modela odgovaraju i četiri rezultata – kompaktno znanje o ključnim činjenicama i brojkama u oblasti životne sredine prilagođeno mladima i dostupno u različitim formatima: kao priručnik, komplet alata za mapiranje, uputstva i inspiracija za umetničko stvaranje kao i video tutorijali.

1. Nauči – Priručnik o klimatskim akcijama i održivosti (O1)
2. Analiziraj – Komplet alata za mapiranje zajednice (O2)
3. Kreiraj – Vodič za korisnike projekata “The Community Challengers” (O3)
4. Zastupaj – Vodiči za zastupanje (O4).

Ove rezultate će razviti i testirati svi partneri na projektu u svojim zemljama (Portugal, Italija, Srbija, Hrvatska i Letonija). Obraćanje ka mladima (oni su ciljna grupa projekta) prati će testiranje, prisustvovati radionicama i davati svoje povratne informacije kako bi rezultati bili precizno podešeni i potvrđeni.

O KOMPLETU

Komplet za mapiranje zajednice je drugi naučni rezultat projekta i drugi korak gore opisanog LACA modela u 4 koraka (ANALIZA). Cilj ovog kompleta alata je da spoji off-line istraživanje, mapiranje, analizu i razmišljanje u zajednici sa on-line alatom za mapiranje; da se identifikuju sva ekološka i klimatska pitanja, kao i resursi, ključni akteri, inicijative i potencijalna rešenja, da se omogući diskusija i debata o različitim perspektivama u grupama; kao i to da se digitalizuje i dalje razvija IEPP-ova analiza situacije kako bi postao inovativan, sofisticiran alat za mapiranje zasnovan na akciji i viziji koji odražava postojeće potrebe mladih ljudi.

Očekuje se da mladi analiziraju svoju zajednicu u vezi sa pitanjima životne sredine i klime, kao što su sekundarna i primarna istraživanja, foto safari, intervjui sa stejkholderima kao i kreiraju mapu svoje zajednice otvorenog koda koja se može menjati i dalje lako razvijati. Takođe, očekuje se da mladi koriste ove alate da vode grupu mladih ljudi kroz off-line proces istraživanja, sastanaka, diskusija kao i on-line kreiranja digitalnih mapa zajednice.

Akteri zajednice i lokalni kreatori politike učestvovali bi u procesu izrade mapa zajednica koje bi odražavale perspektive i brige mladih ljudi i građana kao i uključivanje njihovih vizija i rešenja u vidu ideja, projekata, društvenih preduzeća i drugih predloženih mera.

PRVI DEO. METODE ANALIZE ZAJEDNICE

MAPA ZAJEDNICE

1.1. ŠTA JE MAPA ZAJEDNICE?

Mapa zajednice je alat koji analizira zajednicu u smislu mogućnosti intervencije na datom problemu i prikazuje je u jasnoj i lako deljivoj slici, naglašavajući njegovo poreklo, uticaj na živote stanovnika, moguće uzroke i aktivnosti ili ponašanja koja su već prisutna u ciljnoj zajednici koji sadrže klicu strategija za njihovo rešavanje.

Termin "mapa" se odnosi i na geografsku kartu kao alat kao i na konceptualnu kartu. To je zato što ispitivanje zajednice postaje šema odnosa, uzroka i efekata na geografskom nivou i na konceptualnom nivou.

1.2 USPOSTAVITE SVOJU ZAJEDNICU

Da bi kreirali mapu koja predstavlja temu održivosti životne sredine, mladi ljudi koji nameravaju da koriste ovaj alat treba da razgovaraju i da se dogovore o osnovama svoje zajednice. Demografske karakteristike, društveni razvoj ili izazovi kao i raznolikost stanovništva su glavne karakteristike koje čine jednu zajednicu. Budući da su deo više zajednica, gradeći grad kao celinu, određene socio-ekonomske karakteristike mogu se odnositi i na ceo grad gde žive. Međutim, njihov identitet kao grupe je najverovatnije povezan sa njihovim neposrednim susedstvom; isto tako, mladi ljudi u malom gradu mogu verovati da ono što primećuju u njihovoj zajednici važi i za susedne gradove.

Prvi korak u kreiranju mape je da zamolite mlade da razmišljaju o pitanjima životne sredine koja poznaju i da posmatraju svet oko sebe u svakodnevnom životu. Na osnovu izgleda i uobičajenosti ovih pitanja, mladi biraju razmeru svoje karte. Ovo razmišljanje se može obaviti tako što ćete ih zamoliti da sednu u krug, da saberu svoje misli izgovarajući ih jednu po jednu i da ukažu na ekološki problem koji znaju. Ove ideje i misli mogu biti napisane i stavljene na tablu. Kao vodič, trener može dati listu ekoloških problema navedenih u priručniku projekta Community Challengers. Mogu se koristiti kao polazna tačka i kao verifikacija. Problemi koje su mladi istakli, a koji imaju tendenciju da budu specifični, mogu se povezati sa definicijom na osnovu sledeće liste:

-
- **KRČENJE ŠUMA**
 - **PRENASELJENOST**
 - **PREKOMERNA POTROŠNJA**
 - **OŠTEĆENJE OZONSKOG OMOTAČA**
 - **KISELE KIŠE**
 - **KLIMATSKE PROMENE I GLOBALNO ZAGREVANJE**
 - **URBANO ŠIRENJE**
 - **ZAGAĐENJE**
 - **INDUSTRIJSKI I KUĆNI OTPAD**
 - **GUBITAK BIODIVERZITETA**

Primer: Da bi se kreirao ovaj Komplet, osnovana je fokus grupa u Loanu, na severozapadnoj obali Italije. Na početku vežbe, učesnici su već poznavali predloženu listu tema, ali su identifikovali sledeće probleme održivosti životne sredine kao tipične za njihov kontekst. Na osnovu ličnog iskustva, problemi su povezani sa temama sa liste modela, verifikovani i preformulisani na sledeći način:

- Nedovoljno upravljanje urbanim otpadom, u smislu širenja kanti za reciklažu kao i informisanja građana (otpad).
- Prekomerno korišćenje privatnih automobila kao i loše korišćenje javnog prevoza usled nedostatka usluge (zagađenje).
- Učestalost katastrofa kao što su poplave zbog lošeg održavanja korita reka i potoka (zagađenje, globalno zagrevanje).
- Povećanje stanovništva zbog turizma tokom leta (prenaseljenost, otpad).
- Na osnovu razmišljanja, došli su do zaključka da se ovi problemi podjednako odnose na većinu malih primorskih opština, pa su kreirali alat baziran na opštini Loano, ali smatraju podjednako važnim i za ostale zajednice.

1.3 OPIŠITE SVOJU ZAJEDNICU

ČINJENICE I BROJKE

Nakon identifikacije vaše zajednice, potrebno je navesti sliku kroz zbirku činjenica i brojki.

„Činjenice“ su kvantitativni podaci koji opisuju kontekst i njegove probleme u brojčanoj vrednosti ili jedinstvenom bitu informacija, kao što su:

- Koliko stanovnika ima zajednica?
- Koliko ima udruženja, javnih institucija ili kompanija koje se bave ekološkim problemima i koje su?
- Da li se problemi odnose na određena područja ili su rasprostranjeni na celoj teritoriji?

Mnoge od ovih podataka je lako pronaći na Internetu, mogu se zatražiti od organizacija koje se posebno bave prikupljanjem podataka ili od udruženja koja se bave pitanjima životne sredine (lokalna udruženja, opservatorije).

„Brojke“ su kvalitativni podaci koji naglašavaju percepciju koju zajednica ima o sebi: uključuje mišljenja, osećanja i gledišta stanovnika zajednice u odnosu na njihov sopstveni kvalitet života, a posebno na pitanja životne sredine. „Brojke“ dodaju subjektivnu percepciju sprovedenom istraživanju, dajući razumevanje onoga što članovi zajednice doživljavaju kao problem a šta ne.

Ovi podaci se mogu prikupiti koristeći istu grupu mladih ljudi koji učestvuju u istraživanju kao uzorak ukoliko je isti dovoljno velik i raznolik. Grupa bi se mogla proširiti sprovođenjem intervju na

teritoriji, tražeći od stanovnika da daju primere ekoloških problema, pozivajući ih na dalju diskusiju o uzrocima ili mogućim rešenjima. Preporučuje se da ispitanicima bude jasan cilj istraživanja, da se slažu sa korišćenjem njihovih odgovora kao i da se poštuje njihova privatnost ako se podaci objave.

FOTO SAFARI

Foto safari je još jedan alat koji se može koristiti u ovoj fazi, a koji dodaje vizuelni element prikupljanju podataka, a mladima daje zadatak koji je zabavan: dokumentovanje tema koje su proizašle iz ankete „lovom“ na teritoriji i fotografisanje mobilnim telefonom.

Zadatak je da se mladi slikaju u svom lokalitetu gde vide:

- Pozitivna mesta
- Nepoznata mesta
- Problem ili mesto zabrinutosti/oblast propadanja
- Mesto učenja/umetnosti i kulture,
- Javna ili politička mesta (gde se odlučuje)
- Negativna mesta (mesta koja imaju lošu reputaciju ili negativan uticaj na životnu sredinu).
- Tamo gde nema pristupa

Učesnici mogu podeliti pitanja i raditi u timovima po dvoje. Zatim će podeliti svoje fotografije celoj grupi. Koje su ključne teme koje su se pojavile? Koje usluge i objekti se pružaju? Koje veštine ima zajednica?

ISTRAŽIVANJA

Činjenice i brojke se mogu istražiti podelom grupe na timove od po 3-4 osobe. Svaki tim može da se fokusira na neke specifične grupe pitanja ili da to uradi kao vežba za domaći zadatak. Zamolite timove da prikupe podatke sa Interneta ili javnih izvora i rezimiraju rezultate na 1 do 2 stranice.

1. Opišite svoju oblast intervencije (zajednicu). Šta je specifično za vašu oblast (broj stanovnika, demografska struktura, socio-ekonomski profil, na primer stopa nezaposlenosti, etničke, verske i kulturne grupe)?
2. Koje grupe u zajednici (etničke, verske, kulturne, itd.) primaju (ili imaju pristup) uslugama koje pružaju država, NVO, ostali? Da li je neka grupa izostala?
3. Koliko mladih živi u okolini? Koje objekte imaju za slobodno vreme? Koje usluge pruža država? NVO? Da li postoje usluge za mlade koje su u riziku?
4. Koliko škola ima u okolini? Da li vode inovativne programe? Da li postoji veza između škole i zajednice? Između službi za mlade i škola? Koji problemi povezani sa obrazovanjem se mogu identifikovati (na primer napuštanje škole, isključenje manjinskih grupa iz visokokvalitetnog obrazovanja)?
5. Koje mogućnosti postoje za mlade ljude u vašoj zajednici da izraze svoje potrebe i želje? Kako mogu uticati na donošenje odluka?
6. Koliko inicijativa, kao što su Start-Up-apovi služe potrebama zajednice? Da li ih podržava lokalna vlast?
7. Koliko udruženja, javnih institucija ili preduzeća se bavi ekološkim problemima i koje su?
8. Da li postoje preduzeća ili aktivnosti koje predstavljaju opasnost po životnu sredinu?
9. Da li se problemi odnose na određena područja ili su rasprostranjeni na celoj teritoriji?

INTERVJUI U ZAJEDNICI

Sprovođenje intervjua je mogućnost da se članovi zajednice aktiviraju i uključe u proces donošenja odluka. To je oblik akcionog istraživanja zasnovan na sledećim principima:

- Ne činite ništa za ljude što oni mogu sami!
- Razvijajte resurse zajednice tako što ćete pitati ljude.
- Budite radoznali i otvoreni prema svemu što se dešava u komšiluku.

Trener može podeliti učesnike u grupe od po 3-4 osobe. Zamolite ih da intervjuišu 5 do 10 stanovnika zajednice kako bi saznali šta misle o aktuelnim pitanjima u njihovoj lokalnoj zajednici. Moguća pitanja:

- Kako vidite svoju zajednicu: koji su resursi dostupni? Koje za vas postoje mogućnosti za donošenje odluka? Koji problemi postoje?
- Kada bi ste mogli da promenite jednu stvar u svojoj zajednici, šta bi to bilo?
- Kako bi ste to promenili?
- Da li bi ste bili zainteresovani da postanete kreator promena u svojoj zajednici?

Cij ovog dela istraživanja (obrada svih podataka) je dobijanje tekstualnog opisa konteksta koji mapa opisuje.

Po želji, na osnovu mišljenja/percepcije mladih i intervjuisanih osoba (što se izričito traži), može se uneti skala identifikovanih ekoloških aspekata. Skala se može napraviti uz pomoć različitih tehnika:

-
- Opisivanje nivo numeričkom vrednošću: napisati u objavi.
 - Uspostavljanje sociometrijske metode: mladi učesnici povlače liniju na terenu; na jednom kraju reda je vrednost 0 a na drugom 10, dok je u sredini vrednost 5. Od mladih se traži da postave liniju prema tome koliko misle da je problem ozbiljan: konačna vrednost je utvrđeno većinom glasova.

Različiti nivoi ozbiljnosti problema mogu biti prikazani na mapi sa grafičkim elementima.

2. PRISTUP MAPIRANJU ZAJEDNICE

Mapiranje zajednice je detaljna analiza situacije u određenim zajednicama. On pruža osnovu na kojoj se mogu graditi buduće akcije i fokusira se na sledeća pitanja:

- Koje su najveće potrebe i izazovi ovog područja?
- Koji suresursi?
- Šta mladi kažu o ovoj oblasti - i šta misle da bi trebalo promeniti?

Dok je svrha ovog kompleta alata da obezbedi instrument za opisivanje zajednice iz perspektive održivosti, mapiranje zajednice može poslužiti za različite svrhe. Može biti korisno za mnoge aspekte istraživanja jer pokriva širok spektar analiza raspoloživih resursa i pomaže u uspostavljanju novih kontakata sa postojećim lokalnim organizacijama, projektima i inicijativama. To takođe može da obezbedi prvi kanal za aktivaciju zajednice ka nekom pitanju. Takođe, pruža priliku mladima da zaista rade zajedno na nečemu konkretnom i opipljivom od početka njihovog prvog pristupa u aktivaciji ka održivosti ili bilo kom drugom uzroku.

Analiza postojećeg konteksta pomaže da se identifikuju praznine i fragmentacije u strategijama ka održivosti: dati rezultati predstavljaju veoma korisno sredstvo za privlačenje pažnje kreatora politike. Ponekad je potrebna sistematska analiza situacije da bi se privukla sredstva za projekat održivosti (ili bilo koji drugi projekat).

Hajde da se malo zadržimo na različitim metodama sprovođenja analize situacije.

2.1 MAPIRANJE SREDSTAVA ZAJEDNICE

- Ovaj metod zahteva okupljanje različite grupe ljudi iz zajednice gde nedostaje održivost ili koja se može poboljšati: mladi i stari, radnici i profesionalci, žene i muškarci, nastavnici i direktori, državni službenici i zaposleni, ljudi uključeni u usluge ili preduzetništvo.
- Kako bi prikupili različite perspektive prilikom utvrđivanja strategija održivog razvoja važno je podsticati učešće mnogih predstavnika. U ovoj fazi, cilj je postavljanje pitanja i anketiranje članova zajednice kako bi se identifikovali problemi u zajednici i njihovi osnovni uzroci. Mladi mogu prikupiti podatke, proceniti ih i odlučiti na koje pitanje ili problem žele da se fokusiraju. Prilikom prikupljanja podataka, takođe je važno proceniti sve aktivnosti koje mogu uticati na održivost ili se na neki način suočavaju sa problemom održivosti. Ovo može uključivati mala preduzeća, maloprodajne objekte, grupe u zajednici, nevladine organizacije i službe javne uprave koje imaju za cilj da unaprede zajednicu. Na kraju procesa, možete nacrtati fizičku mapu sa svim organizacijama u zajednici, njihovim adresama i uslugama koje pružaju. Poslednji korak je predstavljanje rezimea i razvoj plana održivosti.

| | |
|---|---|
| Osnovne informacije Geografsko / administrativno područje | <ul style="list-style-type: none">• Tačne granice• Preklapanje sa administrativnim podelama? |
| Istorijski razvoj i identitet oblasti | <ul style="list-style-type: none">• Događaji i razvoj događaja koji se smatraju relevantnim za situaciju• Nije potrebna detaljna istorijska analiza |
| Demografski podaci | <ul style="list-style-type: none">• Broj stanovnika, naseljenost (gustina)• Demografska struktura u poređenju sa regionom ili državom• Socio-ekonomski profil• Etničke, verske i kulturne grupe, manjine |

| | |
|--|---|
| <p>Mladi ljudi</p> <p>Socio-ekonomska situacija/ Službe za mlade/ Obrazovanje, obuka i učenje</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Podaci koji se odnose na socio-ekonomsku situaciju mladih, zdravstveno stanje i obrazovnu situaciju • Objekti za slobodno vreme za mlade • Usluge za mlade (pružaoци usluga, ciljne grupe) • Posebne usluge za mlade u riziku • Škole i druge obrazovne mogućnosti u okruženju • (od predškolskog do univerzitetskog) • Obrazovanje mladih o održivosti • Škole sa inovativnim programima • Veze između škola i zajednice („otvorene škole“): Problemi povezani sa obrazovanjem, na primer isključenje pojedinih grupa iz visokokvalitetnog obrazovanja, napuštanje škole itd. • Saradnja između službi za mlade i škola • Sistemi podrške za prelazak iz škole u odrasli i radni život |
| <p>Javni sektor</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Opis strukture organa javne vlasti • Odgovornost za oblast; podela moći između lokalnog i regionalnog/nacionalnog nivoa • Aktuelni prioriteti lokalne uprave, posebno u vezi sa mladima, obrazovanjem, urbanom/ruralnom regeneracijom • Drugi javni programi od koristi ovoj oblasti, posebno u oblasti mladih, obrazovanja, urbane/ruralne regeneracije • Politike učešća; mogućnosti uticaja na donošenje javnih politika |
| <p>Privatni sektor</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ekonomska struktura područja • Preovlađujuća preduzeća i radna mesta • Uloga manjih preduzeća • Ekonomski razvoj tokom proteklih godina i budući izgledi |
| <p>Nezavisni sektor</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Aktivnosti nevladinih organizacija u okruženju • Omladinska udruženja • Crkve, verske zajednice |
| <p>Zaključak</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ključni izazovi i dostupni resursi |

Da bi ste dalje razvili istraživanje, možete dobiti aktuelne mape teritorije (obično se dobijaju od gradskih ili turističkih kancelarija ili sa weba za štampanje). Podelite grupu u timove od po 3-4 učesnika i radite na mapi: kodirajte i označite regione aktivnosti malih preduzeća, oblasti propadanja/potencijala, aktivnosti koje predstavljaju rizik/prilike za održivost, oblasti u kojima se može rukovati sa otpadom itd. Razgovarajte o potencijalu koji je realizovan ili nedovoljno iskorišćen i zamislite koja su preduzeća potrebna u zajednici (ali još ne postoje).

Važno je da se ova vežba radi sa poznate lokacije. Ako grupa predstavlja različite lokalitete, može se podeliti u manje grupe na osnovu toga odakle dolaze.

Kao alternativa, grupa može nacrtati veoma grubu geografsku mapu: puteve, gradove, brda, granice – bilo šta što opisuje područje koje se analizira. Važno je zapamtiti da mapa ne mora biti tačna ili detaljna. U sledećem koraku, grupa se može ponovo podeliti na timove od po 3-4 učesnika. Koristeći različite boje za različite tipove organizacije (na primer: zelena za fabrike, žuta za prodavnice, crvena za stanovanje, plava za vladine zgrade itd.) svaki tim može da istakne različite karakteristike zajednice. Zatim će cela grupa identifikovati neke od dobrih stvari o lokalnoj zajednici, lokalnoj imovini i resursima, odgovarajući na sledeća pitanja:

- Koje usluge i objekte ima zajednica?
- Koje veštine poseduje zajednica?
- Koja su pitanja održivosti (na primer: otpad, širenje urbanih sredina, zagađenje)? Gde ?
- Koje oblasti predstavljaju opasnost po životnu sredinu?

Kao poslednji deo, učesnici treba da napišu na lepljivim papirićima neke od svojih emocija ili osećanja vezanih za različite delove oblasti, zgrade i objekte koji mogu biti pozitivni ili negativni. Trebalo bi da postavite ove lepljive nalepnice na mapu. Zatim će grupa identifikovati neke aspekte koje želi da poboljša u svojoj zajednici, probleme ili brige i na kraju, oblasti ili teme gde je potrebno dalje istraživanje.

Na kraju je potrebno razmišljanje. Grupa će biti okupljena da podele svoja osećanja o aktivnosti, da istraže pretpostavke i probleme koji su u osnovi njihovih stavova i da razgovaraju o tome zašto različiti ljudi imaju različite percepcije. Mladi treba da se zapitaju zašto neka mesta na mapi privlače mnogo pozitivnih komentara a druga mesta mnogo negativnih. Što je još važnije, trebalo bi da se usredsrede koje su ključne teme koje su se pojavile. Kako ovo pomaže da se uz pomoć same zajednice pokrene akcija za održivost i ekološku prihvatljivost?

Ova aktivnost može direktno dovesti do dalje analize koja se može razviti na sledeći način.

2.2 GRAFIČKI PRIKAZ PROBLEMA I REŠENJA

Stablo sa problemima i rešenjima je alat za razvoj zajednice zasnovan na imovini (Asset-Based Community Development, skraćeno ABCD). ABCD je pristup izgradnji zajednice koji se fokusira na imovinu zajednice; razvili su ga Džon P. Krecman i Džon Meknajt, koji veruju da „svaka pojedinačna osoba ima kapacitete, sposobnosti i darove. Svaki put kada osoba iskoristi svoj kapacitet, zajednica je jača a osoba moćnija. Zato su jake zajednice u osnovi mesta gde se identifikuju, vrednuju i koriste kapaciteti lokalnog stanovništva. Slabe zajednice su mesta koja ne uspevaju, iz bilo kog razloga, da mobilišu veštine, kapacitete i talente svojih stanovnika ili članova.” (Izgradnja zajednice: put ka pronalaženju i mobilizaciji imovine zajednice (Building Communities from the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing a Community’s Assets), Evanston, IL: Institut za istraživanje politike (Institute for Policy Research) 1993)..

Polazeći od ovog shvatanja, Krecman i Meknajt razvili su brojne alate koji mogu pomoći da se identifikuju veštine stanovnika i da ih koriste za razvoj zajednice.

Analiza stabla problema je centralna za mnoge oblike planiranja projekata i dobro razvijena među razvojnim agencijama. Analiza stabla problema pomaže u pronalaženju rešenja mapiranjem anatomije uzroka i posledice oko problema slično kao Mapa uma, ali sa više strukture. Ovo donosi nekoliko prednosti:

-
- Problem se može raščlaniti na delove kojima se može upravljati i definisati. Ovo omogućava jasnije određivanje prioriteta faktora i pomaže u fokusiranju ciljeva.
 - Postoji više razumevanja problema i njegovih često međusobno povezanih, pa čak i kontradiktornih uzroka. Ovo je često prvi korak u pronalaženju rešenja od gde svi dobijaju.
 - Identifikuje konstitutivna pitanja i argumente i može pomoći da se utvrdi ko su i šta su politički akteri i procesi u svakoj fazi.
 - Pomaže da se utvrdi da li su potrebne dodatne informacije, dokazi ili resursi da bi se izneo jak argument ili izgradilo ubedljivo rešenje.
 - Sadašnji problemi - a ne očigledni, budući ili prošli problemi - se rešavaju i identifikuju. Proces analize često pomaže da se izgradi zajednički osećaj razumevanja, svrhe i akcije.

Da bi ste nacrtali drvo problema, grupe treba podeliti u timove od po 3-4 osobe. Svaki tim treba da identifikuje jedan fokusni problem o temi održivosti u svojoj zajednici, njenim efektima i korenima postojećeg problema. Zatim, svaka grupa upisuje naziv takvog problema u centar debla crteža drveta. Iz ovog debla dalje idu grane: svaka grana predstavlja efekat, neke posledice problema koje grupa na kraju želi da promeni - indirektno i dugoročno; na grani treba napisati nekoliko reči ili rečenicu za opis problema. Umesto toga, svaki koren je uzrok: nešto što je izvor problema ili sa čim se treba direktno pozabaviti kako bi se rešio problem. Kada se drvo nacrtat, može se dalje razviti u stablo rešenja, dodavanjem glavnih uzroka i posledica, mogućih rešenja koja bi takođe mogla da obezbede osnovu za akcioni plan za održivost u zajednici.

2.3 STRATEGIJE ODRŽIVOSTI KAO ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Poslovni svet neprestano pruža primere i alate za analizu i rešavanje problema zajednice; dok analiziramo odgovarajuće kontekste sa stanovišta preduzetništva, moguće je fokusirati se na tržišnu nišu, koja je mali, ali specifičan i dobro definisan segment stanovništva ili tržišta. Identifikovanjem „praznina“ na tržištu ili potreba, želja i zahteva koje druge firme ili organizacije slabo ili uopšte ne ispunjavaju, može se razviti proizvod ili usluga i „stvoriti“ tržišna niša. Na sličan način, mapa zajednice zasnovana na pitanjima održivosti mogla bi da se fokusira na mali segment zajednice koji ima potrebe koje se ne rešavaju na održiv način ili se uopšte ne rešavaju, kao što je nedostatak javnog prevoza ili neefikasan tretman otpada. Da bi to uradila, grupa mladih takođe može da pozajmi neke instrumente iz istraživanja tržišta.

Istraživanje tržišta može pružiti ključne informacije o navikama, sklonostima, mišljenjima i potrebama trenutnih i potencijalnih kupaca i korisnika, pomaže da ostanete fokusirani na ono što vaša zajednica smatra hitnom potrebom i koje navike bi bili spremni da promene kako bi poboljšali kvalitet života (sa stanovišta održivosti).

Neke od najčešće korišćenih metoda istraživanja tržišta su sledeće:

- Ankete (koristeći upitnike za intervjuje jedan na jedan, telefonom, e-mailom ili preko on-line anketa)
- Fokus grupe (među grupom, vodič za diskusiju koristi moderator)
- Lični intervjui (sa ciljem dobijanja subjektivnijih podataka nego preko anketa. Postavljaju se nestrukturirana i otvorenija pitanja)
- Posmatranje (posmatranje potrošača/korisnika u akciji)

2.4 SKENIRANJE MEDIJA ŽIVOTNE SREDINE

Skeniranje životne sredine je proces koji obično koriste preduzeća i druge organizacije za praćenje svog unutrašnjeg i spoljašnjeg okruženja u potrazi za promenama koje bi mogle značiti nove pretnje i prilike. Donosioci odluka često koriste skeniranje životne sredine kako bi prikupili, organizovali i analizirali podatke o svojoj imovini i nedostacima kako bi vodili strateško planiranje i donošenje odluka. U poslovanju, skeniranja životne sredine prikupljaju relevantne i verodostojne informacije koje nisu mogle doći iz internih izvora, kroz različite metode, uključujući pregled literature, procene on-line baze podataka, skeniranje društvenih medija, pregled politike, procenu konkurenata i između ostalih strategija traženje mišljenja stejkholdera, kao što su klijenti, odbori osoblje.

Skeniranje životne sredine je zadatak istraživanja. Dobri skeneri rade sve vrste stvari kako bi pronašli tragove o tome kako se svet menja: čitanje vesti, blogova, gledanje TV i YouTube-a itd. Njihov cilj je da otkriju tragove, ideje, misli i podele ih sa svojom grupom i vašom zajednicom.

Skeniranje životne sredine po definiciji treba da bude mnogo šire od rutinskog istraživanja tržišta i monitoringa koji se obavlja u organizaciji. Trebalo bi da uključi širi pogled od uobičajenog na sile i razvoje koji oblikuju interese organizacije.

Prilikom skeniranja, treba imati otvoren pogled na ono što bi moglo biti važno i što je šire moguće prikupljati ideje i informacije. Važno je i da ne dozvolite pristrasnost, da znanje o ovoj temi ili očekivanja suze vaš pristup.

Najnovija metodologija u ovoj oblasti fokusira se na skeniranje medija. Kroz ovaj pristup, istraživanje postaje dinamičnije i angažovanije i prikladnije za mlade. Međutim, pošto je skeniranje medija obično deo šireg pristupa, njegova najbolja upotreba u procesu mapiranja zajednice je da se smatra stalnim instrumentom za ažuriranje i praćenje promena u njihovoj zajednici kako bi mapiranje uvek bilo ažurano.

Zadatak je da se imenuju mladi ljudi zaduženi za praćenje medija. Svaki od „posmatrača“ treba da kreira alatku za “push” obaveštenja (nešto poput Google upozorenja) o temi relevantnoj za njihovu zajednicu, koristeći reč za upit, kao što je ime svog grada i tema do koje mu je stalo. Oni mogu da provere rezultate sa bilo kojom učestalošću koju smatraju neophodnom; na dnevnom, nedeljnom ili mesečnom nivou. Grupa treba da uspostavi i trenutak deljenja rezultata; na primer jednom mesečno. Ako “posmatrači medija” imaju relevantna ažuriranja, grupa će ih primiti i u skladu sa tim uključiti u svoju mapu zajednice.

2.5 SWOT ANALIZA

Kada se sazna zajednica koja se ispituje, grupi je potreban istraživački alat koji ulazi u detalje problema i mogućih rešenja. Pokrenuli smo proširenu simulaciju sa još jednim alatom koji potiče iz sveta preduzetništva - SWOT analizom. Ovaj model, nastao u kontekstu strateškog planiranja za projekte i kompanije, veoma je svestran i takođe se prilagođava mapiranju zajednice. Štaviše, lako se prikazuje na grafikonu: na levoj strani tabele nalaze se pozitivni elementi: prednosti i mogućnosti. „Snaga“ predstavlja sve u zajednici što daje dobar primer ekološke održivosti ili pokazuje spremnost da se reši problem. „Prilike“ predstavljaju snage promene koje još nisu aktivne u zajednici, ali bi mogle postati. Na desnoj strani su negativni elementi: „slabosti“ predstavljaju sva postojeća i nerešena pitanja održivosti životne sredine, a „pretnje“ su negativne sile promena koje mogu pogoršati situaciju. Gornja linija predstavlja unutrašnje faktore, donja spoljašnje.

| | Korisno (do postizanja cilja) | Štetno (do postizanja cilja) |
|-------------------------|---|--|
| Interno poreklo | Snage | Slabosti |
| Eksterno poreklo | Mogućnosti | Pretnje |

Source: <https://freesvg.org/swot-en> [own display]

Sledeća faza istraživanja podrazumeva grupisanje podataka. Od mladih se traži da podatke koje su prikupili i informacije koje imaju o pitanjima životne sredine napišu na post-ovima, praveći razliku između: ljudi (pojedinaca ili grupa stejkholdera koji se bave pitanjima životne sredine, ili segmenta stanovništva koji su slabi ili posebno uključeni u problem) mesta (prostori u kojima je koncentrisan problem ili potencijalno rešenje) aktivnosti (organizacije ili kompanije koje se ponašaju dobro ili štetno za održivost životne sredine) ponašanja (dobre ili loše navike). Svaki post mora da sadrži samo jedan element. Korisno je uspostaviti šifru boja za razlikovanje svake od kategorija. Drugi deo ove faze izrade mape sastoji se u tome da se od mladih traži da na tabli koja predstavlja grafik SWOT analize postave nalepnice, tako da se svaki pojedinačni element (tj. svaki pojedinačni element - osoba, mesto, aktivnost ili ponašanje) tumači kao snaga, prilika, slabost ili pretnja. Ako su mladi ljudi odlučili da klasifikuju probleme po ozbiljnosti, oni najhitnije problem mogu da postave gore, a manje ozbiljne ispod ili da dodaju ocenu važnosti svakom postu ili da koriste pečate različite veličine elementima koje su smatrali ozbiljnijim i očiglednijim.

Primer. Mladi iz Loana koristili su virtuelnu tablu. Kao slabe kategorije, izložene riziku od lošeg ponašanja, istakli su starije i neregularne strance (ljude, žuta boja). Ekološki operateri i opštinski administratori (ljudi, žuta boja) kao kategorije koje se mogu obrazovati da svoje delovanje u korist životne sredine učine raširenijim i odlučnijim. Subjekti i njihove moguće inicijative (roze boja) uključene su u prednosti koje su već prisutne i u mogućnosti: dani čišćenja plaža ili događaji za podizanje svesti kao moguće konstruktivne akcije i najmanje jedno udruženje koje je već sproveo slične aktivnosti; Grupa se nije fokusirala na skalu ozbiljnosti, ali na primera recimo da je veličina kutija mogla da predstavlja „veličinu” problema. Na kraju, njihova analiza je izgledala ovako:



IZVOR: YEPP ITALIJA [SOPSTVENI PRIKAZ]

Online

Poslednji korak u prevođenju SWOT analize konteksta u mapu zajednice je da se ona stavi u on-line format koji je tokom vremena lako primenljiv, lako deljiv i ažuriran i da koristi jednostavan i prepoznatljiv vizuelni element za svaku od kategorija (na primer koristiti alatku Miro). Drugi deo ovog vodiča opisuje kako da koristite Miro kao alat za mapiranje zajednice.

3. VEŽBE MOBILIZACIJE ZAJEDNICE

U sledećem poglavlju su vežbe koje se mogu testirati i primeniti na lokalnom nivou, poredane po veličini potrebnih resursa.

Da bi se obezbedila priprema za trenere i učesnike kao potencijalne multiplikatore, svaka vežba je oblikovana kao tabela i podeljena na očekivane rezultate, korake i metode za uključivanje stejkholdera. U ovom kontekstu, oni mogu biti pojedini građani, predstavnici nevladinih organizacija, preduzeća, škola, kreatori politike ili osobe uključene u procese donošenja odluka. Pitanje njihovog učešća podrazumeva razmenu i uključivanje u mapiranje zajednice, sadašnju ili naknadnu diskusiju van mreže i on-line, kao što je štap govornika (talking stick), aktivno slušanje u malim grupama ili on-line ankete. Ove metode se mogu razlikovati u zavisnosti od odgovarajućih postavki, kulturnih komponenti i okvira svake radionice. Svaka tabela za vežbe takođe predlaže metode za uključivanje mladih, navodi materijale potrebne za izvođenje vežbe i deli savete za trenere. Ovi saveti sadrže korisne informacije o tome kako započeti i završiti aktivnost, predlažu pitanja za analizu ili preporučuju pitanja interkulturalne/socijalne/političke zajednice koja bi se mogla uzeti u razmatranje.

3.1 VEŽBE SA NAJMANJOM KOLIČINOM POTREBNIH RESURSA

| UDRUŽIVANJE GRUPA ZA ZAJEDNIČKO DELOVANJE | |
|--|---|
| Format | Diskusija/okupljanje/komšijski sastanci |
| Tip | Izmešano |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Okupljanje različitih grupa u zajednici radi pozivanja na zajedničku akciju i postizanje zajedničkog cilja, na primer zabraniti novi reaktor Nuklearne elektrane Krško (Hrvatska). • Razviti strategiju i plan za akciju javnih grupa koja okuplja različite grupe |
| Koraci aktivnosti | Istraživanje, terenski rad, prikupljanje građe, pisanje |
| Metode za uključivanje stejkholdera | <ul style="list-style-type: none"> • Objavljujte intervjue, video zapise i tekstove na podcast • Koristite društvene mreže i web stranice da podstaknete zajednicu o delikatnim pitanjima. • Organizovati okupljanje aktivnih grupa. • Akcije se mogu zasnivati na kritičkom i humorističkom tumačenju različitih problema |
| Metode uključivanja mladih | <ul style="list-style-type: none"> • Preko javnih razgovora i panel diskusija u srednjim školama i na univerzitetima. • Učestvovanjima na festivalima (elektronske muzike). |
| Šta je potrebno? | Štampač, papiri, slajdovi, trake, zvučnici i mikrofoni, bimer, oprema za učionicu |
| Saveti za trenere | <p>Najvažniji element je da treneri deluju na istom nivou sa mladima, bez bilo kakve hijerarhije.</p> <p>Važno je uključiti se u akcije i koristiti jezik i simbole koji su karakteristični za mlade generacije: aktivan odmor u prirodi, biciklizam, elektronsku muziku, direktnu demokratiju, rodnu fluidnost, društvene mreže kao alate za komunikaciju i kreativnost.</p> |

DISKUSIJA I NAPOMENE

Glavna ideja je prikupljanje ideja i iskustava vezanih za pitanja životne sredine i diskusije o njima u grupama i svi zajedno. Biće pozvan nastavnik prirodnih nauka u lokalnim školama da pruži više informacija o različitim ekološkim procesima.

| | |
|--|--|
| Format | Diskusija/okupljanje/komšijski sastanci |
| Tip | Offline (2 hours) |
| Očekivani rezultat | Razgovor o svim mišljenjima i iskustvima kako bismo mogli da sagledamo situaciju iz drugačije perspektive i razumemo moguća rešenja. |
| Koraci aktivnosti | <p>Pre aktivnosti: Napraviti plan za društvene medije, kako bi ste informisali ljude o predstojećem javnom sastanku (poster, video i pozivi);</p> <p>Tokom dana aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energizator • Uvod o događaju – svrha i zadaci • Podeliti učesnike u male grupe • Grupe raspravljaju o različitim delovima zajednice. Govore o neophodnim poboljšanjima, problemima i dobrim praksama • Zajednička diskusija o glavnim problemima (najbolje i najgore) koje je svaka grupa prepoznala • Napraviti zajedničku tablu o glavnim idejama/problemima • Evaluacija |
| Metode za uključivanje stejkholdera | Za uključivanje stejkholdera u mapiranje lokalnih škola, biće pozvani nastavnici nauke i hemije da ispričaju više o različitim procesima u prirodi. |
| Metode uključivanja mladih | Da bi se mladi uključili u mapiranje, biće zamoljeni da se pridruže sastanku gde će imati priliku da govore o stvarima koje žele da promene u svojoj zajednici. |
| Šta je potrebno? | Materijali za tablu: papir, markeri, lepak, makaze, slike, novine, časopisi itd. |
| Saveti za trenere | <ul style="list-style-type: none"> • Trener mora biti podstaknut da formira diskusije o pitanjima životne sredine u svojoj zajednici. • Kako bi započeli diskusiju trener mora ohrabriti učesnike da sagledaju situacije sa drugačije tačke gledišta. • Ako trener primeti da učesnici nisu dovoljno aktivni, može predložiti da se igra Energizator. • Na kraju, treneri moraju predložiti evaluaciju rada i govoriti o prednostima ove aktivnosti. |

| VIĐENJE DOBROG | |
|--|---|
| Format | Diskusija/okupljanje/komšijski sastanci, skupština zajednice, otvoren prostor, izložba na otvorenom |
| Tip | Izmešano |
| Očekivani rezultat | Kreiranje lokalne inicijative sa ciljem podizanja svesti o specifičnom problemu grada, ali na pozitivan način. Primer: U Zagrebu (Hrvatska), to bi bilo podizanje svesti o potocima i vodenom bogatstvu grada i njegovoj eksploataciji. |
| Koraci aktivnosti | Istraživanje, terenski rad, prikupljanje materijala, izrada osnovnih koraka projekta, preduzimanje akcija (tender za najbolji umetnički rad na temu, izložba/projeksija radova, javni razgovor). |
| Metode za uključivanje stejkholdera | <ul style="list-style-type: none"> • Objavljivati intervjue, video zapise i tekstove na društvenim mrežama, potpisivati peticije i slati ih stejkholderima, • Pozivanje na javne razgovore o srodnim temama (na primer bogatstvo zagrebačkih tokova) |
| Metode uključivanja mladih | <ul style="list-style-type: none"> • Preko javnog razgovora i panel diskusije u srednjim školama i na univerzitetima. • Učestvovanje na festivalima (elektronske muzike). • Preko društvenih mreža (posebno Instagrama i TikToka). • Izrada tendera za nagradu za najbolji video/kratku priču/strip/knjigu/slikanje/kolaž. Najbolji dobijaju simbolične nagrade. |
| Šta je potrebno? | Laptop, štampač, zvučnici i mikrofoni, projektor, platno, simbolične nagrade (sapuni i kozmetika bez otpada, flaše za vodu, torbe...) |
| Saveti za trenere | <p>Za trenere je važno da ponovo pozabave problemom i učine ga privlačnim za zajednicu i učesnike. Trebalo bi da naglase nešto pozitivno na šta zajednica treba da se ponosi i što je čini jačom.</p> <p>Primer: Vezano za zagrebačke potoke - naglasiti bogatstvo zagrebačkih voda i našu sposobnost da ih zaštitimo, umesto da ističu ljutnju i negativnost prema onima koji eksploatišu potoke. Ovo je tek drugi korak, nakon jačanja zajednice u pogledu pozitivnih aspekata njihovih zajedničkih dobara.</p> |

ZAJEDNO PROTIV PLASTIKE

| | |
|--|--|
| Format | Diskusija/okupljanje/komšijski sastanci, otvoren prostor |
| Tip | Off-line |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Otkrivanje različitih društvenih grupa za zabranu jednokratne upotrebe plastike. • Prikupljanje strategija javnog delovanja različitih grupa. • Kreiranje zajedničkih planova grupne akcije, umrežavanje između zainteresovanih grupa. • Stvaranje baze znanja koja je otvorena za sve. |
| Koraci aktivnosti | Istraživanje, prikupljanje materijala, pisanje pitanja za kviz koji se tiče plastike, istraživanja za filmove, slanje prijave za kviz, implementacija kviza, projekcija filmova, javno izlaganje o temi. |
| Metode za uključivanje stejkholdera | <ul style="list-style-type: none"> • Objava intervjua, video zapisa i tekstova na podcastovima • Društvene mreže i web stranice za pozivanje zajednice po pitanju jednokratne upotrebe plastike. • Organizovanje javnih razgovora o ovom problemu koji pogađa ljudsku populaciju, • Pozivanje stejkholdera na javne razgovore, • Potpisivanje peticija |
| Metode uključivanja mladih | <ul style="list-style-type: none"> • Pozivanje mladih da učestvuju u kvizu, projekciji filmova i javnom govoru. • Učestvovanje na festivalima (poželjno je da se ove akcije baziraju na nekoliko festivala). |
| Šta je potrebno? | Štampač, papiri, trake, zvučnici i mikrofoni, bimer, platno, nagrade za pobednike kviza |
| Saveti za trenere | <p>Važno je izabrati/producirati film koji prikazuje mlade ljude u akciji i da oni zaista mogu napraviti razliku. Odabrati pravi film koji naglašava ulogu i snagu zajednice potrebno je da inspiriše mlade ljude, kako ne bi bili sa negativnim mislima i osećajem da nema nade. Zaista je važno informisati mlade ali im pokazati i pozitivne aspekte kako male zajednice zaista prave razliku.</p> <p>Primer: „Plavo srce“ je priča o malim zajednicama koje spasavaju reke na Balkanu koje su bile u opasnosti od eksploatacije i na kraju su nestale.</p> |

GRAĐENJE SAVEZA!

| | |
|---------------------------|---|
| Format | Diskusija/okupljanje/komšijski sastanci, otvoren prostor |
| Tip | Offline |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Oko inicijative je izgrađena zajednica stejkholdera. • Ključna pitanja životne sredine u opštini su mapirana iz perspektive stejkholdera. |
| Koraci aktivnosti | <p>a) Akciona grupa osmišljava on-line i papirni upitnik koji treba da traži:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ključna pitanja životne sredine u opštini • specifične oblasti koje mogu zahtevati intervenciju (lokacija) • predložene akcije za poboljšanje stanja u opštini <p>b) Akciona grupa dizajnira specijalan bedž (nalepnicu), po uzoru na TripAdvisor i druge slične usluge, koje šire svoje nalepnice među svojim partnerima. Bedž označava korelaciju sa lokalnom zaštitom životne sredine, godinu i QR kod, koji šalje učesnika na web stranicu inicijative koja detaljno objašnjava inicijativu i predstavlja partnere.</p> <p>c) Na osnovu prethodno obavljene vežbe mapiranja stejkholdera, članovi inicijative dopiru do različitih stejkholdera u lokalnoj opštini, kao što su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nevladine organizacije • Kancelarije • Turističke agencije/pružaoce usluga (škole surfanja itd.) • Restorani <p>Polazi od bliskih aktera, povezani sa inicijativom (organizacije koje podržavaju mlade, sportski klubovi gde su mladi aktivni, preduzeća njihovih roditelja, javne službe itd.).</p> <p>d) Od stejkholdera se traži da popune upitnik.</p> <p>e) Nakon popunjavanja upitnika, stejkholder treba da dobije priliku da se pridruži ovoj inicijativi za određenu godinu. Ulazak u inicijativu znači obaveze i profit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pridružiti se biltenu inicijative • saglasnost da budu informisani o predstojećim aktivnostima i događajima, kao i svim ekološkim intervencijama u opštini • uraditi nalepnicu inicijative i postaviti je ako je moguće na vidljivo mesto i pratiti društvene mreže inicijative |

| | |
|--|--|
| <p>Koraci aktivnosti</p> | <p>Profit (primer):</p> <ul style="list-style-type: none"> • dobijaju mogućnost da se dodaju kao partner na web stranicu inicijative • dobija pozitivnu ocenu u Gugl mapama (u kojoj se navodi učešće u projektu) • dodat je na Google mapu projekta kao partner • dobija priznanje od građana za učešće u inicijativi – na primer, od mladih ljudi, koji takođe postaju deo inicijative u koraku #3 „Regrutujte svoje trupe!“ <p>Rezultati upitnika se analiziraju i obrađuju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • određene oblasti koje zahtevaju intervenciju postavljaju se na ekološku mapu opštine (pripremljenu u Google mapama, GeoCitizen-u, lokalnom alatu za e-participaciju ili sličnim servisima) • ključni ekološki problemi su sumirani i opisani na web stranici projekta • analiziraju se radnje predložene u upitnicima. <p>g) Na osnovu ovih predloženih akcija i nakon analize ključnih ekoloških problema u zajednici, akciona grupa predlaže set akcija koje treba preduzeti u ovoj godini.</p> <p>Partneri inicijative se preko biltena informišu o rezultatima i akcijama koje će se odvijati.</p> |
| <p>Metode uključivanja mladih</p> | <ul style="list-style-type: none"> • on-line anketa • anketa na papiru • pretplata na inicijativu • bilten za pretplatnike komplet profita za pretplatnike |
| <p>Šta je potrebno?</p> | <p>Mladi ljudi biće uključeni kao pokretači i koordinatori inicijative, na svakom koraku ovog procesa.</p> |
| <p>Saveti za trenere</p> | <ul style="list-style-type: none"> • nalepnice za stejkholdere (odštampane, dobro dizajnirane) • web stranica projekta • baza podataka za prikupljanje podataka o partnerima • telefoni/računari za zapisivanje i prikupljanje podataka |
| <p>Metode uključivanja mladih</p> | <p>Core opisani proces je indikativan – pokazuje pravac, ali ga treba prilagoditi na osnovu ideja mladih uz podršku odraslih (ako je potrebno). Aktivnost zahteva prethodnu vežbu mapiranja stejkholdera.</p> |

3.2 VEŽBE SA SREDNJOM KOLIČINOM POTREBNIH RESURSA

| REGRUTUJTE SVOJE TRUPE! | |
|---------------------------|---|
| Format | Otvoren prostor, izložba na otvorenom |
| Tip | Off-line (1 dan u svakoj školi) |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Mladi ljudi iz različitih škola doprinose ekološkoj mapi opštine i navode ključna ekološka pitanja. • Priključuju se inicijativi/počinju da prepoznaju inicijativu. |
| Koraci aktivnosti | <p>a) Akciona grupa osmišljava on-line anketu koja treba:</p> <ul style="list-style-type: none"> • da pita mlade o pitanjima životne sredine u opštini. • da zatraži specifične oblasti koje bi mogle zahtevaju intervenciju (lokaciju). • da zatraži predloge akcija za poboljšanje situacije u opštini. <p>b) Akciona grupa dizajnira posebnu značku (špenadla i nalepnicu) za mladog učesnika Community Changers.</p> <p>c) Mladi iz akcione grupe, koji dolaze iz iste škole, udružuju snage da realizuju vežbu školskog mapiranja.</p> <p>d) Zajedno dizajniraju poster Community Changers-a (sa QR kodom koji ga šalje na upitnik) i štand koji će biti predstavljen u školi.</p> <p>e) Za vreme raspusta, štand se postavlja po hodnicima škole ili ispred škole. Članovi akcione grupe šire znanje o inicijativi među mladima i zovu mlade da se pridruže inicijativi, što znači:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Popuniti anketu tako što ćete svojim telefonima skenirati QR kod na posteru. • Saznati o budućim inicijativama projekta (možete se pridružiti akcionoj grupi, učestvovati u obuci o pitanjima životne sredine itd.). • Pratiti društvene mreže projekta (bar jednu). • Podeliti objavu na svojim društvenim mrežama o inicijativi, pozivajući druge mlade ljude da učestvuju. Objave sadrže link do upitnika (opcija). • Prijaviti se na mejling listu (opcija). <p>f) Mladi koji se pridruže inicijativi dobijaju značku (za kačenje na ranac) i nalepnicu kojom se potvrđuje njihovo učešće u inicijativi.</p> <p>g) Rezultati upitnika se analiziraju i obrađuju:</p> |

| | |
|---|--|
| <p>Koraci aktivnosti</p> | <ul style="list-style-type: none"> • određene oblasti koje zahtevaju intervenciju postavljaju se na ekološku mapu opštine (pripremljenu u Google mapama, GeoCitizen-u, lokalnom alatu za e-participaciju ili sličnim servisima) • ključni ekološki problemi su sumirani i opisani na web stranici projekta • analiziraju se radnje predložene u upitnicima. <p>h) Na osnovu ovih predloženih akcija i nakon analize ključnih ekoloških problema u zajednici, akciona grupa predlaže akcije koje treba preduzeti u ovoj godini.</p> <p>Mladi koji podržavaju inicijativu se o akciji obaveštavaju preko društvenih mreža ili na email. Oni takođe dobijaju analizirane rezultate ankete.</p> |
| <p>Metode za uključivanje stejkholdera</p> | <p>Young people from the action group should directly approach their teachers/school officials to receive permission to organise the activity on the school corridor or in front of the school.</p> |
| <p>Metode uključivanja mladih</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Online upitnik • Informacije date direktno u njihovoj školi • Atraktivne značke da imaju osećaj kao su deo inicijative |
| <p>Šta je potrebno?</p> | <p>Papir i markeri za izradu postera, štampani QR kod, on-line upitnik, kartoni i sto za pripremu štanda.</p> |
| <p>Saveti za trenere</p> | <p>Neka akciona grupa odluči o sadržaju ankete i procesu uključivanja drugih mladih u mapiranje zajednice. Možda imaju bolje ideje.</p> <p>Možda će trebati da se napravi kanal društvenih medija za mlade koji podržavaju inicijativu – na primer na Discord-u ili u gradskom alatu za e-participaciju, gde će mladi moći da reaguju i razmene se o inicijativi.</p> |

AKTIVIRANJE ZAJEDNICE ZA VREME JAVNIH DOGAĐAJA - I DEO

| | |
|--|--|
| Format | Festival |
| Tip | Off-line |
| Očekivani rezultat | Činjenice i brojke se prikupljaju od zajednice |
| Koraci aktivnosti | <p>Lokalna omladinska grupa organizuje festival ili učestvuje na već postojećem festivalu. Ako događaj ima eko-društvenu relevantnu temu, može se očekivati veća saradnja; biće veći odziv ako se očekuje poznati gost (zabavljač ili govornik koji je veoma upućen u temu).</p> <p>Mladi ljudi tokom događaja rade intervjue na temu održivosti životne sredine, u posebnom prostoru ili se krećući među učesnicima. Da bi bili identifikovani kao grupa koja obavlja određeni zadatak, bilo bi bolje da oni koji postavljaju pitanja imaju identifikacioni element (na primer, ista majica sa logom svoje organizacije).</p> <p>Pitanja bi mogla biti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Da li ste zainteresovani za temu ekološke održivosti? • Da li mislite, da po ovom pitanju, vaša zajednica čini dovoljno? • Koje pitanje održivosti životne sredine je ono koje vam je uvek na umu i koje pitanje je ono koje je se ne bavi dovoljno životnom sredinom? • Šta mislite da je dobar primer politike održivosti životne sredine? |
| Metode za uključivanje stejkholdera | <p>Na ovakvom događaju je lako upoznati stejkholdere, posebno lokalne kreatore politike i druga udruženja koja se bave ovim pitanjem.</p> <p>Prvo učešće se može postići tako što će oni učestvovati u prikupljanju podataka kao i svi ostali.</p> <p>Dalje učešće se može postići tako što bi se omogućila prilika za iznošenje prikupljenih podataka.</p> |
| Metode uključivanja mladih | <p>Mladi se lako uključuju ako vide vršnjaka koji traži njihovu aktivaciju; u maloj zajednici, mladim ljudima koji vode intervjue je lako da se na događaju sretnu sa osobama koje već poznaju iz škole i to olakšava saradnju.</p> |
| Šta je potrebno? | Olovka, papir (ili tablet) za osobu koja postavlja pitanja, uniforme. |
| Saveti za trenere | Ako je moguće, lakše je prikupljati podatke preko tableta i interneta koristeći on-line obrazac. |

AKTIVIRANJE ZAJEDNICE TOKOM JAVNIH DOGAĐAJA - II DEO

| | |
|--|---|
| Format | Izložba na otvorenom |
| Tip | Off-line |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Činjenice i brojke se prikupljaju iz zajednice. • Identifikovani su ključni ekološki problemi u zajednici. • Prikupljene su najbolje prakse. |
| Koraci aktivnosti | <p><i>Primer u lokalnu: Tokom leta 2021. godine, opštinska policija Loana uspešno eksperimentiše sa tehnikom aktivacije zajednice po pitanju bezbednosti i borbe protiv zloupotrebe alkohola i droga među mladima i kroz prisustvo gazebe u prostorima gde se okupljaju mladi. Preko prezidijuma nude informacije i preko anonimnih upitnika prikupljaju svedočenja.</i></p> <p>Ista tehnika, uz modifikacije može se koristiti za aktiviranje zajednice po pitanju održivosti životne sredine. Za realizaciju ove aktivnosti potrebno je:</p> <ul style="list-style-type: none"> • da postavite gazebo u oblasti sa velikim prometom, po mogućstvu koju posećuju mladi ljudi: u blizini škole, parka, autobuske stanice ili tipične popodnevne ili večernje šetnje. • Ukrasite svoj prostor informativnim materijalom koji objašnjava temu vaše aktivacije, a možda i pružajući građanima informacije na temu održivosti životne sredine. • Pripremite upitnik koji ćete predati zainteresovanim licima koje spontano priđu vašem gazebo. <p>Upitnik može pitati koja pitanja održivosti životne sredine su im bliska, gde je u zajednici potrebna akcija (u smislu održivosti životne sredine), da li znaju za neki dobar primer i da li bi želeli da ostanu u kontaktu sa inicijativom.</p> |
| Metode za uključivanje stakeholdera | Ne možete postaviti gazebo bez dozvole opštine ili škole u kojoj ćete postaviti: traženjem dozvole uspostavite te kontakt sa nadležnim, što će vam pomoći da podignete njihovu svest o ovom pitanju. Koristite ovaj otvoreni kanal da dostavite nadležnim organima rezultate istraživanja. |
| Metode uključivanja mladih | Ova praksa se fokusira na angažovanje mladih kroz prisustvo u delovima grada koji najviše doživljavaju. Verovatno je da bi to funkcionisalo 100% potrebno je prethodno interesovanje javnosti za temu kao i određena sposobnost operatera gazebe da privuče njihovu pažnju, možda tako što im priđe i prvi započne razgovor. |
| Šta je potrebno? | Gazebo, poster, flajeri, olovka, papir ili tablet za svakog ko postavlja pitanja. Uniforme, odnosno nešto što će ljudi koji vode aktivnost nositi da bi se identifikovali kao grupa. |

Saveti za trenere

- Ponovite inicijativu nekoliko puta tokom određenog vremenskog perioda (na primer, jednom mesečno tokom leta).
- Neprofitne organizacije često ne plaćaju zauzimanje javnog zemljišta, tako da ova inicijativa ne bi trebalo da ima nikakve troškove osim materijalnih.
- Da bi ste privukli pažnju pre i posle početka oglašavajte svoju aktivnost preko društvenih kanala i saopštenja za štampu.

AKTIVIRANJE ZAJEDNICE TOKOM JAVNIH DOGAĐAJA - III DEO

| | |
|--|---|
| Format | Sastanak omladinskog kluba/udruženja |
| Tip | Off-line |
| Očekivani rezultat | Predstavljena je i diskutovana mapa životne sredine. |
| Koraci aktivnosti | <p>Aktivnost je efikasan način da se predstavi rad kao što je mapiranje zajednice, a posebno mladima je značajna društvena večera.</p> <p>Aktivnost se sastoji od otvaranja omladinskog centra ili vašeg prostora za sastanke zajednici na jedno veče i večere.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukrasite prostor svoje zajednice posterima koji opisuju proces mapiranja zajednice i njegove rezultate; • Prikažite svoju fizičku mapu ili ako je multimedijalna, pripremite projektor ili veliko platno za prikaz; • Ponudite laganu večeru na bazi švedskog stola gde se može jesti stojeći; • Pozovite svoju publiku da se slobodno kreće prostorom i uči o temi čitajući postere; • Odredite trenutak tokom večere, kao što je pauza, gde ćete ilustrovati mapu zajednice govoreći učesnicima o tome. • Nakon prezentacije, ponovo započnite trenutak druženja nudeći zdravicu ili desert, tako da se publika ohrabri da ostane i razgovara još malo nakon predstavljanja mape vaše zajednice. |
| Metode za uključivanje stejkholdera | Formalni poziv za prisustvovanje večeri treba poslati predstavnicima vlasti, finansijerima inicijative, kao i preduzetnicima ili drugim organizacijama koje su osetljive na ovu temu. Nakon poziva trebalo bi da bude praćen neformalnim kontaktom kao što je telefonski poziv. |
| Metode uključivanja mladih | Imamo način da kažemo odakle dolazimo: hrana uvek privlači. Ako pozovete mlade ljude da prisustvuju događaju kao što je konferencija o klimatskim promenama, mogli bi biti obeshrabreni da prisustvuju preteranoj formalnosti događaja, da predugo sede i slušaju kao u školi. Ideja o večeri je, sa druge strane, oslobođena ove formalnosti i omogućava opuštenije učešće. |
| Šta je potrebno? | Veliko, otvoreno mesto, hrana, švedski sto, pribor za jelo, informativni poster, mapa vaše zajednice ili neki medijski alati za to. |
| Saveti za trenere | Za takav događaj morate izračunati maksimalan kapacitet mesta i pripremiti odgovarajuću količinu hrane. Da bi ste upravljali posećenošću, može biti korisna rezervacija, ali iskustveno gledano, uvek postoje ljudi koji se pojave u poslednjem trenutku bez prethodne najave. Ako se plašite da će nešto od onoga što ste pripremili biti bačeno, obavestite udruženje koje deli hranu siromašnima da dođu i pakupe ostatke. Ako možete, organizujte događaj kao besplatan. Ako baš mora da se naplaćuje ulaz, neka cena bude što niža da ne biste obeshrabrili mlade. Kao alternativa, uvek možete zatražiti besplatnu ponudu. |

OBAVEŠTENJA I NAPOMENE

Osnovna ideja događaja je prikupljanje informacija o ekološkim problemima koje su uočene u svojoj zajednici. Događaj će se odvijati u dve faze. Prva faza – ekološki objekat, gde će svako imati priliku da zapiše svoje ideje i iskustva na beloj tabli. Druga faza se odvija na društvenim mrežama, gde će svaka osoba imati priliku da zapiše svoje ideje i iskustvo na JamBoard linku koji će biti objavljen na različitim društvenim medijima

| | |
|-----------------------------------|--|
| Format | Izložba na otvorenom, internet link. |
| Tip | Izmešano (1 nedelja). |
| Očekivani rezultat | Prikupiti činjenice iz što šire publike kako bi dobili informacije o situaciji u svim područjima zajednice (različite grupe uzrasta i lokacija). To je prilika da se lokalnim ljudima dozvoli da anonimno govore o situaciji. |
| Koraci aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Napraviti tablu i referentni materijal za ljude kako bi mogli da obavljaju ovu aktivnost. • Postaviti tablu u urbano okruženje koje posećuje mnogo lokalnog stanovništva (na primer, u centar grada, tržni centar, na neku terasu itd). • Pozvati ljude da izraze svoje mišljenje i ispričaju svoje iskustvo o tome šta su приметili u svojoj zajednici. • Ekološki objekti biće dostupni 1 dan. Od sledećeg dana do kraja nedelje, ljudi će u bilo kom trenutku imati pristup linku za izražavanje svojih misli i iskustava. • Nakon ove nedelje, sve informacije biće prikupljene i analizirane. |
| Metode uključivanja mladih | Ne postoje posebne metode za uključivanje stejkholdera i mladih ljudi u ovu aktivnost jer će ovo biti ekološki objekat dostupan svima. Kako će ova aktivnost imati dva dela, biće potrebno da se ljudi podstaknu da dele informacije o ovoj prilici. |
| Šta je potrebno? | Bela tabla, markeri, olovke, štampa – referentni materijal, papir. |
| Saveti za trenere | Kako ova aktivnost nema potrebe za trenerima, već za aktivnom i strateškom komunikacijom na društvenim mrežama da informiše što veći broj stanovništva, treneri moraju da vode računa da će uvek postojati deo društva koji će odbiti ili izraziti nelogično mišljenje koje nije vezano za temu. |

3.3 VEŽBE SA NAJVEĆOM KOLIČINOM POTREBNIH RESURSA

| SKUPŠTINA COMMUNITY CHALLENGERS! | |
|-------------------------------------|---|
| Format | Proces formiranja struktura |
| Tip | Izmešano |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Struktura mobilisanih mladih ljudi uravnotežena sa strukturom odraslih, koji podržavaju inicijativu promene životne sredine i koji mogu uticati na različite sredine. • Odrasli treba da postanu mentori, savetnici i promoteri inicijative među ostalim odraslima u svojim inicijativama. |
| Koraci aktivnosti | <p>Prvi korak je mobilizacija mladih i odabir grupe od 5-10 mladih ljudi koji bi želeli da preuzmu vođstvo projekta. Da bi se postigao ovaj cilj:</p> <p>a) Izrada nacrtu koncepta akcije sa ključnim prekretnicama koje treba postići (na primer: izgradnja struktura, kreiranje strategije, izgradnja partnerstava, izvođenje mapiranja zajednice, sprovođenje i održavanje promena). Mladi će biti predstavljeni kao glavni inicijatori, lokalni super heroji koji predvode promene u svojoj lokalnoj zajednici.</p> <p>b) Sirenje ideje akcione grupe Community Challengers-a na mestima gde su mladi aktivni (lokalni mladi ekolozi i klimatski demonstranti, nevladine organizacije uključene u ekološke akcije, na on-line platformi za e-participaciju zajednice (uključujući mlade), u školama, na univerzitetu, među lokalnim omladinskim klubovima).</p> <p>Organizovanje dvodnevni sastanaka mladih ljudi zainteresovanih za učešće i/ili vođenje inicijativa (na primer 2 subote zaredom). Prvi sastanak će trajati najmanje jedan dan, kako bi se objasnio koncept inicijative, predstavio i razgovarao o mogućim ulogama, izradio nacrt ciljeva koje treba postići i razmisliti o inicijativama koje treba preduzeti. Kreirati on-line kanal saradnje i komunikacije (kao basecamp, diskord, on-line platforma za e-participaciju). Drugi sastanak biće posvećen odabiru inicijativne grupe (5-10 mladih ljudi koji predvode inicijativu i postaju deo tela koje odlučuje), mapiranju stejkholdera, identifikaciji potencijalnih odraslih koji bi mogli da se pridruže inicijativi, kreiranju pravila i izradu akcionog plana.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mladi ljudi će mapirati različite stejkholdere uz pomoć vežbe mapiranja stejkholdera. · Do stejkholdera se dolazi pozivom kao mentori/savetnici. · Ove osobe treba da budu predstavnici različite grupe stejkholdera, na primer: iz škole/univerziteta, lokalnog veća, opštine, lokalnih preduzeća, turističkih agencija, lokalni omladinski radnici ili ekolozi. |
| Methods to involve the stakeholders | <ul style="list-style-type: none"> • Different stakeholders will be mapped by young people with a stakeholder mapping exercise. • The stakeholders will be reached by invitation to the body as mentors/advisors. |

| | |
|--|--|
| <p>Metode uključivanja mladih</p> | <p>Inicijativa akcione grupe Community Chalers-a će se širiti na mestima gde su mladi aktivni i to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • između lokalnih mladih lidera • između lokalnih mladih ekologa i klimatski demonstrana, • između lokalni nevladini organizacija koje su uključene u ekološke akcije, • preko on-line platformi za e-učešće zajednice (uključujući mlade) • u školama, na univerzitetu, među lokalnim omladinskim klubovima |
| <p>Šta je potrebno?</p> | <p>Laptop sa priključkom na internet, papir, prostor na 2 dana (soba za ~20 osoba, sa TV ili projektorom, tablom, flipčartovima, olovkama).</p> |
| <p>Saveti za trenere</p> | <p>Možda bi bilo relevantno čak i pre izgradnje strukture, kreirati kanale za distribuciju na mreži. Na TikTok-u, Instagram-u, Facebook-u, u zavisnosti gde su mladi ljudi aktivni, sa početnom strategijom širenja za informisanje mladih o inicijativi i omogućavanje deljenja pod zajedničkim hashtagom.</p> <p>Ako je moguće, od samog početka biće ograničena upotreba papira i opreme za jednokratnu upotrebu.</p> |

STUDIJSKI PROGRAM ŽIVOTNE SREDINE U ŠKOLI

Osnovna ideja aktivnosti je kreiranje programa aktivnosti koji bi se mogao integrisati u škole. U ovom programu biće različite aktivnosti vezane za stanje životne sredine u zajednici gde će svaki učesnik imati priliku da proučava različita ekološka pitanja i povezanost sa zajednicom. Grupe se popunjavaju iz razreda.

| | |
|--|--|
| Format | Studijski program |
| Tip | Offline (40 minuta) |
| Očekivani rezultat | Podstaknuti mlade da sagledaju situaciju u svojoj zajednici i da govore o onim stvarima koje su im najvažnije. |
| Koraci aktivnosti | <p>Pre aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Napravite program koji će biti integrisan u školski program – sastavite sve aktivnosti, materijale, Energajzer itd. • Aktivnost će biti organizovana u 2 faze po 40 minuta • Identifikujte grupe (mladi od 13-19 godina iz lokalne škole) i napravite plan časa • Grupe se popunjavaju iz razreda <p>Aktivnosti 1. faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uvod o događaju—svrha i zadaci • Diskusija o situaciji u zajednici • Aktivnost kreiranja mape gde učesnici mogu označiti mogućnosti i izazove <p>Aktivnosti 2. faze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sve uključene grupe se sastaju i stvaraju jednu zajedničku mapu • Evaluacija |
| Metode za uključivanje stejkholdera | Nastavnici će biti uključeni u aktivnost koja će učenicima pružiti neobičniji način nastave. |
| Metode uključivanja mladih | Da bi se mladi ljudi uključili u mapiranje, postoje mogućnosti za učenje na kreativan način i dobijanje novih informacija o svojoj zajednici. |
| Šta je potrebno? | Papir, špenadle, štampana karta grada za svaku grupu (A4 format), štampana karta grada za zajednički rad (A3 format) |

Saveti za trenere

- Trener će biti nastavnik
- Mora da podstiče učenike da kritički razmišljaju i sagledavaju stvari iz drugačijeg ugla
- Trener mora da uključi sve učesnike i da im zada konkretne zadatke
- Trener može da ocenjuje učenike
- Vežbanje kroz vizuelno učenje: obogatiti slikama, grafikama, video zapisima, interaktivnim funkcijama i novim metodama koji su povezani sa okruženjem.

SUPERNATURAL FESTIVAL

Supernatural festival je događaj kojim se obeležava Međunarodni dan planete Zemlje.

Supernatural festivali može okupiti različite ekološke nevladine organizacije, akademske institucije, razne kompanije, poznate ličnosti i medije. Program čine muzika, zelena pijaca, ekološke radionice i debate. Koncept festivala je edukacija i zabava.

Supernatural festival može postati glavna aktivistička platforma oko koje se ljudi okupljaju za određeni cilj. Svake godine festival prati određenu temu, a ta tema se istražuje kroz kampanje i radionice.

Primer: U Beogradu, Srbija, od 2007. godine festival je imao teme kao što su zelena arhitektura, reciklaža, organska poljoprivreda, biodiverzitet. 2022. godine festival će se fokusirati na pčele i biljke koje su prijateljske za njih. Biće aktivistička platforma za promovisanje dobrobiti pčela i biodiverziteta gradova. Ovaj dokument za mapiranje zajednice biće primer kako mobilisati zajednicu oko teme pčela i biodiverziteta grada.

| | |
|--|--|
| Format | Festival |
| Tip | Blended |
| Očekivani rezultat | <ul style="list-style-type: none"> • Motivisati građane ovog kraja da učestvuju u aktivizmu za pčele. • Koristeći metode nauke, od zajednice se prikupljaju činjenice i brojke o biodiverzitetu područja. • Ekološka mapa je predstavljena i diskutovana na festivalu. |
| Koraci aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> • Osmisliti i pokrenuto kampanju pozivajući građane da učestvuju u naučnom projektu građana. • Prikupiti podatke i slike. • Predstaviti ih na festivalu. |
| Metode za uključivanje stejkholdera | <p>Supernatural festival okuplja građane, predstavnike nevladinih organizacija, preduzeća, škole i kreatore politike. Nevladine organizacije biće direktno pozvane, a mnoge od njih biće zainteresovane da se pridruže pošto krenu pozivi na festival. Lokalne škole su odabrane i pozvane da učestvuju u radionicama. Na festivalu svi učestvuju u programu.</p> <p>Primer: NVO (Nevladine organizacije): lokalna NVO aktivna za pčele na događaju će organizovati radionice o pčelama. Biće organizovana predavanja i debate. Pre manifestacije, lokalna nevladina organizacija će preko društvenih mreža promovisati festival kroz šerovanje informacija o dobrobiti pčela i na taj način stvoriti pompu i interesovanje građana.</p> <p>Firme: privredna društva koja su deo festivala su partneri i sponzori manifestacije. Oni će promovisati svoj proizvod ili uslugu kroz projekte korporativne društvene odgovornosti.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>Metode za uključivanje stejkholdera</p> | <p>Lokalni kreatori politike: pošto je festival fokusiran na biodiverzitet gradova, pozvaćemo opštine u tom području da uzmu učešće i razgovaraju o budućim aktivnostima grada u pogledu povećanja zelenih površina grada. Pored toga, kreirali smo inicijativu u budućim projektima grada za sadnju biljaka koje su bliske pčelama. Festival će biti aktivistička platforma za ciljeve.</p> <p>Škole: mapirati škole širom okruga, pozvati ih da mapiraju biodiverzitet područja i prezentuju rad na festivalu</p> <p>Građani: kroz kampanju festivala pozvati građane na projekat nauke o građanima: biće pozvani da mapiraju biodiverzitet područja grada, prikupе podatke i predstave ih na festivalu.</p> <p>Detaljnije objašnjenje metode nauke: Kroz kampanju za festival, preko društvenih mreža pozvati građane da budu deo naučnog projekta mapiranja biodiverziteta na lokalnom području (Opština Stari grad). Za festival biće postavljena posebna stranica na društvenoj mreži i ljudi će biti pozvani da slikaju pčele, insekte i biljke u okolini u kojoj žive. Ovo će biti interaktivna grupa u kojoj će ljudi razgovarati o onome što su videli, postavljati pitanja i fotografije, komentarisati itd.</p> <p>Ideja je da se angažuje lokalna zajednica da bude svesnija o biodiverzitetu u okruženju, da se upozna sa njegovim vrednostima i da se podigne svest i potreba za njegovom zaštitom. Prikupljene fotografije biće izložene na festivalu.</p> <p>Tim biologa biće deo grupe na društvenim mrežama, koji će biti zaduženi za vođenje stranice i komunikaciju sa građanima.</p> <p><i>Primer: Građanin slika pčelu na cvetu, podeli stranicu i ljudi raspravljaju o onome što vide. Biolog daje detaljnije informacije o fotografiji.</i> <i>Pre festivala planiramo da napravimo izložbu fotografija snimljenih slika, a ljudi će na festivalu moći dalje da se upoznaju sa biodiverzitetom područja.</i></p> |
| <p>Metode za uključivanje mladih</p> | <p>Supernatural festival je orijentisan prvenstveno na mlade. Na događaj ih privlači muzika i kada tamo budu uključeni u razne obrazovne programe.</p> <p>Ukupna ciljna grupa festivala su mladi od 16 do 25 godina, ali i porodice sa decom. Kampanja za festival će ih privući na događaj i motivisati ih da se angažuju u projektima nauke.</p> |

Šta je potrebno?

- Lokalna lokacija za festival (dozvola opštine), tim za događaje i organizaciju, oprema za bine, ulaze i sl., sanitarne zgrade, tereni za hranu i piće, saradnja sa lokalnim aktivistima, dobavljačima hrane itd.
- Fotografije koje su snimili građani biće odštampane i izložene na festivalu.

4. DODATNI IZVORI I KORISNI LINKOVI

Mobilizacija zajednice: strategije vođene najboljom praksom (Community Mobilization: Strategies Guided by Best Practice). Zagovornici mladih, Strategije zdravstvenih informacija (Advocates for Youth, Health Information Strategies). Autor: Barbara Huberman, RN, BSN, Med; dr Tom Klaus; i Laura Davis, MA. 2014. Preuzeto 05.07.2021.

Mobilizacija zajednice i učešće" (Community Mobilization and Participation) (u PDF-u). Odeljenje za razvoj žena i dece (Women and Child Development Department), Orrissa. str. 197-205. Preuzeto 05.07.2021.

Mobilizacija životne sredine u Evropi i Sedinjenim Državama (Environmental Mobilization in Europe and the United States). U Vingtieme Siecle. Revue d'histoire, vol. 113, broj 1, 2012, str.15-27. Preuzeto 05.07.2021.

DRUGI DEO: DIGITALNE MAPE ZAJEDNICE NA MREŽI

U ovom delu, razmotrićemo jednostavan način kreiranja digitalne mape zajednice koja prikazuje ključna pitanja životne sredine i klime u lokalnoj zajednici, kao i ključne učesnike, potencijalne partnere, resurse i rešenja za ova pitanja. Ove digitalne mape kreiraju lokalne grupe mladih ljudi koji saraduju i ilustruju kako vide svoju zajednicu, šta su problemi i koje promene bi želeli da vide i na kojima aktivno rade u saradnji sa vršnjacima, partnerima, kreatorima politike i drugim akterima u zajednici.

Ovaj deo kompleta alata vas vodi kroz različite korake kreiranja digitalne mape zajednice kroz kratki “korak po korak” vodič i video uputstvo.

5. SOFTVER: MIRO

Miro je digitalna bela tabla na mreži koja ima beskonačno “platno” i omogućava vam da uradite bilo šta što tabla može da uradi: od pisanja na njoj, dodavanja slika, dodavanja lepljivih beleški i širokog spektra drugih funkcionalnosti. To je real-time alatka, tako da vam omogućava da vidite šta drugi rade na tabli a oni mogu da vide šta vi radite. Miro se koristi u različite svrhe i pomaže u vizuelizaciji ideja, diskusija, beleški pa čak i vežbi mapiranja.

Neke od osnovnih funkcija kao što su frame-ovi za tekst, lepljive beleške, oblici i okviri su objašnjeni u MIRO-u kroz tutorijale i vodiče za učenje i inspiraciju.

Glavni razlog zašto smo odabrali MIRO za naše digitalne, interaktivne mape zajednice je taj što je veoma intuitivan i lak za korišćenje. U isto vreme nudi mnogo alata za kreiranje i personalizaciju mapa zajednice kao i alate preko kojih se lako dalje može šerovati i saradivati tako da nekoliko ljudi može istovremeno da radi na mapi.

Da bi ste imali više funkcija ili da bi ste mogli da delite sa više ljudi, MIRO možete lako da nadogradite na uslugu koja se plaća. Za naše potrebe, besplatna verzija MIRO-a je dovoljna.

Počnite tako što ćete se prijaviti na: www.miro.com za besplatnu verziju.

Oflajn mapa zajednice i analiza situacije kao osnova

Iako možete u MIRO-u da počnete da kreirate svoju mapu od nule direktno, preporučljivo je da počnete sa Off-line vežbama i aktivnostima koji su opisani u prvom delu ovog kompleta. U ovom prvom delu, sledeće metode su detaljno opisane: uspostavljanje i opis zajednice, ankete, foto safari, prikupljanje činjenica i brojki, intervjui u zajednici, fokus grupe, sociometrijska metoda, mapiranje imovine zajednice, drvo sa problemima i rešenja, istraživanje tržišta, skeniranje ekoloških medija i SWOT analiza. Za digitalne mape zajednica u MIRO-u, ove metode i njihovi rezultati mogu predstavljati veoma dobru bazu podataka, tema za diskusiju, identifikovanje ekoloških problema, potencijalnih resursa i partnera kao i mnoge druge aspekte o kojima je ranije bilo reči u vašoj grupi.

Imajte na umu da mapiranje zajednice (Off-line ili On-line) ima snažan fokus na proces i saradnju; o različitim gledištima koje članovi zajednice mogu imati o određenim pitanjima ili resursima i učesnicima u vašoj zajednici, kao i o mogućnosti ažuriranja i dodavanja novih elemenata na mapu.

Dakle, to je procesno orijentisan alat za saradnju. Iako su činjenice i brojke o vašoj zajednici i njenim ekološkim pitanjima, kao i krajnji rezultat posedovanja detaljne i ilustrativne mape, ključni, ovaj alat takođe ima subjektivne elemente koji pokazuju šta je važno članovima zajednice i mladim ljudima, uzimajući u obzir njihove različite tačke pogleda. Na primer, za neke ljude određene kompanije u zajednici su uzrok ključnih ekoloških problema u zajednicama, a drugi ih vide kao potencijalne partnere ili ključne učesnike u rešavanju problema životne sredine. Neki ih vide kao problem, a drugi kao potencijalni resurs za rešenje; verovatno su obe strane u pravu.

6. KLJUČNE KARAKTERISTIKE DIGITALNIH MAPA COMMUNITY CHALLENGERS-A

a. Besplatan, intuitivan i jednostavan za korišćenje

Činjenica da MIRO ima besplatnu verziju je ključna za širenje i efekat umnožavanja digitalnog alata za mapiranje i omogućava budućim korisnicima da jednostavno i slobodno koriste ovaj alat za mapiranje sopstvene zajednice. Nažalost, MIRO je samo na engleskom, ali njegove karakteristike koje su veoma jednostavne za korišćenje čine ga veoma prilagođenim korisnicima i veoma intuitivnim za korišćenje.

b. Zasnovan na vebu, ažuriran, deljiv i interaktivan

MIRO je zasnovan na web-u i kreirane mape može da kreira nekoliko korisnika u isto vreme. Mape se lako mogu šerovati na mreži i ažurirati. Tokom projekta Community Challengers, novi elementi biće dodati mapi što je čini živim alatom za razliku od statičnih mapa. Pitanja životne sredine i podaci oko njih, kao i moguća rešenja, nove ideje za njihovo rešavanje i nove inicijative pojaviće se tokom i nakon projekta Community Challengers. Zbog toga su toliko važne ove interaktivne funkcije.

c. Neograničeno kreativno izražavanje

Svaka zajednica je drugačija i unutar svake zajednice pojedinci imaju različite poglede na (ekološka) pitanja, resurse, ključne učesnike u svojoj zajednici. Zbog toga, alat za digitalne mape zahteva širok spektar opcija i mogućnosti za kreativno izražavanje. MIRO ima mnogo funkcija koje omogućavaju sa jedne strane sličan stil za sve mape zajednica projekta Community Challengers a sa druge strane, za individualne dizajne kroz širok spektar boja, oblika, ikonica, emodžija, ubačenih vizuelnih prikaza, fotografija, video zapisa, text box-ova, komentara kao i mnogo drugih funkcija. Svaka digitalna mapa zajednice biće kreirana na mnogo različitih načina i odražava kreativni izraz svake lokalne grupe.

d. Fokusiranje se na ekološka pitanja i rešenja

Mapa može odražavati mnogo različitih aspekata zajednice od društvenih i ekonomskih do infrastrukturnih aspekata, zdravlja, životne sredine i još mnogo toga. U projektu Community Challengers fokusiramo se na pitanja životne sredine i klime i pokušavamo da predstavimo koja su ključna pitanja, ali i resursi i potencijalni partneri ili ključni učesnici u zajednici. Mnogi ekološki izazovi mogu biti lokalni, ali su na kraju povezani sa regionalnim, nacionalnim ili svetskim ekološkim izazovima. Dakle, digitalna mapa može predstavljati lokalna pitanja koja su hitna ili važna za lokalnu zajednicu, ali ih povezuje i sa globalnim temama ili inicijativama kroz text box-ove, linkove ka organizacijama i inicijativama, video zapise itd.

e. Geografski i tematski pristup

Mnoga pitanja životne sredine ili klimatskih promena, kao što su zagađenje vazduha, prekomerna potrošnja, plastični otpad, kisele kiše teško je locirati na preciznim geografskim mestima na mapi, jer mogu postojati u celoj zajednici. Ipak, preko digitalnih mapa pokušavamo da identifikujemo ove ključne probleme u zajednici i pokušavamo da ih postavimo na mapu preko vizuelnih alata kao što su ikonice, fotografije, okviri za tekst, lepljive beleške, itd. S obzirom na prirodu većine ekoloških problema, važno je ne postaviti ih na preciznu lokaciju na mapi već ih postaviti negde i dati potrebna objašnjenja i vizuelne nagoveštaje.

7. TEHNIČKI ASPEKTI MIRO-A

MIRO je besplatan i dostupan svima. Svakom učesniku je potreban digitalni uređaj ili ga deli sa još 2-3 osobe. Alat je lako dostupan na mobilnim uređajima i laptopovima i sa internet vezom koja je stabilna.

Postoji ogroman broj tehničkih aspekata. Za zajednički rad, svim učesnicima je potreban pristup tabli. Ovo se može uraditi deljenjem istog prijavljivanja sa svim učesnicima, deljenjem veze na forumu ili podešavanjem sopstvenih naloga. Vlasnik table treba da obezbedi da svi imaju pristup za uređivanje, a ne samo da „pregledaju“ (read only). Ovo se može podesiti neposredno pre kopiranja linka sa pozivnicom.

Mogu se koristiti Mape uma u različitim stilovima, tabele koje se mogu prilagoditi potrebama. Dok ljudi rade istovremeno, jedno lice treba da bude „čuvar“ ili kustos: raspoređuje post-ove, emodžije, beleške i vodi pregled prikupljenih postova. MIRO nema ograničenja i nudi mnogo šablona (templates).

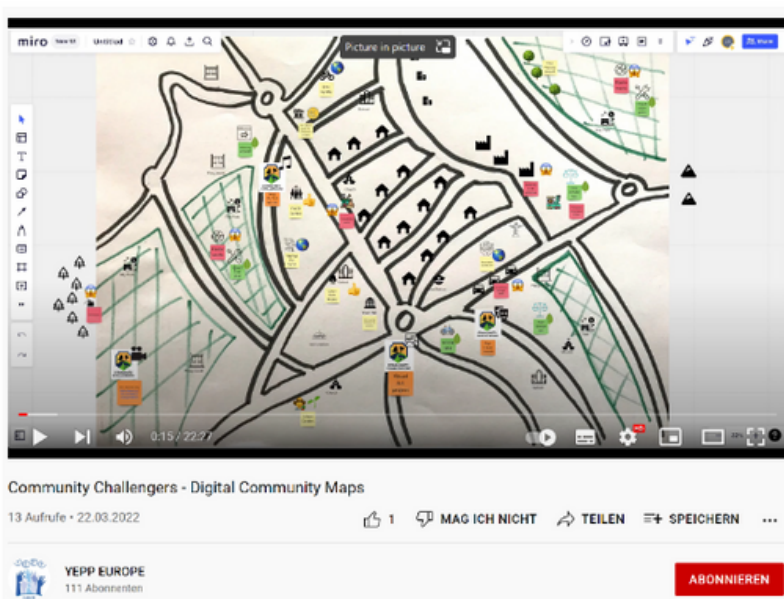
Sa „frame“-ovima koji se mogu podesiti, određena polja, mape uma ili prostor za saradnju mogu se sačuvati pod određenom temom (na primer „Ideje za promenu“). MIRO tabla u celini se ne može sačuvati, dok se frame-ovi mogu sačuvati kao PDF dokument na jednoj stranici i lako deliti sa ostalim učesnicima.

Tehnički aspekti, ovde navedeni, su samo neki najistaknutiji primeri mogućnosti za rad sa MIRO-m. Platforma pruža mnogo više funkcija koje se mogu otkriti kroz intuitivno korisničko okruženje.

8. KAKO NAPRAVITI SVOJU DIGITALNU MAPU ZAJEDNICE U MIRO-U

Svaka digitalna mapa se kreira u grupnom procesu, a odluke o tome kako vizuelno predstaviti elemente unutar mape, zavise u potpunosti od članova grupe. Sledeće preporuke i primeri dati u ovom kompletu alata su samo kao smernice. Na svakoj grupi je da odabere sopstveni stil, vizuelne elemente i alate za pravljenje sopstvenih digitalnih mapa.

Digitalne mape zajednice: Tutorijal (video koji će biti izrađen i ubačen)



Link ka Youtube videu Youtube:
<https://www.youtube.com/watch?v=z6yK-MhJShA>

KORAK 1: Prijava

Prijavite se besplatno na www.miro.com i napravite praznu belu tablu.

KORAK 2: Geografsko područje kao pozadina

1. Pronađite geografsku kartu: Kao što je objašnjeno u prvom delu, važno je utvrditi geografsko područje vaše zajednice. Možete pronaći geografsku mapu iz svoje zajednice, okruga, grada ili sela i skenirati je ili pronaći digitalnu mapu na mreži. Evo nekoliko web lokacija na kojima možete dobiti besplatne digitalne mape: www.mapcarta.com,

Kao alternativa, možete nacrtati mapu svoje zajednice sa glavnim putevima, rekam ili drugim važnim znamenitostima. Ako je crtež urađen ručno, slika se može skenirati ili fotografisati i postaviti na MIRO.

2. Ubacite svoju mapu tako što prevučete mapu na tablu. Ova mapa biće glavna pozadina vaše digitalne mape zajednice.

U MIRO-u postoji širok spektar ikonica i emodžija koje možete pronaći u pretraživačima ikonica i emodžija (**Icon and Emoji Finders**) samo uz pomoć trake za istraživanje (Research Bar). Možete koristiti ikonice i emodžije koje želite - crno-bele ili u boji. Međutim, preporučujemo da koristite isti tip/stil ikonica u istoj kategoriji (spomenici i znamenitosti, ključni učesnici, ključna sredstva, ekološka pitanja itd.). Na taj način imaćete više konzistentnosti unutar vaše digitalne mape zajednice i učinićete je vizuelno privlačnijom. Ako nema dostupne ikonice ili emodžija za reč koju tražite, pokušajte da potražite sličnu reč.

Primer: Ne postoji ikonica za reč „prekomerna potrošnja“ (overconsumption), ali kada se traži reč „zagađenje“ (pollution), ima mnogo različitih ikonica i jedna koja bi mogla da se uklopi u reč „prekomerna potrošnja“ (overconsumption):

Dalje, ako vam se ne sviđaju predložene ikonice ili emodžije, takođe možete da kreirate sopstvene i da ih ubacite/prevučete na svoju mapu.

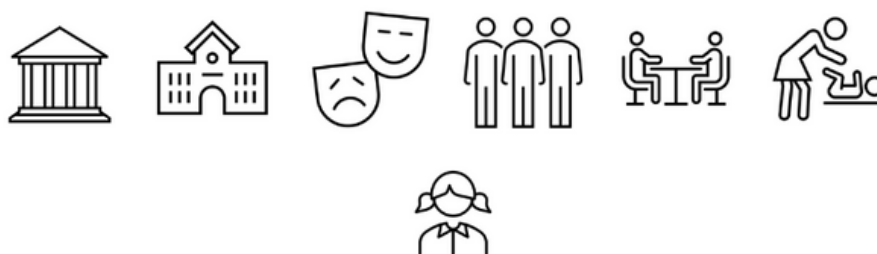
KORAK 3: Ključni spomenici i znamenitosti

Korišćenjem ikonice "Finder" u meniju MIRO table, ubacite glavne spomenike i orijentire u mapu kao što su ključne zgrade (crkva, opština, sud, policija, itd.) i druge znamenitosti (parkovi, igrališta, planine, plaže itd). Takođe pomaže i davanje geografske orijentacije i ključnih referenci. Ako je ikonica sama po sebi razumljiva, možete postaviti samo ikonicu ili možete napisati objašnjenje kroz traku za tekst. Takođe, postoje neki zanimljivi emodžiji koji se mogu koristiti.



KORAK 4: Ključni učesnici

U mapiranju imovine zajednice, takođe je važno identifikovati ključne učesnike i važne institucije za mlade ljude u kontekstu projekta Community Challengers i pitanja vezana za životnu sredinu i klimatske promene. Tu su škole, opština, organizacije aktivne u ovoj oblasti, javni sektor (javni organi), preduzeća i preduzeća (privatni sektor) i Nevladine organizacije ili udruženja (nezavisni sektor). Ako je ikonica sama po sebi razumljiva, možete ostaviti samo ikonicu ili možete napisati objašnjenje kroz traku za tekst. Takođe, postoje neki zanimljivi emodžiji koji se mogu iskoristiti.



KORAK 5: Ključna sredstva, resursi potencijalni partneri

Neke od ovih ubačenih institucija, organizacija i aktera mogu se označiti kao pozitivna sredstva ili resursi u zajednici, a posebno u kontekstu projekta Community Challengers. Kao oznaka za pozitivnu ili potencijalnu ulogu ovih sredstava ili resursa, možete dodati simbole, ikonice ili emodžije kao što su palac na gore ili bilo koji drugi simbol.



KORAK 6: Pitanja životne sredine i klime

Ključni ekološki problemi u lokalnoj zajednici koje je grupa u prvom delu identifikovala tokom Off-line vežbi mapiranja, mogu se staviti na digitalnu mapu preko ikonica i teksta i/ili lepljivih beleški. Ključna pitanja životne sredine u nastavku su opisana u Priručniku o održivosti i klimatskim akcijama (IO1). Da bi ste detaljno opisali lokalni problem možete koristiti iste kategorije i kodove boja iz Priručnika (tbc) dodati text-box i/ili lepljivu belešku ili komentar.

- Krčenje šuma
- Prenaseljenost
- Prekomerna potrošnja
- Oštećenje ozonskog omotača
- Kisele kiše
- Klimatske promene i globalno zagrevanje
- Urbano širenje
- Zagađenje
- Industrijski i kućni otpad
- Gubitak biodiverziteta

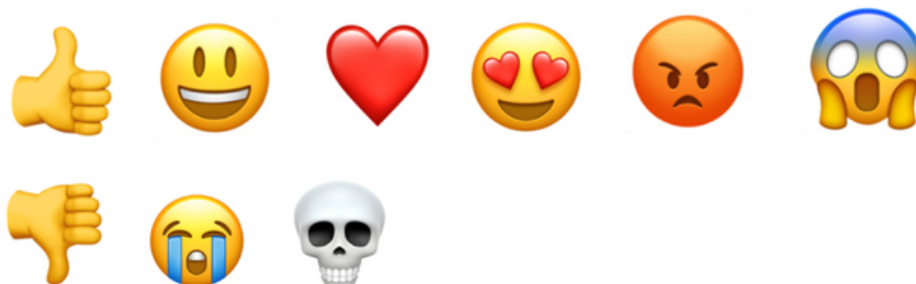
KORAK 7: Akcije vezano za klimu

Kada su ekološka i klimatska pitanja identifikovana i ilustrovana na mapi, dalje treba da se unesu moguća rešenja, inicijative ili učesnici koji bi mogli da reše ili ublaže te probleme. To mogu biti moguće akcije ključnih učesnika KORAK-a 4, postojeće akcije ključnih sredstava, resursa ili potencijalnih partnera iz KORAK-a 5, ili NOVE projektne ideje, kampanje ili bilo koje druge klimatske akcije koje grupa osmisli. Klimatske akcije mogu biti označene logotipom - Cilj 13 „Klimatske akcije“ Ciljeva Održivog Razvoja (Goal 13 “Climate Action” of the Sustainable Development Goals) ili sličnim simbolom. Kroz ubačene box-ove za komentare na ovu postojeću ili predloženu klimatsku akciju, može se pokrenuti razmena i ljudi mogu davati komentare i razmenjivati ideje o tome.



KORAK 8: Emodžiji (Emotions) ili osećanja

Kada je širok spektar elemenata dodat na mapu (od ključnih spomenika, znamenitosti i učesnika do ekoloških problema) neki od njih mogu biti označeni emodžijima kako bi se pokazalo da li su to problem, rešenja ili resursi za rešavanje ovih problema. Savršen alat za ovo su emodžiji koji se mogu naći u Emoji Finderu, ali se mogu koristiti i drugi vizuelni alati.



KORAK 9: Community Challenges

Kako se projekat nastavlja, mladi Community Challengers-a u različitim delovima Evrope će učiti kako da koriste umetnost i preduzetništvo za podizanje svesti i rešavanje određenih ekoloških i klimatskih izazova. U okviru projekta Community Challengers i kao sledeći KORAK nakon kreiranja digitalnih mapa, mladi će u svojim lokalnim zajednicama kreirati video snimke, pesme, vizuelne umetničke radove i pozorišne predstave koje se bave ekološkim i klimatskim pitanjima. Ova umetnička dela treba da budu postavljena i dodata u digitalne mape zajednice u obliku fotografija, video zapisa, zvukova i drugih oblika sa objašnjenjima u polju za tekst ili komentar. Takođe mogu biti vizuelno označeni Community Challengers logom.



KORAK 10: Dodatni elementi

SWOT Analiza

U prvom delu ovog kompleta alata opisujemo SWOT analizu. Ta analiza se može lako dodati (ubacivanjem tabele) i može biti dodatni element na mapi. Da bi se dobile povratne informacije ili da bi se članovi grupe uključili u razmenu mišljenja, mogu se dodati komentari.

Community Visions

Nakon što analiziraju svoju zajednicu, ekološka i klimatska pitanja u svojoj zajednici kroz Off-line aktivnosti i digitalnog mapiranja zajednice, grupama bi moglo da se predloži zanimljiva vežba kroz koju mladi definišu viziju svoje zajednice. Ova vežba može biti u obliku pisanog teksta ili umetničke forme (muzika, video, vizuelna umetnost, itd.) i takođe može biti predstavljena i dodata na digitalnu mapu.



**Co-funded by
the European Union**