

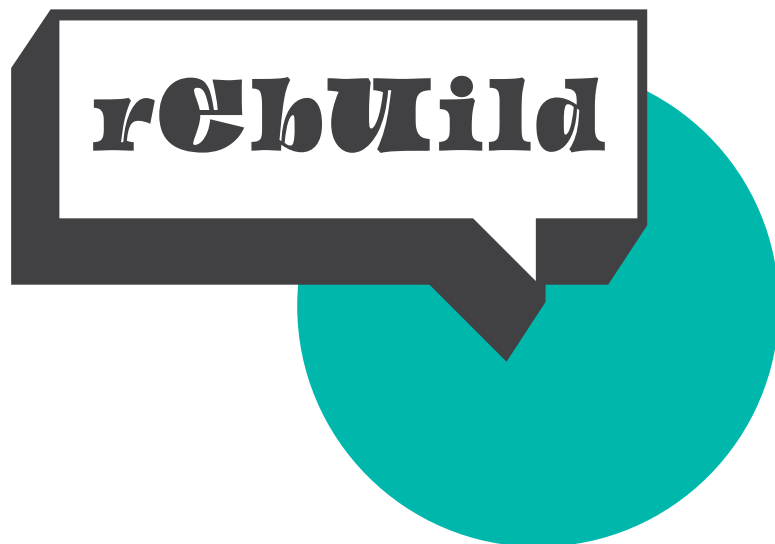
reBuild



Εγχειρίδιο Νέων REBUILD



Με συγχρηματοδότηση από το
πρόγραμμα «Erasmus+»
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Εγχειρίδιο Νέων REBUILD

ΠΕ3 - Ο3.2



Με συγχρηματοδότηση από το
πρόγραμμα «Erasmus+»
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

624760-EPP-1-2020-1-IT-EPPKA3-EU-YTH-TOG

Πίνακας Περιεχομένων

Εισαγωγή	5
Σύντομος Οδηγός για τον Σχεδιασμό και την Υλοποίηση Έργων	7
Κύκλος Ζωής Έργου: βήματα και συμβουλές για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση	7
Εργαλεία Διαχείρισης και Υλοποίησης Έργων	15
Οδηγός για Εκστρατείες Ευαισθητοποίησης στα Social Media	26
Πώς να δημιουργήσετε μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης στα Social Media	26
Πώς να δημιουργήσετε ένα VLOG	33
Παραδείγματα εμπνευσμένων Διαδικτυακών Εκστρατειών Ευαισθητοποίησης	35
Διαδικτυακά εργαλεία για τον Σχεδιασμό, την Υλοποίηση και τη Διεξαγωγή Εκστρατειών Έργων	37
Καινοτόμες Μεθοδολογίες και Βέλτιστες Πρακτικές από τοπικές οργανώσεις σε όλη την Ευρώπη	41
Λιθουανία	42
Ελλάδα	46
Κύπρος	50
Ισπανία	54
Ιταλία	57
Γαλλία	60
Βιβλιογραφία	65



Εισαγωγή

Καλώς ήρθατε στο έργο Rebuild και συγχαρητήρια που συμμετέχετε σε αυτή την προσπάθεια κοινωνικής αναγέννησης.

Η πανδημία COVID-19 έχει επηρεάσει καθοριστικά όλους τους τομείς της ψυχικής, κοινωνικής και επαγγελματικής ευημερίας των νέων. Παρά αυτή τη γενική αίσθηση απώλειας και απελπισίας, οι κοινότητες νέων, όπως η δική σας, σε όλη την Ευρώπη απέδειξαν για άλλη μια φορά την ανθεκτικότητά τους και την ικανότητά τους να δημιουργούν και να προχωρούν μπροστά.

Το έργο Rebuild φιλοδοξεί να ενισχύσει τις ικανότητες νέων ανθρώπων όπως εσείς και να τους δώσει τη δυνατότητα να διαδραματίσουν αποφασιστικό ρόλο στη βελτίωση των κοινοτήτων τους, εφοδιάζοντάς τους με τις δεξιότητες και τα εργαλεία που χρειάζονται για τη δημιουργία, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση κοινωνικών και περιβαλλοντικών έργων.

Περιλαμβάνει:

- A. Έναν Σύντομο Οδηγό για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη διάδοση έργων.
- B. Έναν οδηγό σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) και καινοτόμων εργαλείων για τη δημιουργία εκστρατειών ευαισθητοποίησης.
- C. Καινοτόμες Μεθοδολογίες και Βέλτιστες Πρακτικές από τοπικές οργανώσεις σε όλη την Ευρώπη.



Σύντομος Οδηγός για τον Σχεδιασμό και την Υλοποίηση Έργων

Εκπονήσαμε αυτόν τον σύντομο οδηγό σχετικά με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση έργων, προκειμένου να σας βοηθήσουμε να σχεδιάσετε, να υλοποιήσετε και να διαδώσετε πρωτοβουλίες που καθοδηγούνται από νέους/-ες. Καλύπτει ολόκληρο τον κύκλο ζωής ενός έργου, προσφέροντας χρήσιμες συμβουλές και εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε σε κάθε βήμα. Προσπαθήσαμε να απλουστεύσουμε ορισμένες τεχνικές έννοιες και διαδικασίες, με απώτερο στόχο να σας διευκολύνουμε να δημιουργήσετε ολοκληρωμένα και συνεκτικά έργα.

Περιλαμβάνει:

1. Τα βήματα που πρέπει να κάνετε για να σχεδιάσετε, να υλοποιήσετε, να διαδώσετε και να αξιολογήσετε ένα έργο. Τα εργαλεία που αναφέρονται εδώ επεξηγούνται περαιτέρω στην ενότητα που ακολουθεί.
2. Μια συλλογή εργαλείων που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κατά τη διάρκεια ενός ή περισσότερων από αυτά τα βήματα.

Κύκλος Ζωής Έργου: βήματα και συμβουλές για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση

Ως νέος/-α διαχειριστής/-στρια έργων (project manager), είναι σημαντικό να εξοικειωθείτε με ένα βασικό πλαίσιο στο οποίο στηρίζονται οι περισσότεροι/-ες διαχειριστές/-στριες έργων: τη Διαχείριση του Κύκλου Ζωής ενός Έργου. Η Διαχείριση Κύκλου Ζωής Έργου (Project Cycle Management) είναι ο κύκλος ενεργειών που θα σας επιτρέψει να μεταβείτε από την ιδέα στην υλοποίηση και την αξιολόγησή της. Διασφαλίζει ότι όλες οι δραστηριότητες και οι διαδικασίες είναι συναφείς, συνεκτικές και βιώσιμες.

Προγραμματισμός

Το πρώτο βήμα κάθε έργου είναι ο προγραμματισμός. Ο προγραμματισμός είναι εκείνη η στιγμή κατά την οποία:

1. Καθορίζετε τους μακροπρόθεσμους στόχους και τις στρατηγικές της ομάδας ή του/της οργανισμού/-νωσής σας.
2. Εξετάζετε τους μακροπρόθεσμους στόχους και τις στρατηγικές πιθανών δωρητών και φορέων χρηματοδότησης που θα μπορούσαν να υποστηρίξουν τις ιδέες σας.
3. Εξετάζετε το πλαίσιο στο οποίο δραστηριοποιείστε και εντοπίζετε τα κύρια

ζητήματα, τις ανάγκες και τις ευκαιρίες.

Προσπαθήστε να απαντήσετε σε ερωτήσεις όπως οι ακόλουθες:

- Με τι είδους θέματα θέλετε να ασχοληθείτε μακροπρόθεσμα; (π.χ. περιβάλλον, ένταξη των ατόμων με αναπηρία, έμφυλη βία κλπ.).
- Τι είδους προβλήματα παρατηρείτε στο περιβάλλον σας;
- Τι στόχους έχει ο οργανισμός σας μακροπρόθεσμα για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων;
- Ποιοι είναι οι δωρητές που υποστηρίζουν το έργο σε αυτά τα θέματα;
- Ποιοι είναι οι στόχοι τους; Τι είδους δράσεις στηρίζουν συγκεκριμένα;

Γιατί είναι σημαντική αυτή η φάση; Επειδή, για να υλοποιήσετε επιτυχημένες πρωτοβουλίες, θα πρέπει να βρείτε συνδεδετικούς κρίκους μεταξύ των μακροπρόθεσμων στόχων σας, των στόχων των φορέων χρηματοδότησης που θα μπορούσαν να σας υποστηρίξουν και των αναγκών του πλαισίου στο οποίο εργάζεστε. Διαφορετικά, το έργο σας μπορεί να μην χρηματοδοτηθεί ή να μην είναι σχετικό για τους ανθρώπους με τους οποίους εργάζεστε. Αυτή η αρχική φάση θα σας βοηθήσει επίσης να αναζητήσετε και να βρείτε τις κατάλληλες ευκαιρίες χρηματοδότησης για τον/την οργανισμό/-νωσή σας.

Στην περίπτωση του έργου Rebuild, ο εκάστοτε εταίρος του έργου ανέλαβε τον ρόλο του «φορέα χρηματοδότησης», ο οποίος ήθελε να υποστηρίξει «πρωτοβουλίες πράσινου τρόπου ζωής ή κοινωνικής αλληλεγγύης υπό την καθοδήγηση των νέων». Στη συνέχεια, εξετάσατε το πλαίσιο της δράσης σας και εντοπίσατε ορισμένα κύρια ζητήματα. Τέλος, εξετάσατε τα δικά σας ενδιαφέροντα και στόχους και επιλέξατε ένα κύριο θέμα που σχετίζεται με τον πράσινο τρόπο ζωής ή την κοινωνική αλληλεγγύη. Ύστερα, προχωρήσατε στην επόμενη φάση, τον προσδιορισμό της ιδέας του έργου σας.

Συμβουλές

- Όταν διαβάζετε τις στρατηγικές και τα έγγραφα των φορέων χρηματοδότησης, αναζητήστε έννοιες και λέξεις-κλειδιά που μπορεί να θέλετε να συμπεριλάβετε στο έργο σας. Οι κυριότεροι φορείς χρηματοδότησης είναι οι εξής:
 - ♦ Διεθνείς φορείς (π.χ. ο ΟΗΕ).
 - ♦ Ευρωπαϊκοί φορείς (π.χ. η Επιτροπή της ΕΕ).
 - ♦ Εθνικοί οργανισμοί.

- ◇ Εθνικά υπουργεία·
- ◇ Περιφερειακές διοικήσεις·
- ◇ Τοπικές διοικήσεις·
- ◇ Ιδιωτικά ιδρύματα, ινστιτούτα και άλλοι οργανισμοί.

➔ Εργασία

Έρευνα Γραφείου, Ερωτηματολόγια, Συνεντεύξεις, Ομάδες Εστιασμένης Συζήτησης (Focus Groups), τα Τέσσερα Τεταρτημόρια.

Προσδιορισμός

Το δεύτερο βήμα της διαχείρισης του κύκλου ζωής του έργου είναι ο προσδιορισμός. Είναι η στιγμή κατά την οποία προσδιορίζετε την κεντρική ιδέα του έργου σας.

1. Προσδιορίστε ανάγκες και στόχους: Στην αρχή, εξετάστε πιο προσεκτικά τις ανάγκες και τους στόχους που προσδιορίστηκαν στην προηγούμενη φάση. Αν υποθέσουμε ότι ενδέχεται να έχετε εντοπίσει πολλές ανάγκες και στόχους, σε αυτό το βήμα θα πρέπει να επιλέξετε αυτές που θέλετε να αντιμετωπίσετε με τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία.
2. Πραγματοποιήστε καταιγισμό ιδεών (brainstorming) για λύσεις: Στη συνέχεια, προχωρήστε σε καταιγισμό ιδεών για πιθανές λύσεις που θα σας βοηθήσουν να ανταποκριθείτε σε αυτές τις ανάγκες και να πετύχετε τους στόχους σας.
3. Ορίστε την ιδέα: επιλέξτε μία από τις πιθανές λύσεις με βάση τα κριτήρια της καινοτομίας, της σκοπιμότητας και της συνάφειας και γράψτε την σε μία πρόταση.

Η ιδέα μου είναι να.....
με στόχο να.....
στο πλαίσιο του/της

🗨 Συμβουλές

- Είναι σημαντικό να επιλέξετε μια ιδέα για την οποία ενδιαφέρονται τα μέλη της ομάδας. Η επιλογή ενός θέματος πραγματικού ενδιαφέροντος είναι καθοριστικής σημασίας όσον αφορά τα κίνητρα, τα οποία θα επηρεάσουν το αποτέλεσμα του έργου ποικιλοτρόπως. Η από κοινού χαρτογράφηση των θεμάτων και η εύρεση

του κοινού παρονομαστή είναι σαν το υπόγειο ενός σπιτιού που χτίζετε μαζί.

- Να θυμάστε πάντα να ξεκινάτε από την ανάλυση του πλαισίου και τον καθορισμό των στόχων, όχι από τις δραστηριότητες. Είναι δελεαστικό, αλλά μερικές φορές, ακόμη και αν έχετε μια πολύ καλή ιδέα μπορεί να μην ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της πρόσκλησης ή στις ανάγκες των ομάδων-στόχων. Για να το αποφύγετε αυτό, θα πρέπει οι ιδέες σας να πηγάζουν από τις προαναφερθείσες ανάγκες και όχι το αντίθετο.

➔ Εργαλεία

Έρευνα Γραφείου, Ποιοτική και Ποσοτική Έρευνα, τα Τέσσερα Τεταρτημόρια, Ανάλυση SWOT, Καταιγισμός Ιδεών (Brainstorming), Νοητική Χαρτογράφηση (Mind Mapping), Έμπνευση για Δράση.

Διατύπωση

Αφού προσδιορίσετε την ιδέα του έργου σας, μπορείτε να αρχίσετε να τη διατυπώνετε. Η φάση της διατύπωσης είναι αυτή κατά την οποία καθορίζετε όλες τις λεπτομέρειες του έργου σας. Αν και κάθε έργο είναι διαφορετικό και κάθε αίτηση χρηματοδότησης είναι διαφορετική, υπάρχουν ορισμένα βασικά στοιχεία που είναι κοινά σε κάθε έργο:

1. **Γενικός Σκοπός:** πρόκειται για τον κεντρικό στόχο του έργου, ο οποίος θα πρέπει να είναι ήδη γενικά καθορισμένος. Αναφέρεται στο μακροπρόθεσμο όφελος στο οποίο θα συμβάλει το έργο που όμως, δεν θα μπορέσει να το πετύχει αυτοτελώς.

π.χ. Να προληφθεί και να αντιμετωπιστεί η βία κατά των γυναικών (το έργο σας ενδέχεται να συμβάλει στην πρόληψη και την αντιμετώπιση της βίας κατά των γυναικών, αλλά δεν αρκεί για την επίλυση του προβλήματος.).

2. **Ειδικοί Στόχοι:** πρόκειται για τους άμεσους στόχους του έργου και είναι SMART (specific/ συγκεκριμένοι, measurable/μετρήσιμοι, achievable/επιτεύξιμοι, relevant/σχετικοί, time bound /χρονικά καθορισμένοι - βλ. ενότητα «Εργαλεία»). Συνήθως διατυπώνονται με απαρέμφατο: «Να αναπτυχθεί», «Να δημιουργηθεί», «Να ενισχυθεί» κλπ.

π.χ. Να δημιουργηθεί ένα πρόγραμμα κατάρτισης για τη Θεραπεία μέσω της Τέχνης (Art Therapy) για τους/τις επαγγελματίες που εργάζονται σε κέντρα καταπολέμησης της βίας. Να βελτιωθούν οι δεξιότητες των επαγγελματιών που εργάζονται σε κέντρα καταπολέμησης της βίας. (το έργο σας θα πετύχει άμεσα αυτούς τους στόχους και θα μετρήσετε την επίτευξή τους).

3. **Ανάλυση πλαισίου:** στην ανάλυση πλαισίου διατυπώνετε τις ανάγκες που εντοπίσατε στο περιβάλλον σας προκειμένου να αποδείξετε τη συνάφεια της πρωτοβουλίας σας.

π.χ. Το προσωπικό των κέντρων καταπολέμησης της βίας δεν λαμβάνει ειδική επαγγελματική κατάρτιση πέραν του πτυχίου στις επιστήμες της αγωγής. Οι εκφραστικές θεραπείες, όπως η Art Therapy, είναι γνωστές μόνο στο 2% του προσωπικού των κέντρων

καταπολέμησης της βίας.

- 4. Ομάδα-στόχος:** πρόκειται για την περιγραφή των χαρακτηριστικών των ομάδων που θα εμπλέξετε, των τρόπων με τους οποίους θα τις εμπλέξετε και των οφελών που θα αποκομίσουν. Οι ομάδες-στόχοι μπορεί να είναι άμεσες (επηρεάζονται άμεσα από τη δράση) ή έμμεσες (επηρεάζονται έμμεσα από τη δράση).

π.χ. Άμεση ομάδα-στόχος: επαγγελματίες που εργάζονται σε κέντρα καταπολέμησης της βίας. Έμμεση ομάδα-στόχος: γυναίκες που έχουν επιζήσει από περιστατικά βίας. (το έργο σας δεν θα αφορά άμεσα τις γυναίκες που επέζησαν της βίας, επειδή θα συνεργαστείτε μόνο με τους/τις επαγγελματίες, αλλά παρ' όλα αυτά θα επηρεαστούν από τις δράσεις του έργου.)

- 5. Ομάδα/Σύμπραξη:** πρόκειται για την περιγραφή των μελών της ομάδας (αν είστε ομάδα ατόμων) ή της σύμπραξης (αν είστε ομάδα οργανώσεων) και την κατανομή των ρόλων μεταξύ τους, που δείχνει πώς είναι συνεκτικοί και συμπληρωματικοί.

π.χ. ένας/μία θεραπευτής/-τρια τέχνης· ένας/μία ειδικός στην εκπαίδευση ενηλίκων· ένας/μία ειδικός στην πρόληψη της ενδοοικογενειακής βίας.

- 6. Δραστηριότητες:** πρόκειται για τις ενέργειες που θα σας επιτρέψουν να πετύχετε τους στόχους σας και να υλοποιήσετε τα αποτελέσματά σας. Περιλαμβάνουν την προετοιμασία, την υλοποίηση, την αξιολόγηση και την κοινοποίηση των αποτελεσμάτων.

π.χ. (1) Διαμόρφωση του προγράμματος κατάρτισης· (2) Δημιουργία διδακτικών εργαλείων και υλικών· (3) Δοκιμή της διδακτέας ύλης σε δύο κέντρα καταπολέμησης της βίας· (4) Συλλογή ανατροφοδότησης σχετικά με την εμπειρία· (4) Τελειοποίηση των εργαλείων με βάση την ανατροφοδότηση των συμμετεχόντων ατόμων στην πιλοτική δοκιμή· (5) Επικοινωνία και διάδοση των αποτελεσμάτων.

- 7. Μεθοδολογίες:** πρόκειται για τους τρόπους με τους οποίους θα υλοποιήσετε τις δραστηριότητες.

π.χ. θεραπεία μέσω της τέχνης.

- 8. Πόροι:** αυτός είναι ο προϋπολογισμός σας, ο τρόπος με τον οποίο θα καταναείμετε τους πόρους και θα πρέπει να είναι συνεκτικός και αποδοτικός.

π.χ. Κόστος Προσωπικού· Κόστος Εκτυπώσεων· Κόστος Ενοικίου.

- 9. Αποτελέσματα:** Αυτά είναι τα επιτεύγματα του έργου σας. Μετρώνται με δείκτες που είναι ποιοτικοί (π.χ. συμμετοχή, ικανοποίηση, δέσμευση, βελτίωση) και ποσοτικοί (π.χ. αριθμός συμμετεχόντων ατόμων, χρόνος, ποσοστό). Αντικατοπτρίζουν τους συγκεκριμένους στόχους σας και συνήθως διατυπώνονται σε χρόνο αόριστο: «Αναπτύχθηκε», «Δημιουργήθηκε», «Ενισχύθηκε».

π.χ. Δημιουργήθηκε ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα 10 ενοτήτων για τη χρήση της Θεραπείας μέσω της Τέχνης σε κέντρα καταπολέμησης της βίας. Ενισχύθηκαν οι δεξιότητες 15 εργαζόμενων γυναικών σε 2 κέντρα καταπολέμησης της βίας.

- Μόλις συντάξετε ένα πρώτο προσχέδιο της διατύπωσης της ιδέας του έργου σας, θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι είναι συνεκτικό και ότι ο κύκλος κλείνει, δηλαδή ότι: (α) κάθε δραστηριότητα αποσκοπεί στην επίτευξη των αποτελεσμάτων· (β) τα αποτελέσματα αντικατοπτρίζουν τους στόχους σας· (γ) οι στόχοι σας ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ομάδων-στόχων· (δ) η ομάδα/κοινοπραξία διαθέτει τις ικανότητες που απαιτούνται για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων και τη χρήση των μεθοδολογιών· (ε) οι μεθοδολογίες είναι κατάλληλες· (στ) οι πόροι είναι απαραίτητοι και επαρκείς.
- Όταν σχεδιάζετε τις δραστηριότητές σας, θα πρέπει παράλληλα να τις εντάξετε σε ένα χρονοδιάγραμμα χρησιμοποιώντας ένα Διάγραμμα Gantt (βλ. εργαλεία).
- Σε αυτές τις δραστηριότητες, μην παραλείψετε την επικοινωνία και τη διάδοση. Καλό θα ήταν να προσεγγίσετε και να ενημερώσετε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους για τα σπουδαία επιτεύγματα του έργου σας.

Εργαλεία

Πίνακας SMART Στόχων, Διάγραμμα Gantt, τα Τέσσερα Τεταρτημόρια.

Χρηματοδότηση

Μόλις διατυπώσετε την ιδέα του έργου σας, μπορείτε να το παρουσιάσετε σε έναν φορέα χρηματοδότησης για να το αξιολογήσει και να το χρηματοδοτήσει. Όπως προαναφέρθηκε, κάθε διαδικασία υποβολής αίτησης είναι διαφορετική, οπότε θα πρέπει να προσαρμόσετε το έργο σας στις απαιτήσεις της συγκεκριμένης αίτησης. Αν το έργο σας χρηματοδοτηθεί, μπορείτε να προχωρήσετε στο επόμενο βήμα του κύκλου, διαφορετικά θα πρέπει να επιστρέψετε στη φάση του προγραμματισμού και να σκεφτείτε πώς μπορείτε να βελτιώσετε την ιδέα σας.

Στην περίπτωση του Rebuild, οι ομάδες νέων δεν χρειάστηκε να υποβάλουν αίτηση για χρηματοδότηση. Ωστόσο, η διατύπωση της ιδέας του έργου έπρεπε να είναι πλήρης και συνεκτική προκειμένου να προχωρήσουν στη φάση της υλοποίησης.

🗨 Συμβουλές

- Ορισμένα συνήθη λάθη κατά την υποβολή αίτησης χρηματοδότησης είναι τα εξής:
 - ◊ Η απόκλιση από τις προτεραιότητες του φορέα χρηματοδότησης ή της πρόσκλησης·
 - ◊ Η ασαφής ανταπόκριση στις ανάγκες των προσδιορισμένων ομάδων-στόχων·
 - ◊ Η έναρξη από τις δραστηριότητες και όχι η εξαγωγή τους από τους στόχους.
 - ◊ Οι μη συνεκτικές αιτήσεις που έχουν ως αποτέλεσμα ο κύκλος να μην κλείνει.
- Υπάρχουν ορισμένοι οργανισμοί και ιστότοποι που συλλέγουν και δημοσιεύουν καταλόγους ανοικτών προσκλήσεων. Πραγματοποιήστε μια γρήγορη έρευνα στο Διαδίκτυο και ελέγξτε αν διαθέτουν ενημερωτικό δελτίο (newsletter) στο οποίο μπορείτε να εγγραφείτε για να λαμβάνετε ενημερώσεις σχετικά με τις διαθέσιμες ευκαιρίες χρηματοδότησης.

➔ Εργαλεία

Πρότυπο Διατύπωσης Έργου

Υλοποίηση

- Μόλις εγκριθεί το έργο σας, μπορείτε να ξεκινήσετε την υλοποίηση των δραστηριοτήτων. Αυτή η φάση θα είναι ευκολότερη εφόσον έχετε σχεδιάσει το έργο σας με συνοχή και σαφήνεια στη φάση της διατύπωσης. Μέλημά σας σε αυτή τη φάση θα είναι να βεβαιωθείτε ότι όλες οι δραστηριότητες του έργου είναι οργανωμένες όπως έχουν προγραμματιστεί. Βέβαια, από τη στιγμή της διατύπωσης της ιδέας του έργου μέχρι τη στιγμή της υλοποίησής του μπορεί να έχουν αλλάξει κάποιες συνθήκες, οπότε θα πρέπει να βρείτε πώς να υλοποιήσετε όλες τις δραστηριότητες με τρόπο που να εξακολουθεί να είναι σχετικός με τις ομάδες-στόχους στις οποίες απευθύνεστε, χωρίς όμως να αποκλίνετε από το αρχικό σας σχέδιο.

- Μεριμνήστε για τη δυναμική της ομάδας: θέστε από κοινού ορισμένους κανόνες σχετικά με τον αμοιβαίο σεβασμό, την εμπιστευτικότητα, την τήρηση των χρόνων και των προθεσμιών. Καθορίστε τον τρόπο με τον οποίο θα μοιράζεστε τις πληροφορίες εσωτερικά, π.χ. ομαδικές συνομιλίες, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email), κοινή χρήση αρχείων κλπ. Είναι σημαντικό σε μια ομάδα να οικοδομείτε και να διατηρείτε την εμπιστοσύνη καθ' όλη τη διάρκεια του έργου. Γι' αυτό, να βρίσκετε πάντα χρόνο για να επιτρέπετε σε όλους/-λες να εκφράζουν τα συναισθήματα και τις απόψεις τους, να κάνουν ερωτήσεις και να διατυπώνουν σχόλια, ώστε να διασφαλίζεται ότι όλες οι δράσεις του έργου είναι αποτέλεσμα μιας γόνιμης και θετικής συνεργασίας.
- Να θυμάστε πάντα ότι όλες οι δραστηριότητες έχουν τρεις φάσεις - Προετοιμασία, Υλοποίηση, Αξιολόγηση. Η φάση της προετοιμασίας είναι πολύ σημαντική. Αν έχετε προετοιμαστεί κατάλληλα, η φάση της υλοποίησης θα είναι στη συνέχεια θέμα τήρησης του σχεδίου και προσαρμογής του ανάλογα με τα γεγονότα.
- Παρακολουθήστε την πρόοδο χρησιμοποιώντας το Διάγραμμα **Gantt**. Πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για όλους/-λες τους/τις διαχειριστές/-στριες έργων, καθώς σας δίνει μια γενική εικόνα του έργου σε βάθος χρόνου.
- Γιορτάστε τις μικρές νίκες και τα ενδιάμεσα επιτεύγματα για να διατηρήσετε τα κίνητρα σε υψηλό επίπεδο.
- Η διάδοση είναι πολύ σημαντική, όταν υλοποιείτε ένα έργο. Οι άνθρωποι θα πρέπει να ενημερωθούν και να εμπλακούν στο έργο που πραγματοποιείτε προκειμένου αυτό να έχει πραγματικό αντίκτυπο. Ανατρέξτε στην ακόλουθη ενότητα σχετικά με τη διεξαγωγή εκστρατειών για να μάθετε πώς μπορείτε να διεξάγετε εκστρατείες γύρω από τα θέματα και τις ιδέες του έργου σας.
- Αξιολογήστε τις δραστηριότητές σας και τα αποτελέσματά τους καθ' όλη τη διάρκεια του έργου. Η αξιολόγηση κατά τη διάρκεια του έργου θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε καλύτερα πώς εξελίσσεται πραγματικά, πώς τα πηγαίνετε εσείς και η ομάδα σας και πώς ανταποκρίνονται οι ομάδες-στόχοι στις δραστηριότητες. Μια ενδιάμεση αξιολόγηση μπορεί να σας βοηθήσει να γνωρίζετε αν βρίσκεστε στον σωστό δρόμο και να μάθετε τα σημεία στα οποία μπορείτε να βελτιωθείτε. Θα πρέπει να απευθύνεται τόσο στην ομάδα σας όσο και στις ομάδες-στόχους διασφαλίζοντας ότι οι δραστηριότητες εξακολουθούν να είναι σχετικές και χρήσιμες γι' αυτές, και προσαρμόζοντάς τις αναλόγως, αν χρειάζεται. Ακόμη, μπορεί να σας βοηθήσει να συνειδητοποιήσετε τους πιθανούς κινδύνους και ποια είναι τα βήματα για την αποφυγή τους. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ερωτηματολόγια ή ερωτήσεις ανοιχτού τύπου στο τέλος κάθε δραστηριότητας και συνάντησης.

➔ Εργαλεία

Ερωτηματολόγια, Συνεντεύξεις, Διάγραμμα Gantt.

Αξιολόγηση

Όπως ίσως έχετε παρατηρήσει, η αξιολόγηση πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησης του έργου. Ωστόσο, η πιο σημαντική στιγμή κατά την οποία θα χρειαστεί να αξιολογήσετε το έργο σας είναι το τέλος, όπου εξετάζετε τα αποτελέσματα του έργου σας και ελέγχετε αν τα έχετε επιτύχει. Η αξιολόγηση θα ζητηθεί από τον φορέα χρηματοδότησής σας, αλλά πέραν αυτού θα αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο μάθησης για τις μελλοντικές σας δράσεις. Τι λειτούργησε; Τι διδάγματα αποκομίσατε; Τι θα θέλατε να αλλάξετε στο μέλλον; Οι απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα θα σας βοηθήσουν να προσαρμόσετε την πρώτη φάση του νέου Κύκλου Διαχείρισης του Έργου (προγραμματισμός) και να συνεχίσετε να βελτιώνετε τις δράσεις σας με παραγωγικό τρόπο. Σε αυτή τη φάση, θα αναφερθείτε στους δείκτες (ποιοτικούς και ποσοτικούς) που περιλαμβάνονται στα αποτελέσματά σας.

🗨 Συμβουλές:

- Οδηγός σας σε αυτή τη φάση είναι οι ποσοτικοί και ποιοτικοί δείκτες που συμπεριλάβατε στη διατύπωση των αποτελεσμάτων σας (βλ. φάση διατύπωσης). Για τη μέτρησή τους, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια.

➔ Εργαλεία

Ερωτηματολόγια, Συνεντεύξεις, Πρότυπα αξιολόγησης.

Εργαλεία Διαχείρισης και Υλοποίησης Έργων

Σε αυτή την ενότητα, θα βρείτε μια σύντομη περιγραφή των εργαλείων που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα.

Έρευνα Γραφείου

Η έρευνα γραφείου συνίσταται στην αναζήτηση πληροφοριών που έχουν ήδη συγκεντρωθεί από άλλους ανθρώπους. Είναι γνωστή και ως «έρευνα δευτερογενών στοιχείων», διότι δεν συλλέγετε δεδομένα απευθείας από τις ομάδες-στόχους μέσω συνεντεύξεων και ομάδων εστιασμένης συζήτησης, αλλά μέσω βιβλίων και αναζητήσεων στο Διαδίκτυο.

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: έρευνα των στρατηγικών εγγράφων των χορηγών· έρευνα για το πλαίσιο (χαρακτηριστικά, ανάγκες)·
- Προσδιορισμός: έρευνα σχετικά με το πλαίσιο (χαρακτηριστικά, ανάγκες)·
- Χρηματοδότηση: έρευνα των ευκαιριών χρηματοδότησης.

Ερωτηματολόγιο

Τα ερωτηματολόγια είναι πρωτογενή ερευνητικά εργαλεία, διότι μέσω αυτών μπορείτε να συλλέξετε δεδομένα απευθείας από τους ανθρώπους. Πρόκειται για σταθερά σύνολα ερωτήσεων που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για τη συλλογή ποσοτικοποιήσιμων δεδομένων (π.χ. αριθμός ατόμων που θεωρούν κάτι χρήσιμο). Επομένως, οι περισσότερες ερωτήσεις είναι ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, ερωτήσεις σωστού/λάθους ή ναι/όχι, ερωτήσεις με κλίμακες κατάταξης (π.χ. από 1 - διαφωνώ απόλυτα έως 5 - συμφωνώ απόλυτα. Μπορούν ασφαλώς να περιλαμβάνουν και ερωτήσεις ανοικτού τύπου, αλλά συνήθως ο αριθμός τους είναι περιορισμένος.

Υπάρχουν ορισμένα χρήσιμα διαδικτυακά εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για τη δημιουργία ερωτηματολογίων, όπως το Google Forms ή το SurveyMonkey. Είναι τα ευκολότερα εργαλεία πρωτογενούς έρευνας που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε, όταν θέλετε να προσεγγίσετε μεγάλες ομάδες ανθρώπων ή όταν θέλετε να αντλήσετε κάποια στατιστικά στοιχεία από αυτές.

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Προσδιορισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Υλοποίηση: αξιολόγηση των δραστηριοτήτων και επίτευξη των αποτελεσμάτων του έργου·
- Αξιολόγηση: αξιολόγηση της επίτευξης των αποτελεσμάτων του έργου.

Συνέντευξη

Ομοίως με τα ερωτηματολόγια, οι συνεντεύξεις αποτελούν πρωτογενή ερευνητικά δεδομένα. Σε αντίθεση με τα ερωτηματολόγια, περιλαμβάνουν ως επί το πλείστον ερωτήσεις ανοικτού τύπου, οι οποίες δεν μπορούν να απαντηθούν με «Ναι» ή «Όχι» και επομένως, μπορούν να σας βοηθήσουν να διερευνήσετε τις απόψεις και τις στάσεις των ανθρώπων (π.χ. τι πιστεύουν ότι θα μπορούσε να βελτιωθεί σχετικά με μια δραστηριότητα). Μπορούν να πραγματοποιηθούν δια ζώσης, τηλεφωνικώς ή μέσω βιντεοκλήσης. Όταν σχεδιάζετε τη συνέντευξη, φροντίστε να τη σχεδιάσετε με συνεκτικό και κλιμακωτό τρόπο, ώστε να ξεκινάτε με πιο εύκολες ερωτήσεις, να συνεχίζετε με πιο δύσκολες και να κλείνετε στο τέλος πάλι με εύκολες ερωτήσεις.

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Προσδιορισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Υλοποίηση: αξιολόγηση των δραστηριοτήτων και επίτευξη των αποτελεσμάτων του έργου·
- Αξιολόγηση: αξιολόγηση της επίτευξης των αποτελεσμάτων του έργου.

Ομάδα Εστιασμένης Συζήτησης

Οι ομάδες εστιασμένης συζήτησης (focus groups) αποτελούν επίσης μια μορφή πρωτογενούς έρευνας. Περιλαμβάνουν ομάδες 8 έως 12 ατόμων. Ένας/Μια συντονιστής/-στρια διευθύνει τη συζήτηση με βάση κάποιες κατευθυντήριες ερωτήσεις και ένας/μια παρατηρητής/-τρια καταγράφει τις απαντήσεις. Οι εν λόγω ομάδες σας επιτρέπουν να παρατηρήσετε μεταξύ άλλων τη γλώσσα του σώματος και την αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων για ένα συγκεκριμένο θέμα.

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Προσδιορισμός: πλαίσια της έρευνας (ανάγκες)·
- Αξιολόγηση: αξιολόγηση της επίτευξης των αποτελεσμάτων του έργου.

Ανάλυση SWOT

Ο [σκοπός της ανάλυσης SWOT](#) είναι να εντοπίσετε σημεία [κινδύνου](#) καθώς και ελεγχόμενους παράγοντες στους οποίους πρέπει να δώσετε προσοχή. Είναι ένας απλός και αποδοτικός τρόπος από πλευράς [κόστους](#) για τον καταγισμό ιδεών και τον προγραμματισμό του έργου σας. Οι ευκαιρίες και οι απειλές αντιπροσωπεύουν εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν το έργο σας και τους οποίους δεν μπορείτε να ελέγξετε. Η διενέργεια ανάλυσης SWOT μπορεί να σας βοηθήσει να παραγάγετε νέες ιδέες που θα σας βοηθήσουν να επωφεληθείτε από ό,τι εσείς και η ομάδα σας κάνετε καλύτερα και από πιθανές ευκαιρίες που μπορεί να προκύψουν. Μια ανάλυση SWOT βοηθά συν τοις άλλοις στην αύξηση της ευαισθητοποίησής σας σχετικά με τα αδύνατα σημεία και τις πιθανές απειλές για το έργο σας, ώστε να μπορείτε να αμυνθείτε απέναντί τους. Όταν κατανοείτε πλήρως τα δυνατά σημεία, τα αδύνατα σημεία, τις ευκαιρίες και τις απειλές του έργου σας, θα είστε σε θέση να σχεδιάσετε μια στρατηγική επιτυχίας που θα καλύπτει αυτούς τους τέσσερις παράγοντες.

<p>Δυνατά σημεία</p> <p>Τι κάνετε καλά;</p>	<p>Αδύνατα σημεία</p> <p>Τι χρειάζεται βελτίωση;</p>
<p>Ευκαιρίες</p> <p>Ποιες ευκαιρίες υπάρχουν;</p>	<p>Απειλές</p> <p>Ποια εμπόδια αντιμετωπίζετε/μπορεί να αντιμετωπίσετε;</p>

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: για την παρατήρηση του εσωτερικού και του εξωτερικού πλαισίου·
- Προσδιορισμός: για την παρατήρηση του εσωτερικού και του εξωτερικού πλαισίου·
- Διατύπωση: για τον εντοπισμό συνδετικών κρίκων που λείπουν·
- Αξιολόγηση: για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

Τα Τέσσερα Τεταρτημόρια

Ο παρακάτω πίνακας, μια παραλλαγή της ανάλυσης SWOT, θα σας βοηθήσει να παρατηρήσετε και να οργανώσετε τις πληροφορίες που έχετε γύρω από το πλαίσιο:

- Εσωτερικά: Τι ικανότητες διαθέτετε ήδη («Τα ταλέντα μου») και τι θα θέλατε να μάθετε («Τα ενδιαφέροντά μου»).
- Εξωτερικά: Ποια προβλήματα αναγνωρίζετε («Τα προβλήματα του κόσμου») και πώς θα μπορούσατε να τα επιλύσετε.

<p>Τα ταλέντα μου (ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ)</p> <p>Πράγματα που μπορώ να κάνω ή γνωρίζω.</p>	<p>Τα ενδιαφέροντά μου (ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ)</p> <p>Πράγματα για τα οποία θα ήθελα να μάθω περισσότερα.</p>
<p>Τα προβλήματα του κόσμου (ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ)</p> <p>Τα προβλήματα που βλέπω στην κοινότητα γύρω μου.</p>	<p>Οι επιθυμίες μου για τον κόσμο (ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ)</p> <p>Μερικές λύσεις για τα προβλήματα που βλέπω γύρω μου.</p>

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προγραμματισμός: καθορισμός στόχων και αναγνώριση αναγκών
- Προσδιορισμός: καθορισμός στόχων και αναγνώριση αναγκών
- Διατύπωση: καθορισμός στόχων και αναγνώριση αναγκών.

Έμπνευση για Δράση

Για να παρακινηθείτε και να αντλήσετε έμπνευση, συγκεντρώστε ενδιαφέρουσες ιδέες που υλοποίησαν άλλοι οργανισμοί. Η έμπνευση για δράση αποτέλεσε ένα από τα πρώτα μας βήματα στο πλαίσιο του έργου Rebuild. Συγκεντρώσαμε μερικές εμπνευσμένες πρωτοβουλίες από τις χώρες των εταίρων που σχετίζονται με τον πράσινο τρόπο ζωής και την κοινωνική ένταξη με στόχο να εντοπίσουμε και να αναδείξουμε καλές πρακτικές. Μπορείτε να τις βρείτε στο τέλος του παρόντος οδηγού. Σας ενθαρρύνουμε να κάνετε το ίδιο: κοιτάξτε γύρω σας στο περιβάλλον σας και συγκεντρώστε μερικά παραδείγματα εμπνευσμένων δράσεων: θα αποτελέσει πηγή κινήτρων για την ομάδα σας! Επιπλέον, μπορείτε να καλέσετε ακτιβιστές/-στριες, μέλη τοπικών κινημάτων για να μοιραστούν τις εμπειρίες και τις δυσκολίες τους, καθώς και να δώσουν συμβουλές και οδηγίες στην ομάδα σας.

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προσδιορισμός: για την εξεύρεση ιδεών για έργα.

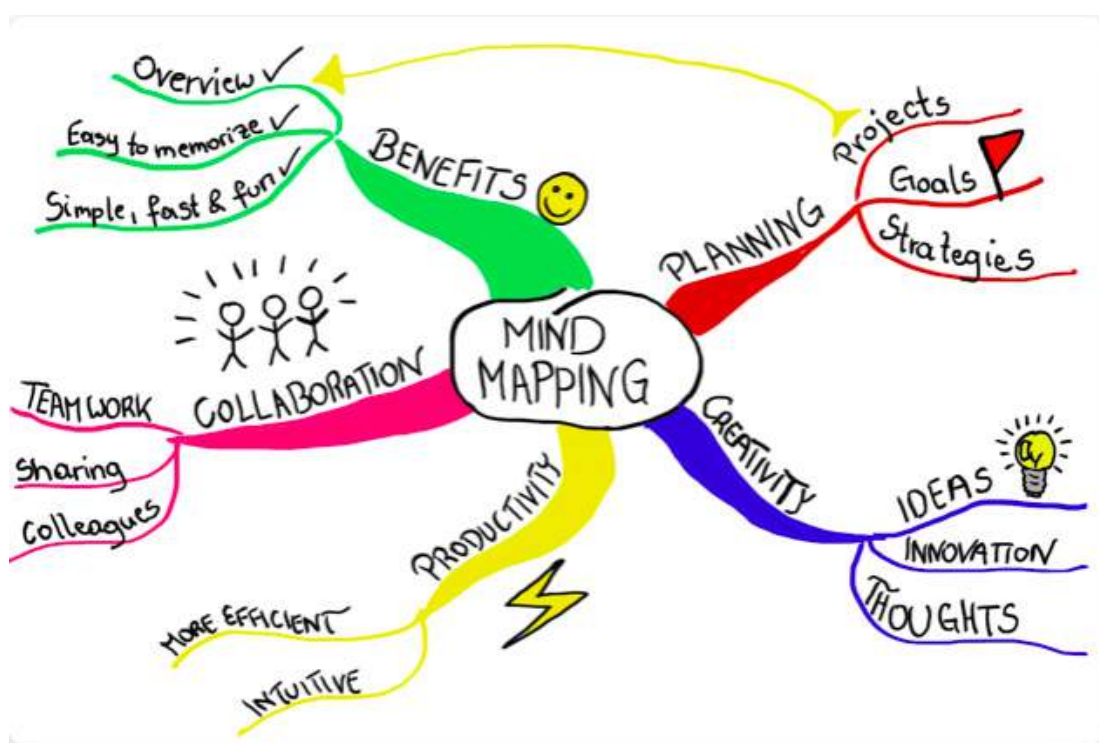
Καταιγισμός Ιδεών

Ο καταιγισμός ιδεών (brainstorming) είναι μια ομαδική τεχνική δημιουργικότητας που αποσκοπεί στη συλλογή ιδεών γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα.

Περιλαμβάνει την εστίαση της προσοχής σε ένα θέμα που συνοψίζεται σε μια λέξη ή

σύνομη φράση (π.χ. πράσινος τρόπος ζωής) και την ελεύθερη έκφραση ιδεών, λέξεων και άλλων συνειρμών γύρω από αυτό το θέμα. Αφού εκφράσετε όλες τις ιδέες σας για το συγκεκριμένο θέμα, θα πρέπει να τις ομαδοποιήσετε ή/και να επιλέξετε αυτές που σας ενδιαφέρουν περισσότερο. Έπειτα, μπορείτε να συζητήσετε περαιτέρω γύρω από θέματα σκοπιμότητας, συνάφειας, καινοτομίας και να ψηφίσετε εντός της ομάδας σας την ιδέα που θέλετε να υλοποιήσετε. Μπορείτε να κάνετε καταγισμό ιδεών χρησιμοποιώντας πίνακες/χαρτοπίνακες (flipcharts) ή νοητικούς χάρτες (mindmaps):

Θέμα 1	Θέμα 2	Θέμα 3
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.



Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Προσδιορισμός: για την εξεύρεση ιδεών για έργα.

Πίνακας SMART Στόχων

Ο παρακάτω πίνακας θα σας βοηθήσει να διατυπώσετε SMART στόχους:

Specific (Συγκεκριμένος)	<p>Ο στόχος διατυπώνεται με σαφήνεια, ώστε το άτομο που τον διαβάζει να μπορεί να καταλάβει τι θα γίνει και ποιος θα το κάνει.</p> <p>Ορίστε τι αναμένετε.</p> <p>Καθορίστε το πρόσωπο που θα το κάνει.</p> <p>Αναλύστε λεπτομερώς τη λογοδοσία.</p> <p>Χρησιμοποιήστε όσο το δυνατόν περισσότερο, ρήματα δράσης, που εκφράζουν σωματική ή νοητική δράση.</p> <p>Δώστε αρκετές λεπτομέρειες - αυτό εξαρτάται από τον στόχο, αλλά θα πρέπει να είναι επαρκείς για να είναι σαφείς.</p>
Measurable (Μετρήσιμος)	<p>Ο στόχος περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο θα μετρηθεί η δράση. Η μέτρηση των στόχων σας σας βοηθά να προσδιορίσετε αν σημειώνετε πρόοδο. Σας κρατάει στον σωστό δρόμο και εντός χρονοδιαγράμματος.</p> <p>Προσδιορίστε πώς θα γνωρίζετε ότι ο στόχος επιτεύχθηκε - συνήθως αυτό σημαίνει ποσότητα, αλλά μπορεί επίσης να είναι και ποιότητα (για παράδειγμα, «το 80% των συμμετεχόντων ατόμων συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα στη φόρμα ανατροφοδότησης»).</p>
Achievable (Εφικτός)	<p>Ο στόχος είναι ρεαλιστικός δεδομένης της πραγματικότητας που αντιμετωπίζει η κοινότητα και μπορεί να επιτευχθεί εντός της προθεσμίας του έργου. Ο καθορισμός λογικών στόχων συμβάλλει στην επιτυχία του έργου.</p> <p>Βεβαιωθείτε ότι διαθέτετε τον χρόνο, το ανθρώπινο δυναμικό, τους πόρους και την αρμοδιότητα για την επίτευξη του στόχου.</p> <p>Εξετάστε κατά πόσον μπορεί να υπάρχουν παράγοντες που δεν είναι υπό τον έλεγχό σας.</p>
Relevant (Σχετικός)	<p>Ένας σχετικός στόχος έχει νόημα. Ταιριάζει με τον σκοπό της επιχορήγησης, ταιριάζει με τις ανάγκες των ομάδων-στόχων και ανταποκρίνεται στο όραμα του έργου.</p> <p>Ο στόχος σας βοηθά να εκπληρώσετε τον σκοπό της επιχορήγησης.</p> <p>Ο στόχος ευθυγραμμίζεται με τις βαθμολογίες της Αξιολόγησης Κοινωνικής Ετοιμότητας.</p>
Time-bound (Χρονικά καθορισμένος)	<p>Κάθε στόχος έχει συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα ολοκλήρωσης.</p> <p>Καθορίστε πότε θα πρέπει να ολοκληρωθεί ο στόχος.</p> <p>Συμπεριλάβετε χρονικά σημεία αναφοράς για τους μακροπρόθεσμους στόχους και όλους τους στόχους γενικά.</p>

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Διατύπωση: για να διατυπώσετε τους συγκεκριμένους στόχους του έργου σας.

Πρότυπο Διατύπωσης Έργου

Ο ακόλουθος πίνακας θα σας βοηθήσει να διατυπώσετε το έργο σας σε όλα τα επιμέρους τμήματά του:

Γιατί;	Γενικός Σκοπός	Σε ποιον μακροσκοπικό στόχο θέλω να συμβάλω μέσω αυτού του έργου; Ποια μακροπρόθεσμα οφέλη θα αποφέρει; Τι μας παρακινεί να το κάνουμε; Γιατί είναι σημαντικό για εμάς;
	Ειδικό Στόχοι	Ποιοι είναι οι στόχοι που επιδιώκει άμεσα το έργο; Τι θέλουμε να πετύχουμε μέσω των δραστηριοτήτων του έργου; Οι στόχοι θα πρέπει να είναι SMART: s pecific/ συγκεκριμένοι, m easurable/ μετρήσιμοι, a chievable/επιτεύξιμοι, r elevant/σχετικοί, t ime bound/ χρονικά καθορισμένοι.
Πού;	Πλαίσιο	Σε ποιο πλαίσιο (φυσικό και κοινωνικό) δραστηριοποιούμαστε; Υπάρχουν όρια που επιβάλλονται από αυτό το πλαίσιο;
Ποιος;	Ομάδα/Σύμπραξη	Ποιοι είμαστε και τι μπορούμε να κάνουμε; Υπάρχουν ικανότητες που δεν διαθέτουμε; Ποιο άτομο είναι υπεύθυνο για τι; Πώς καταθέτουμε τους ρόλους;
	Ομάδες-στόχοι	Ποια άτομα θέλουμε να προσεγγίσουμε με αυτό το έργο; Ποια άτομα θα ωφεληθούν έμμεσα από το έργο μας; Ποια άτομα θα συμμετέχουν δευτερευόντως;
Τι;	Δραστηριότητες	Σε ποιες ενέργειες θα προβούμε για την επίτευξη του στόχου μας; Ποια βήματα θα πρέπει να κάνουμε;
	Μεθοδολογίες	Ποιες μεθοδολογίες θα χρησιμοποιήσουμε για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων μας;
	Αποτελέσματα	Τι αναμένουμε να αποκομίσουμε από τις δραστηριότητες που θα υλοποιηθούν; (Δεξιότητες που θα αποκτηθούν, υλικά που θα παραχθούν, κλπ.)
	Πόροι	Τι υλικά ή/και ανθρώπινους πόρους χρειαζόμαστε για την εκτέλεση των δραστηριοτήτων;
Πότε;	Χρονοδιάγραμμα	Ποιο είναι το γενικό χρονοδιάγραμμα του έργου; (αρχή και τέλος)

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Διατύπωση: για τη διατύπωση όλων των τμημάτων του έργου
- Υλοποίηση: για την παρακολούθηση της προόδου της δραστηριότητάς σας και της επίτευξης των αποτελεσμάτων.

Διάγραμμα Gantt

Το διάγραμμα Gantt είναι ένα βασικό εργαλείο διαχείρισης έργων. Στην επάνω σειρά, έχετε τους μήνες υλοποίησης του έργου (M1, M2, M3, κλπ.), οι οποίοι μπορούν να χωριστούν σε εβδομάδες αν το έργο σας είναι μικρότερης διάρκειας. Στην πρώτη στήλη, έχετε τον κατάλογο των δραστηριοτήτων σας. Κάθε δραστηριότητα μπορεί να αναλυθεί σε μικρότερες φάσεις (π.χ. προετοιμασία, υλοποίηση, αξιολόγηση).

Στη συνέχεια, θα πρέπει να χρωματίζετε κάθε μήνα κατά τον οποίο υλοποιείται η συγκεκριμένη δραστηριότητα.

Ακολουθεί ένα παράδειγμα που μπορείτε, αν θέλετε, να αντιγράψετε και να επεξεργαστείτε ανάλογα για τη δική σας πρωτοβουλία.

Δραστηριότητα	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
Διαχείριση έργου									
Διαμόρφωση του προγράμματος κατάρτισης									
Δημιουργία εργαλείων και υλικών διδασκαλίας									
Δοκιμή της διδακτέας ύλης σε δύο κέντρα καταπολέμησης της βίας									
Συλλογή ανατροφοδότησης σχετικά με την εμπειρία									
Τελειοποίηση των εργαλείων με βάση την ανατροφοδότηση των συμμετεχόντων ατόμων στην πιλοτική δοκιμή									
Επικοινωνία και διάδοση των αποτελεσμάτων									

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Διατύπωση: για να δημιουργήσετε το προβλεπόμενο χρονοδιάγραμμα των δραστηριοτήτων σας
- Υλοποίηση: για να παρακολουθήσετε την πρόοδο των δραστηριοτήτων σας
- Αξιολόγηση: για να αξιολογήσετε την επίτευξη των αποτελεσμάτων σας, τα οποία βασίζονται μεταξύ άλλων και στην έγκαιρη υλοποίηση των δραστηριοτήτων.

Πρότυπο Εσωτερικής Αξιολόγησης

Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους μπορείτε να αξιολογήσετε ένα έργο. Παρακάτω ακολουθεί ένα πρότυπο για την τελική και την ενδιάμεση εσωτερική αξιολόγηση: την αξιολόγηση που κάνει η ίδια η ομάδα για το έργο. Θα πρέπει να το προσαρμόσετε στο έργο σας και στην περίοδο του έργου κατά την οποία το διαχειρίζεστε στην ομάδα.

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΟΥ	
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΚΑΙ ΩΡΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ	
ΣΥΣΤΗΜΑ ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΗΣ: 1 - ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ, 2 - ΔΙΑΦΩΝΩ, 3 - ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ, 4 - ΣΥΜΦΩΝΩ, 5 - ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ - ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ.	
ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
1. Το σχέδιο του έργου ήταν σαφώς καθορισμένο και κοινοποιήθηκε από την αρχή.	
2. Οι αρχικοί στόχοι του έργου ήταν σαφείς.	
3. Οι πόροι που χορηγήθηκαν ήταν επαρκείς για την επίτευξη των στόχων μας.	
4. Το αρχικό χρονοδιάγραμμα του έργου ήταν ρεαλιστικό.	
5. Τα μέλη της ομάδας έργου μας συνεργάστηκαν καλά μεταξύ τους.	
6. Η ομάδα μας συνεργάστηκε αποτελεσματικά με τις ομάδες-στόχους.	
7. Πετύχαμε τα αποτελέσματα του έργου που επιθυμούσαμε.	
Εξηγήστε γιατί ή γιατί όχι:	
8. Τι πήγε καλά σε αυτό το έργο;	Απάντηση ελεύθερης ανάπτυξης
9. Ποιο στοιχείο του έργου αποτέλεσε τη μεγαλύτερη πρόκληση;	Απάντηση ελεύθερης ανάπτυξης
10. Ποιο ήταν το πιο ευχάριστο μέρος του έργου;	Απάντηση ελεύθερης ανάπτυξης
Πρόσθετα σχόλια:	

Στον Κύκλο Ζωής του Έργου, χρησιμοποιείται κυρίως στις ακόλουθες φάσεις:

- Υλοποίηση: για την αξιολόγηση της προόδου του έργου καθ' όλη τη διάρκεια της υλοποίησής του·
- Αξιολόγηση: για την αξιολόγηση της προόδου του έργου στο τέλος.

Οδηγός για Εκστρατείες Ευαισθητοποίησης στα Social Media

Ακολουθεί ένας σύντομος οδηγός σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) και άλλων καινοτόμων εργαλείων για τη δημιουργία εκστρατειών ευαισθητοποίησης με στόχο την προώθηση των τοπικών πρωτοβουλιών υπό την καθοδήγηση των νέων.

Πώς να δημιουργήσετε μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης στα Social Media

Η τοπική σας πρωτοβουλία υπό την καθοδήγηση των νέων για τον πράσινο τρόπο ζωής ή την κοινωνική αλληλεγγύη μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα για άλλους ανθρώπους και μια ευκαιρία να ευαισθητοποιήσετε τους πολίτες για τα κοινωνικά ή περιβαλλοντικά ζητήματα που σας ενδιαφέρουν. Κατά την εργασία με την ομάδα σας στην εν λόγω πρωτοβουλία υπό την καθοδήγηση των νέων, μπορείτε επίσης να διεξαγάγετε μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης σχετικά με τα θέματα του έργου σας, ενώ παράλληλα μπορείτε να κοινοποιήσετε τις εξελίξεις του έργου σε άλλους/-λες νέους/-ες.

Σε μεγαλύτερο βαθμό από μια ενημερωτική εκστρατεία ή μια παρουσίαση στην τάξη, μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης επιδιώκει να μεταδώσει ένα ισχυρό και σαφές μήνυμα, το οποίο θα διατηρηθεί στη μνήμη, θα ευαισθητοποιήσει και θα αλλάξει τη συμπεριφορά των ανθρώπων.

Παρακάτω, ακολουθεί ένας οδηγός βήμα προς βήμα για τη δημιουργία μιας απλής εκστρατείας στα social media με στόχο την προώθηση της πρωτοβουλίας σας.

Βήμα 1 - Καθορίστε τους στόχους της εκστρατείας.

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε είναι να ορίσετε τους στόχους της εκστρατείας σας.

Για παράδειγμα:

Να ευαισθητοποιήσετε τους πολίτες σχετικά με τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος ως κοινόχρηστου χώρου και της υιοθέτησης πράσινου τρόπου ζωής για να εξασφαλίσετε ένα βιώσιμο μέλλον στον πλανήτη μας.

Βήμα 2 - Δημιουργήστε το μήνυμά σας.

Στη συνέχεια, πρέπει να αναπτύξετε το κύριο μήνυμα. Ποιο μήνυμα θέλετε να μεταδώσετε; Προσπαθήστε να δημιουργήσετε σύντομα αλλά αποτελεσματικά μηνύματα με εύληπτη γλώσσα. Συχνά τα μηνύματα που έχουν αντίκτυπο περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων τεκμηριωμένα στοιχεία. Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει επιπλέον, να επιλέξετε το ύφος και τις γλώσσες. Συνήθως το αισιόδοξο ύφος έχει μεγαλύτερη επιτυχία και καλό είναι να χρησιμοποιήσετε δύο γλώσσες (ελληνικά και αγγλικά).

Για παράδειγμα:

Ανο στόχος σας είναι «να ενισχύσετε τη σημασία της προστασίας του περιβάλλοντος», το μήνυμά θα μπορούσε να είναι το εξής: Σε 10 χρόνια, ο κόσμος θα βρίσκεται σε μη αναστρέψιμο σημείο λόγω της κλιματικής αλλαγής. Θέλετε να συμμετέχετε σε αυτό ή να κάνετε κάτι γι' αυτό;

Βήμα 3 - Περιγράψτε τον στόχο της εκστρατείας σας.

Έπειτα, θα πρέπει να επιλέξετε τον στόχο της εκστρατείας σας. Σε ποιους ανθρώπους απευθύνεστε; Ποια άτομα θέλετε να προσεγγίσετε; Ο σαφής καθορισμός του κοινού σας θα σας επιτρέψει να του απευθυνθείτε πιο αποτελεσματικά και να έχετε μεγαλύτερο αντίκτυπο. Ο στόχος θα ενημερώσει το ύφος της εκστρατείας σας, τα κανάλια που θα χρησιμοποιήσετε, τα χρώματα και τη γενική ατμόσφαιρα της εκστρατείας σας.

Στην εκστρατεία Rebuild το κοινό στο οποίο απευθύνεται είναι νέοι άνθρωποι όπως εσείς. Έτσι, η γλώσσα θα πρέπει να είναι λίγο πολύ κοντά στην κοινή σας γλώσσα και θα χρησιμοποιήσετε εργαλεία και πόρους που θα προσελκύσουν άλλους/-λες νέους/-ες σαν εσάς.

Για παράδειγμα:

Νέοι/-ες -> Στιλ γραφής: Χιούμορ και κοινές αναφορές γενεών, ύφος προφορικού λόγου.

Βήμα 4 - Επιλέξτε ένα σλόγκαν/hashtag και δώστε το στίγμα της εκστρατείας σας.

Για να είναι αποτελεσματική, μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης θα πρέπει να έχει ως βάση ένα ισχυρό σλόγκαν, το οποίο μπορεί επίσης να γίνει Hashtag. Ένα καλό σλόγκαν είναι συνοπτικό, εντυπωσιάζει και δεν ξεχνιέται εύκολα. Συχνά έχει ομοιοκαταληξία ή μια μουσικότητα που διευκολύνει την απομνημόνευση. Καλό είναι να το δοκιμάσετε με το κοινό πριν το οριστικοποιήσετε. Το σλόγκαν θα πρέπει να συμβαδίζει με το στίγμα της εκστρατείας σας.

Για παράδειγμα:

#FridaysForFuture

#RebuildEU

#RebuildForest

Βήμα 5 - Επιλέξτε τη μορφή της εκστρατείας σας.

Κατόπιν, θα πρέπει να επιλέξετε τη μορφή, δηλαδή την εμφάνιση της εκστρατείας σας. Ποια κανάλια κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok κλπ.) θα χρησιμοποιήσετε; Ποια χρώματα και γραμματοσειρά θέλετε να έχει η εκστρατεία σας; Θα χρησιμοποιήσετε κάποιο πρότυπο; Ποια άλλα χαρακτηριστικά θα έχει;

Για παράδειγμα:

Κανάλι: Instagram

Χρώματα: Φάσμα πράσινων και άλλων γήινων τόνων

Γραμματοσειρά: Bahnschrift Semi Light

Άλλα χαρακτηριστικά: χρήση κωδικών QR

Βήμα 6 – Δημιουργήστε περιεχόμενο και καταστρώστε ένα σχέδιο.

Τέλος, δημιουργήστε το περιεχόμενό σας και καταρτίστε ένα σχέδιο δημοσιεύσεων. Δημιουργήστε πρωτότυπο περιεχόμενο, απαντήστε σε κάποιες ερωτήσεις, επικεντρωθείτε σε σύντομες και αποτελεσματικές προτάσεις, επικοινωνήστε μέσω εικόνων και βίντεο, αναπτύξτε περιεχόμενο που θα «ενεργοποιήσει» τους ανθρώπους και συντάξτε σύντομα κείμενα που μπαίνουν κατευθείαν στην ουσία του θέματος. Η επικοινωνία σας γενικά θα πρέπει να είναι εύκολη, ενθαρρυντική και αυθεντική. Μπορείτε είτε να γράψετε όλο το περιεχόμενο και στη συνέχεια να το διανείμετε σε ένα χρονοδιάγραμμα (μπορείτε να χρησιμοποιήσετε και εδώ το διάγραμμα Gantt), είτε να δώσετε έναν τίτλο ή ένα θέμα σε κάθε κομμάτι περιεχομένου και στη συνέχεια να το γράψετε, καθώς προχωράτε. Μην ξεχνάτε τον χρόνο προετοιμασίας που θα χρειαστείτε!

Για παράδειγμα:

Δραστηριότητα	M1	M2	M3	M4	...
Προετοιμασία					
Δημοσίευση για τη βιώσιμη μόδα					
Δημοσίευση για τα βιώσιμα τρόφιμα					
Δημοσίευση σχετικά με τα βιώσιμα ταξίδια					

Χρήση των Social Media για Εκστρατείες Ευαισθητοποίησης

Όπως έχουν δείξει κινήματα όπως το FridaysForFuture, τα social media μπορούν να αποτελέσουν ένα εξαιρετικό εργαλείο για την ευαισθητοποίηση σε σοβαρά ζητήματα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Υπάρχουν ορισμένοι κανόνες που ισχύουν σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- Κάντε τακτικά αναρτήσεις για να μην χάνετε την προσοχή του κοινού σας.
- Δημοσιεύστε προσκλήσεις για δράση: συμμετοχή σε εκδηλώσεις, ανάρτηση περιεχομένου, άνοιγμα συνδέσμων (links), κλπ.
- Χρησιμοποιήστε καθομιλουμένη και άμεση γλώσσα.
- Προσπαθήστε να δημοσιεύετε εικόνες και περιεχόμενο υψηλής ποιότητας.
- Προγραμματίστε τις αναρτήσεις σας: επιλέξτε τον κατάλληλο χρόνο με βάση το κοινό σας και αποφύγετε την ανάρτηση υπερβολικά μεγάλου περιεχομένου σε σύντομο χρονικό διάστημα.
- Σχεδιάστε το περιεχόμενό σας εκ των προτέρων.

Για να χρησιμοποιήσετε αποτελεσματικά τα social media είναι σημαντικό να γνωρίζετε πώς λειτουργεί καθένα από αυτά, ποια είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και πώς μπορείτε να τα χρησιμοποιήσετε στο έπακρο. Ας δούμε εν συντομία ορισμένα από αυτά:

- Το Facebook είναι ένα πολύ δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο και απευθύνεται σε πολύ μεγάλο κοινό παγκοσμίως. Στηρίζεται ως επί το πλείστον σε κείμενο, αν και είναι δυνατή η ανάρτηση φωτογραφιών και βίντεο. Ενδείκνυται περισσότερο αν θέλετε να προσεγγίσετε ένα ευρύ κοινό και να δημοσιεύσετε εκδηλώσεις.
- Το Instagram είναι μια από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες ανταλλαγής φωτογραφιών και διαθέτει επίσης προηγμένες δυνατότητες ανταλλαγής βίντεο. Διαθέτει ένα πολύ ποικιλόμορφο κοινό και είναι μια εξαιρετική πλατφόρμα για μάρκετινγκ μέσω influencers (influencer marketing). Το Instagram έχει αλλάξει με την πάροδο των ετών και μοιάζει περισσότερο με το Tiktok. Η πλατφόρμα είναι πλέον γεμάτη από reels και συνιστάται να δημιουργήσετε και εσείς τέτοια βίντεο αντί για τις παραδοσιακές αναρτήσεις. Στο Instagram μπορείτε να αλληλεπιδράσετε με influencers και ενδεχομένως να ζητήσετε συνεργασία μαζί τους.
- Το TikTok είναι η πιο διάσημη εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης για βίντεο μικρής διάρκειας και συνήθως απευθύνεται σε άτομα νεαρής ηλικίας, τα οποία ανήκουν στη γενιά Z (Gen Z). Εδώ, θα πρέπει να δημιουργήσετε σύντομα βίντεο (15-30 δευτερόλεπτα το πολύ) και να χρησιμοποιήσετε το #FYP για να εμφανιστούν στο newsfeed. Μπορείτε ακόμα να δημιουργήσετε προκλήσεις (challenges). Για παράδειγμα, δημιουργήστε ένα #challenge: #helpahomeless. Προκαλέστε τους/τις χρήστες/-ριες του TikTok να αναπαραγάγουν την πρόκλησή σας για να προσφέρουν ένα (1) δώρο ανά ημέρα σε έναν/μια άστεγο/-γη (βλ. πρωτοβουλία 4 («Ημερολόγιο Αντίστροφης Μέτρησης») στην ενότητα Γ).

Ποια άλλα μέσα υπάρχουν για την πραγματοποίηση μιας εκστρατείας εκτός από τα social media;

Αφίσες

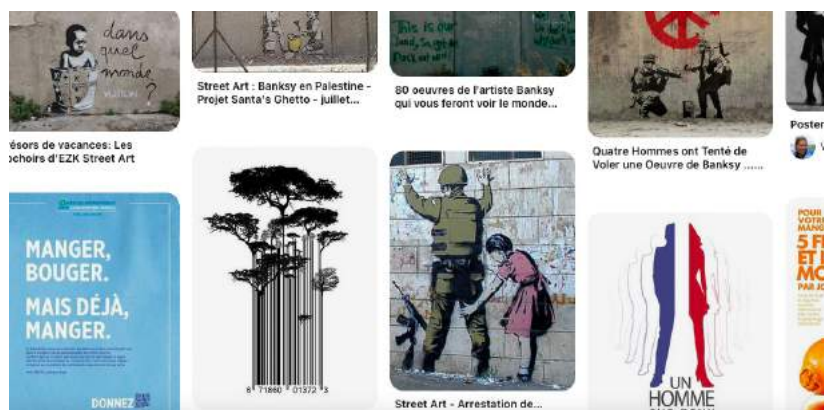
Για να φτιάξετε μια επιτυχημένη αφίσα:



- Βρείτε εικονογραφήσεις καλής ποιότητας που ενισχύουν το μήνυμα που πρέπει να μεταδοθεί: προσπαθήστε να τραβήξετε τα βλέμματα και να είστε πρωτότυποι/-πες.
- Σκεφτείτε σύντομες και περιεκτικές προτάσεις: λάβετε υπόψη την αναγνωσιμότητα από απόσταση (π.χ. γραμματοσειρά, χρώμα, μέγεθος λέξεων κλπ.) και την επίδραση στο κοινό.
- Οργανώστε τα στοιχεία στον χώρο: βεβαιωθείτε ότι υπάρχει αρμονία στο σύνολο της αφίσας: για να βρείτε τη σωστή ισορροπία κειμένου/εικόνας, φροντίστε να τοποθετήσετε τα διάφορα στοιχεία της αφίσας στον χώρο αφήνοντας το 1/4 της επιφάνειας ελεύθερο.

Τοιχογραφίες

Οι τοιχογραφίες προέρχονται από κοινωνικά κινήματα. Αν έχετε ταλέντο στη ζωγραφική, αυτή είναι μια ευκαιρία για να θέσετε την τέχνη στην υπηρεσία του σκοπού σας. Αν ακολουθήσετε [αυτό το link](#), θα βρείτε παραδείγματα αποτελεσματικών και διάσημων τοιχογραφιών.



Μην ξεχάσετε όμως να μάθετε ποιοι κανονισμοί ισχύουν για έργα που **προστατεύονται** από **πνευματικά δικαιώματα**, προτού ξεκινήσετε.

Αυτοκόλλητα

Η προώθηση ενός κινήματος, μιας ιδέας ή ενός μηνύματος με αυτοκόλλητα μπορεί να λειτουργήσει πολύ αποτελεσματικά. Είναι ένας οικονομικός τρόπος για να ευαισθητοποιήσετε ένα μεγάλο κοινό. Τα αυτοκόλλητα έχουν ένα ιδιαίτερο πλεονέκτημα: δεν γίνονται αντιληπτά ως εργαλείο πωλήσεων ή διαφήμισης. Εκλαμβάνονται ως κάτι διασκεδαστικό και παρουσιάζουν υψηλό επίπεδο δέσμευσης σε σύγκριση με τα παραδοσιακά εργαλεία μάρκετινγκ.



Ωστόσο, υπάρχουν δύο περιορισμοί:

1. Τα αυτοκόλλητα δεν είναι φιλικά προς το περιβάλλον.
2. Ακολουθήστε την ίδια συμβουλή με τις τοιχογραφίες όσον αφορά τους κανονισμούς.

Εκδηλώσεις: Citizen, Solidarity and Community Cafes

Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης αποτελεί μέρος της φάσης διάδοσης. Είναι ένα σημαντικό βήμα για την προώθηση του έργου σας. Φανταστείτε έναν χώρο συνάντησης, ανταλλαγής απόψεων και συναναστροφής: μπορεί να είναι το σπίτι, ένας χώρος συνεργασίας ή μια απλή καφετέρια. Δημιουργήστε μια πρόσκληση και στείλτε την σε όλα τα μέρη που εμπλέκονται στο έργο Rebuild, π.χ. μέντορες, συνομήλικοι/-κες νέοι/-ες που έχετε εντοπίσει κλπ.

Πώς να δημιουργήσετε ένα VLOG

Το Vlogging αναφέρεται στη δημοσίευση βίντεο του εαυτού σας ή ενός γεγονότος στο Διαδίκτυο στο πλαίσιο μιας ανάρτησης σε διαδικτυακές πλατφόρμες, ιστολόγια (blogs) ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Περιλαμβάνει επίσης τη ζωντανή μετάδοση ή τη συνεχή ροή (streaming) από το Facebook, το Instagram ή το Youtube, τα Instagram stories και τα Reels. Ένα βίντεο θεωρείται Vlog όταν επικοινωνεί σε προσωπικό επίπεδο με το κοινό, όταν παρουσιάζει προσωπικές εμπειρίες ή σκέψεις και χτίζει μια προσωπική σχέση με το κοινό. Τα βίντεο είναι συνήθως πολύ σύντομα και θα πρέπει να φαίνονται πολύ «αυτοσχέδια», ωστόσο θα πρέπει να διασφαλίσετε τη συνέπεια στην ανάπτυξη της αφήγησης. Με άλλα λόγια, θα πρέπει να είναι σαφές ότι αποτελούν μέρος της ίδιας ιστορίας. Όπως και το περιεχόμενο της εκστρατείας, έτσι και το περιεχόμενο των Vlog θα πρέπει να είναι απλό, ελκυστικό, ξεχωριστό, αυθεντικό και αλησμόνητο.



Υπάρχουν δύο βασικά είδη Vlog:

- Talking Head Video – Όταν η κάμερα είναι σταθερή και ο/η vlogger μιλάει για ένα θέμα.
- Follow me around vlog – Όταν ο/η vlogger παίρνει την κάμερα μαζί του/της και βιντεοσκοπεί αποσπάσματα σε εξωτερικούς χώρους.

Η εκστρατεία REBUILD περιλαμβάνει μεταξύ άλλων vlogs που σχετίζονται με την υλοποίηση τοπικών πρωτοβουλιών, με νέους/-ες να μιλούν για την πρωτοβουλία τους και πλάνα από τα παρασκήνια. Εκτείνεται από την αρχική φάση του σχεδιασμού του έργου μέχρι το τέλος της υλοποίησής του.

Πώς να δημιουργήσετε ένα πετυχημένο βίντεο:

- Γράψτε το σενάριο: φροντίστε το σενάριο να είναι σύντομο και αποτελεσματικό, με σαφή δομή. Τα γεγονότα της ιστορίας θα πρέπει να ακολουθούν μια λογική σειρά, με το κείμενο και τον διάλογο να συμπληρώνουν τις εικόνες. Η ατάκα ενισχύει ή επεξηγεί το σλόγκαν και προκαλεί εντύπωση.
- Δημιουργήστε ένα storyboard για να οπτικοποιήσετε το σενάριο, να προσδιορίσετε τις τοποθεσίες, τη θέση των ηθοποιών, να ορίσετε το κάδρο, να βρείτε τα πλάνα της κάμερας κλπ.
- Προσέξτε τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας (υπάρχουν εξουσιοδοτημένοι ιστότοποι μουσικής ή τράπεζες εικόνων χωρίς πνευματικά δικαιώματα).
- Χρησιμοποιήστε αξιόπιστο εξοπλισμό (π.χ. εξασφαλίστε μια εφεδρική μπαταρία) και δώστε προσοχή στο σκηνικό (π.χ. φωτισμός, μουσική επένδυση).
- Πραγματοποιήστε αρκετές λήψεις: προσπαθήστε να έχετε καθαρή άρθρωση και ήρεμη φωνή.

Παραδείγματα εμπνευσμένων Διαδικτυακών Εκστρατειών Ευαισθητοποίησης

Παρακάτω, θα βρείτε παραδείγματα επιτυχημένων διαδικτυακών εκστρατειών ευαισθητοποίησης που αναπτύχθηκαν από διάφορες οργανώσεις και ΜΚΟ, τόσο σε ιστότοπους όσο και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αν κάνετε κλικ στους συνδέσμους (links) και πλοηγηθείτε στις σελίδες, θα παρατηρήσετε τον μεγάλο πίνακα εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν για να επηρεάσουν τους/τις χρήστες/-ριες του Διαδικτύου και για να κάνουν την εκστρατεία διαδραστική, π.χ. αφίσες, βίντεο, διαγράμματα κλπ.

Greenpeace – Εκστρατεία κατά του πολέμου στην Ουκρανία



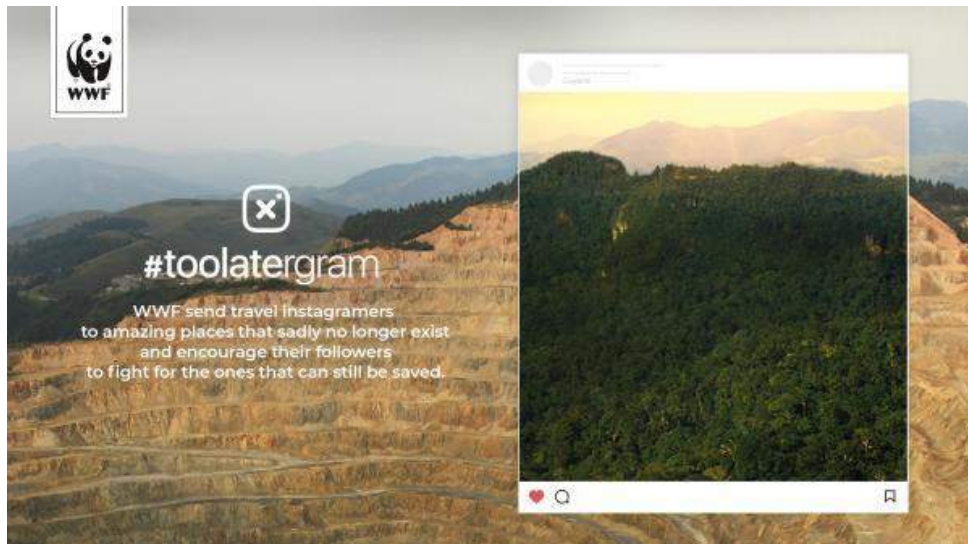
<https://www.greenpeace.fr/guerre-en-ukraine-agir-pour-la-paix-et-le-climat/>

Διεθνής Αμνηστία – Εκστρατεία κατά των βασανιστηρίων



<https://www.amnesty.be/campagne/stop-torture/>

WWF – Εκστρατεία στο Instagram #WWFToolaterGram



<https://www.youtube.com/shorts/nXfk7G8k-OE>

Now This – Εκστρατεία #iwill

Μια εξαιρετικά επιτυχημένη κοινωνική δράση δημιουργήθηκε από το κίνημα #iwill. Η εκστρατεία ξεκίνησε το 2013 και πλέον το κίνημα αυτό βοηθάει να εξασφαλιστούν ουσιαστικές δράσεις με τη βοήθεια νέων ανθρώπων και οργανώσεων. Το κίνημα #iwill εστιάζει στη νεολαία, επειδή διαθέτει την ενέργεια και τις ιδέες για να αλλάξει την κοινωνία προς το καλύτερο. Το πρόγραμμα ενδυναμώνει τα παιδιά και τους/τις νέους/-ες μαζί με τις οργανώσεις, ώστε να γίνουν πιο ενεργοί πολίτες και να συμμετέχουν στα κοινά.



<https://www.iwill.org.uk>

Διαδικτυακά εργαλεία για τον Σχεδιασμό, την Υλοποίηση και τη Διεξαγωγή Εκστρατειών Έργων

Σε αυτή την ενότητα, θα βρείτε ορισμένα συγκεκριμένα και δωρεάν εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να εργαστείτε, να αναπτύξετε και να προωθήσετε το έργο σας. Μπορείτε να βρείτε περισσότερες προτάσεις στην ηλεκτρονική διεύθυνση: <https://startbusiness.today/digital-tools/> που δημιούργησε ένας από τους εταίρους του έργου Rebuild, η Active Youth, η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες για διάφορα διαδικτυακά εργαλεία: εργαλεία για καταγισμό ιδεών, για ανατροφοδότηση, για την ενεργοποίηση των συμμετεχόντων ατόμων, για μετάφραση κλπ.

RECOGITO:



Αυτό το εργαλείο σας βοηθά να εργαστείτε συνεργατικά με τους/τις εταίρους/ συναδέλφους σας. Πρόκειται για μια διαδικτυακή πλατφόρμα για συνεργατικό σχολιασμό εγγράφων. Παρέχει έναν προσωπικό χώρο εργασίας όπου μπορείτε να ανεβάσετε, να συγκεντρώσετε και να οργανώσετε το πρωτογενές υλικό σας - κείμενα, εικόνες και δεδομένα σε πίνακες - και να συνεργαστείτε στον σχολιασμό και την ερμηνεία τους. Το Recogito σας διευκολύνει να προβάλετε το έργο σας στο Διαδίκτυο και να εκθέσετε τα αποτελέσματα της έρευνάς σας.

<https://recogito.pelagios.org>

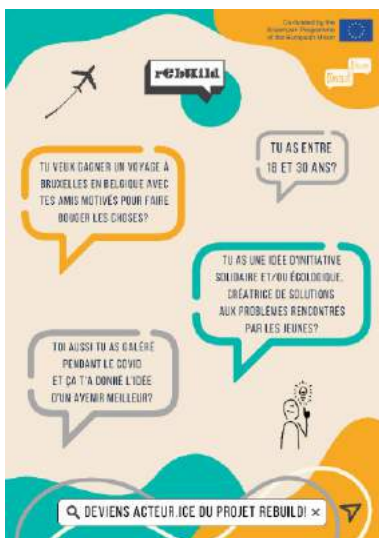
ASANA:



Αυτό είναι ένα εργαλείο δημιουργίας και κοινής χρήσης αρχείων για να δημιουργείτε, να αποθηκεύετε και να μοιράζεστε αρχεία και έγγραφα με την ομάδα σας. Το Asana παρακολουθεί όλες τις εργασίες της ομάδας σας, συμπεριλαμβανομένου του ποιο άτομο είναι υπεύθυνο για τι και πότε. Έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τη δημιουργία του σχεδίου επικοινωνίας σας, καθώς περιλαμβάνει μια σαφή ατζέντα που σας επιτρέπει να παρακολουθείτε ημερησίως τι πρέπει να δημοσιεύσετε και πού.

<https://app.asana.com/>

CANVA:



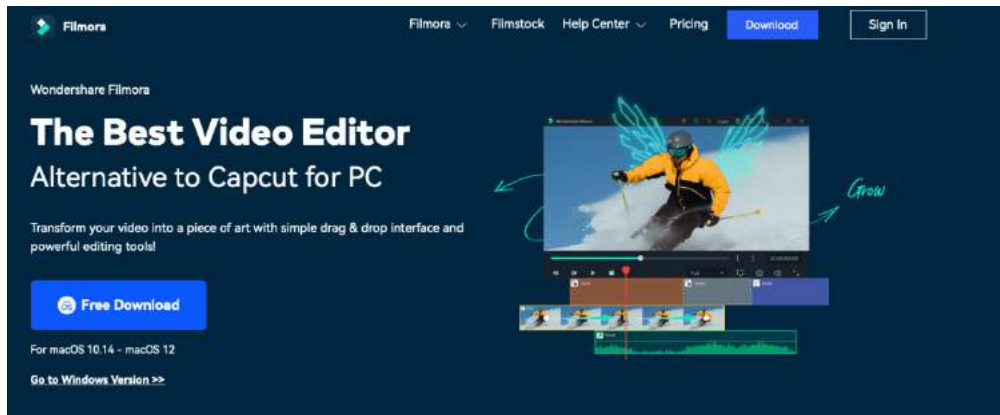
Αυτό το εργαλείο χρησιμεύει στη δημιουργία περιεχομένου. Τα οπτικά μέσα διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο στις εκστρατείες ευαισθητοποίησης. Το Canva είναι εύχρηστο και προσφέρει μια ποικιλία προτύπων για τη δημιουργία διαφόρων ειδών περιεχομένου, είτε πρόκειται για γραφικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είτε για παρουσιάσεις, αφίσες ή άλλο οπτικό περιεχόμενο. Αφού καταστρώσετε την ιδέα σας, σκεφτείτε πώς θα την αναδείξετε με μια σχετική αφίσα που μπορεί να εκτυπωθεί ή να διαδοθεί στα social media. Είναι επίσης πολύ χρήσιμο να εξηγήσετε μια ιδέα χρησιμοποιώντας εικόνες και χρώματα. Παρακάτω, θα βρείτε έναν σύνδεσμο για ένα tutorial σχετικά με το πώς να χρησιμοποιείτε το Canva σαν επαγγελματίας.

<https://www.canva.com>

Παράδειγμα αφίσας του Canva που δημιουργήθηκε για μια ανοιχτή πρόσκληση για νέους. Έργο Rebuild, Μαρτινίκα

Tutorial για τη χρήση του Canva: <https://www.youtube.com/watch?v=X65lFIVjiBg>

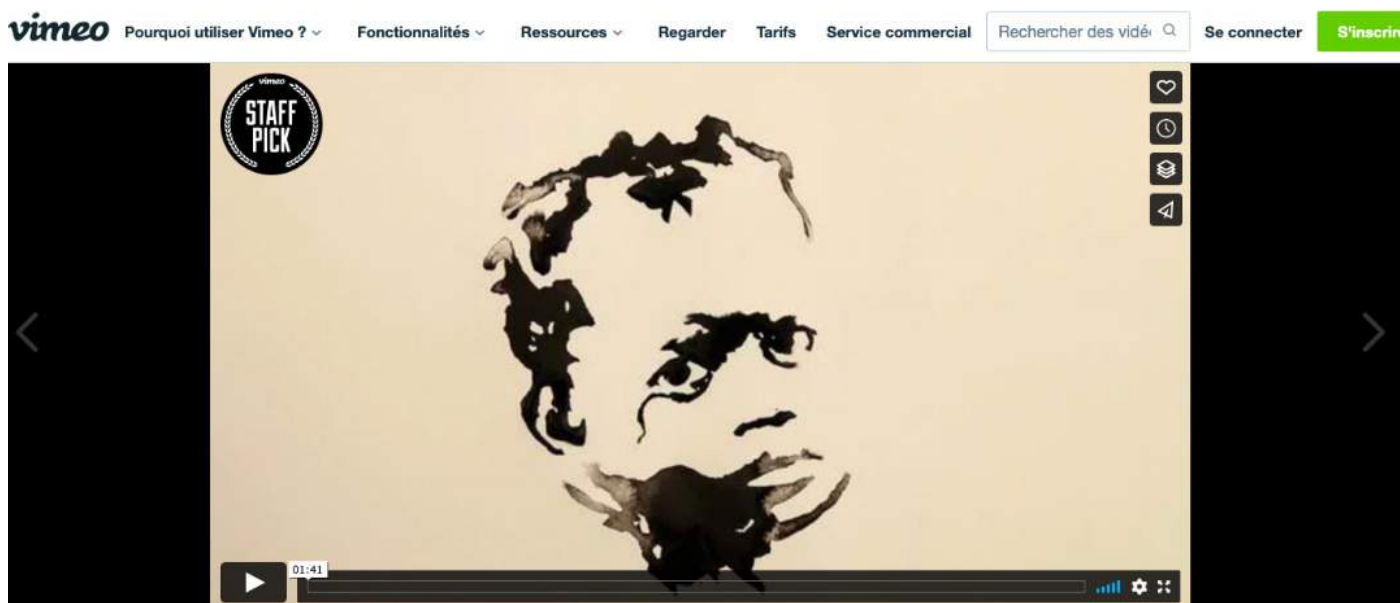
FILMORA:



Αυτό το εργαλείο έχει δημιουργηθεί για να σας βοηθά να επεξεργάζεστε τα βίντεό σας. Όπως λέει και το σλόγκαν: «Μετατρέψτε το βίντεό σας σε έργο τέχνης». Παρέχει γρήγορη και εύκολη επεξεργασία βίντεο για αρχάριους/-ες με επαγγελματικά εφέ.

<https://filmora.wondershare.net/>

VIMEO: (30 ημέρες δωρεάν δοκιμή)



<https://vimeo.com/fr/>

Αυτό το εργαλείο προσφέρεται για έμπνευση και ανταλλαγή με κοινότητες. Πρόκειται για έναν κοινοτικό ιστότοπο για την ανταλλαγή και την προβολή βίντεο που έχουν δημιουργήσει οι χρήστες/-ριες. Όπως λέει και το σλόγκαν: «Κάντε τις ιδέες σας πραγματικότητα». Αυτή η πλατφόρμα φέρνει σε επαφή ένα κοινό ταλαντούχων παραγωγών βίντεο και τον κόσμο του πολιτισμού. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο το Vimeo επικεντρώνεται σε βίντεο υψηλής ευκρίνειας. Η πλατφόρμα, αν και λιγότερο δημοφιλής από το YouTube, είναι περισσότερο προσανατολισμένη στην κοινότητα και προσφέρει πραγματικές ευκαιρίες αλληλεπίδρασης με το κοινό της. Πρόκειται για μια εμπνευσμένη πηγή ποιοτικών βίντεο και περιεχομένου.

Παρακάτω, μπορείτε να δείτε μια εκστρατεία για την Παγκόσμια Ημέρα Νερού (22 Μαρτίου). Η *Solidarités International* και η *BDDP Unlimited* συνεργάστηκαν με τον νεαρό καλλιτέχνη και σκηνοθέτη Clément Beauvais για να δημιουργήσουν μια εκστρατεία με έντονα εικαστικά στοιχεία για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη μάστιγα του μη ασφαλούς νερού. Το αποτέλεσμα είναι ένα όμορφο, σκοτεινό και άκρως εντυπωσιακό βίντεο. Το μήνυμα δεν θα μπορούσε να είναι πιο ξεκάθαρο.

<https://vimeo.com/21198351>

Καινοτόμες Μεθοδολογίες και Βέλτιστες Πρακτικές από τοπικές οργανώσεις σε όλη την Ευρώπη

Εδώ, μπορείτε να βρείτε μια συλλογή καινοτόμων μεθοδολογιών που εφαρμόστηκαν από τοπικές οργανώσεις και άτυπες ομάδες στην Ιταλία, τη Λιθουανία, την Κύπρο, την Ελλάδα, την Ισπανία και τη Μαρτινίκα (Γαλλία). Οι εν λόγω μεθοδολογίες μπορούν να σας εμπνεύσουν στη δημιουργία της ιδέας του έργου σας και στην επιλογή των μεθοδολογιών που θα χρησιμοποιήσετε. Οι εταίροι του έργου Rebuild, αφού χαρτογράφησαν και πήραν συνεντεύξεις από τοπικές οργανώσεις, εκπόνησαν μια περιληπτική παρουσίαση ορισμένων από τις καλύτερες πρακτικές που συνάντησαν.

Όλες αυτές οι πρωτοβουλίες συγκεντρώθηκαν σε μια ειδική πλατφόρμα που ονομάζεται Urban Perspective. Για περισσότερες πληροφορίες, κάντε κλικ σε αυτόν τον σύνδεσμο: <https://urbanperspective.eu>

Λιθουανία

“Šauk klausimą psichologui” («Κάνε μια ερώτηση στον/στην ψυχολόγο»)

Ονομασία της πρωτοβουλίας	“Šauk klausimą psichologui” («Κάνε μια ερώτηση στον/στην ψυχολόγο»)
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαριγιάμπολε, Λιθουανία
Επωνυμία της οργάνωσης	Jaunimas YRĀ
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Τα προβλήματα ψυχικής και συναισθηματικής υγείας υπήρχαν ήδη πριν από την πανδημία και κατά τη διάρκεια αυτής, απλώς εξελίχθηκαν. Έτσι, η “Jaunimas YRĀ” θέλησε να βοηθήσει τους/τις νέους/-ες να κατανοήσουν καλύτερα τον εαυτό τους και να καταπολεμήσει το στίγμα ότι αν πας σε ψυχολόγο, είσαι άρρωστος/-στη. Γι’ αυτό, ανέπτυξε την πρωτοβουλία «Κάνε μια ερώτηση στον/στην ψυχολόγο».</p> <p>Βασίστηκε στη συζήτηση μεταξύ δύο ανθρώπων και των συμμετεχόντων/-χουσών που έκαναν ερωτήσεις.</p> <p>Θέματα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για τους/τις νέους/-ες τα οποία συζητήθηκαν ήταν τα εξής:</p> <ul style="list-style-type: none">· Πώς λειτουργεί η θεραπευτική διαδικασία και ποια είναι η δουλειά του/της ψυχολόγου;· Τι να κάνω μετά την αποφοίτηση από το λύκειο;· Ποιος/Ποια με καταλαβαίνει;· Σεξουαλική ζωή· Πώς να διατηρήσω την αυτοεκτίμησή μου;
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Η πρωτοβουλία στηρίχθηκε σε μια συζήτηση μεταξύ δύο ατόμων, η οποία μεταδόθηκε ζωντανά μέσω της σελίδας της “Jaunimas YRĀ” στο Facebook. Περιλάμβανε 5 τέτοιες εκδηλώσεις-συζητήσεις μεταξύ ενός δημοφιλούς προσώπου που ενδιαφερόταν για το θέμα και ενός/μιας ψυχολόγου.</p> <p>Οι τηλεθεατές/-τριες μπορούσαν ανώνυμα να θέσουν ερωτήσεις στον/στην ψυχολόγο και τουλάχιστον έτσι, να συμμετάσχουν στη συζήτηση, έστω και εξ αποστάσεως, και να λάβουν απαντήσεις σε ερωτήματα που τους απασχολούσαν και που συχνά θεωρούνται ευαίσθητα.</p> <p>Συσχετιζόμενα θέματα, ενεργητικοί/-κές ακροατές/-τριες, ενδιαφέροντες/-ρουσες ομιλητές/-τριες δίνουν τις απαραίτητες απαντήσεις με απλό και φυσικό τρόπο.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	Διαδικτυακό περιοδικό: https://urbanperspective.eu/shout-a-question-to-a-psychologist/

«Keiskis ir tobulėk» («Άλλαξε και βελτιώσου»)

Ονομασία της πρωτοβουλίας	«Keiskis ir tobulėk» («Άλλαξε και βελτιώσου»)
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Σιαουλιάι, Λιθουανία
Επωνυμία της οργάνωσης	“JUSPO” - Jaunimo užimtumo stebėsenos ir plėtros organizacija (“JUSPO” - Οργανισμός παρακολούθησης και ανάπτυξης της απασχόλησης των νέων)
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το έργο “Keiskis ir tobulėk”, το οποίο ξεκίνησε από την πόλη Σιαουλιάι, σχεδιάστηκε για να βοηθήσει νέους και νέες να αναπτύξουν ικανότητες που δεν αποκτούν στο σχολείο. Περιλάμβανε 3 μέρη: θεωρητικό, πρακτικό και ανακεφαλαιωτικό.</p> <p>Το έργο περιλάμβανε 5 εκπαιδευτικές ενότητες με τα ακόλουθα θέματα:</p> <ul style="list-style-type: none">- Κριτική και Θετική Σκέψη·- Δημιουργικότητα·- Δημόσια Ομιλία·- Πειθαρχία·- Συναισθηματική Νοημοσύνη. <p>Μετά τα θεωρητικά μαθήματα για τα θέματα αυτά, ακολούθησαν εργαστήρια (workshops) για την εφαρμογή των γνώσεων στην πράξη. Η τελική εκδήλωση με τίτλο «Peržvelkime rokyčius» («Ας εξετάσουμε τις αλλαγές») συγκέντρωσε νέους και νέες για να συζητήσουν πώς έχουν βελτιωθεί και αλλάξει τη ζωή τους μέχρι στιγμής.</p> <p>Η πρωτοβουλία αυτή προέκυψε μετά από έρευνα αγοράς, η οποία αποκάλυψε την τάση ότι οι νέοι/-ες έρχονται στις οργανώσεις χωρίς να διαθέτουν ορισμένες ικανότητες που θα έπρεπε κανονικά να αποκτούν στο σχολείο: δημόσια ομιλία, διαχείριση του άγχους, δημιουργικότητα και λοιπές κοινωνικές δεξιότητες.</p>

<p>Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;</p>	<p>Άτυπη/Φιλική επικοινωνία</p> <p>Κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης γίνονταν διαλείμματα για να μπορούν οι συμμετέχοντες/-χουσες να χαλαρώσουν, να ξεκουραστούν, να πιουν τσάι ή καφέ και να συνομιλήσουν, δημιουργώντας έτσι έναν στενότερο δεσμό μεταξύ τους και διατηρώντας τον κύκλο ανατροφοδότησης πέρα από τις δραστηριότητες της πρωτοβουλίας.</p> <p>Αισιοδοξία/Θέρμη</p> <p>Δημιουργεί ένα αίσθημα προσμονής το να αναπτυσσόμαστε μαζί μέσω της κοινοκτημοσύνης και να είμαστε μαζί. Εμπνέει και παρακινεί τους/τις νέους/-ες να συνεχίσουν να βελτιώνονται.</p> <p>Ερωτήσεις – «Πώς αισθάνεστε;»/«Τι συναισθήματα νιώθετε;»</p> <p>Πριν από την έναρξη κάθε δραστηριότητας της πρωτοβουλίας, οι συμμετέχοντες/-χουσες ρωτήθηκαν: «Πώς αισθάνεστε σήμερα;». Στο τέλος των δραστηριοτήτων, τους τέθηκε η ίδια ερώτηση και ακολούθησε σύγκριση των δηλώσεων.</p> <p>Εργασία σε ομάδες</p> <p>Κατά τη διάρκεια του έργου, οι συμμετέχοντες/-χουσες συνεργάστηκαν. Αυτό προώθησε πτυχές της συντροφικότητας, της εξοικείωσης, της ομαδικής εργασίας, της ηγεσίας και της δημιουργικότητας.</p> <p>Συζήτηση</p> <p>Χρησιμοποιήθηκε ένα εργαλείο συζήτησης στο οποίο οι συμμετέχοντες/-χουσες στο έργο εξέφρασαν τις απόψεις τους, τις παρατηρήσεις τους και τα στοιχεία περαιτέρω ανάπτυξης των συνεχιζόμενων δραστηριοτήτων.</p>
<p>Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία</p>	<p>Διαδικτυακό περιοδικό: https://urbanperspective.eu/change-and-improve/</p>

«Keičiamės patys - keičiame pasaulį!» («Αλλάζοντας τους εαυτούς μας – αλλάζοντας τον κόσμο!»)

Όνομασία της πρωτοβουλίας	«Keičiamės patys - keičiame pasaulį!» («Αλλάζοντας τους εαυτούς μας – αλλάζοντας τον κόσμο!»)
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Σβεντσιόνις, Λιθουανία
Επωνυμία της οργάνωσης	Ξεκίνησε ως μια άτυπη ομάδα νέων και δραστήριων ανθρώπων που συμμετείχαν μαζί σε όλα και που μια μέρα αποφάσισαν να αναλάβουν δράση από κοινού.
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το έργο “Keičiamės patys – keičiame pasaulį!” είχε ως στόχο τη μείωση του αποκλεισμού των ατόμων με αναπηρία και τη συμμετοχή τους σε κοινωνικές δραστηριότητες.</p> <p>Οι νέοι/-ες παρατήρησαν τον αποκλεισμό των συνομηλίκων τους και αποφάσισαν ότι κάτι έπρεπε να γίνει – «Στο κάτω-κάτω, είναι ακριβώς σαν κι εμάς! Απλώς έχουμε τους δικούς μας φόβους και δεν ξέρουμε πώς να συμπεριφερθούμε απέναντί τους». Έτσι, τους ήρθε η ιδέα να εκπονήσουν και να υλοποιήσουν ένα έργο με αυτούς/-τές τους/τις αποκλεισμένους/-νες νέους/-ες.</p> <p>Μαζί και με τη βοήθεια των εκπαιδευτικών τους, οι νέοι/-ες σχεδίασαν και υλοποίησαν διάφορες δραστηριότητες με νέους/-ες με αναπηρίες. Για παράδειγμα, πήγαν εκδρομές. Η πρώτη εκπαιδευτική δραστηριότητα ήταν στο Κέντρο Χειροτεχνίας Ryškutėnai, όπου όλοι/-λες μαζί έφτιαξαν μάφινς. Η δεύτερη εκδρομή πραγματοποιήθηκε σε ένα κέντρο θεραπευτικής ιππασίας και η τρίτη στο καφέ “Pirmas blynas”, όπου εργάζονται άτομα με αναπηρία. Οι νέοι/-ες χόρεψαν μαζί, ζωντανά και αργότερα στην πλατφόρμα Zoom. Η δασκάλα χορού του σχολείου συμφώνησε να συμμετάσχει στην πρωτοβουλία και να τους παραδίδει μαθήματα κάθε Τετάρτη.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Όλες οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν στηρίχθηκαν σε άτυπες, εκπαιδευτικές και διασκεδαστικές δραστηριότητες, με τις οποίες είναι ευκολότερο για τους/τις νέους/-ες να ξεκινήσουν την επικοινωνία και να προωθήσουν την ένταξη ατόμων με αναπηρίες.</p> <p>Η επικοινωνία ενθαρρύνθηκε από το γεγονός ότι κάθε νέος/-α αποφάσιζε ποιος/ποια νέος/-α με αναπηρία θα ήταν ο/η «φίλος/-λη» του/της στο πρόγραμμα, με τον/την οποίο/-α θα ήταν πάντα μαζί στις δραστηριότητες, σε περίπτωση που έπρεπε να κάνουν κάτι σε ομαδικό επίπεδο, ή να ταξιδέψουν με το λεωφορείο καθισμένοι/-νες ο/η ένας/μία δίπλα στον/στην άλλο/-λη, ή κάτι παρόμοιο. Αυτός ήταν σίγουρα ένας από τους τρόπους για να ενθαρρυνθεί η επικοινωνία και να μειωθεί ο κίνδυνος να υπάρχει μια χωριστή ομάδα νέων με αναπηρία κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων.</p> <p>Βοήθησε επίσης κατά τη διάρκεια του λοκντάουν, καθώς τα εν λόγω ζεύγη έκαναν διαδικτυακές κλήσεις μεταξύ τους, μιλώντας για το πώς τα περνάει ο/η καθένας/μία τους, τι κάνει, ανταλλάσσοντας ευχές και στιγμές από κάποιες οικογενειακές γιορτές.</p> <p>Επιπλέον, στο τέλος κάθε μήνα πραγματοποιούνταν αναστοχασμοί και συζητήσεις για να αξιολογηθεί ο αντίκτυπος και η ενίσχυση της κοινότητας.</p>

Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία

Διαδικτυακό περιοδικό:

<https://urbanperspective.eu/we-change-ourselves-we-change-the-world/>

Βιωματικά εργαστήρια περιβαλλοντικής εκπαίδευσης

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Βιωματικά εργαστήρια περιβαλλοντικής εκπαίδευσης
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Αθήνα, Ελλάδα
Επωνυμία της οργάνωσης	Οργάνωση Γη - Organisation Earth
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Τα βιωματικά εργαστήρια περιβαλλοντικής εκπαίδευσης - πολλά από τα οποία έχουν σχεδιαστεί σε συνεργασία με τους δήμους και τον ιδιωτικό τομέα - έχουν ως στόχο να συνδέσουν τους ανθρώπους με τη φύση και να τους εμπλέξουν σε πιο βιώσιμες συμπεριφορές στην καθημερινή τους ζωή. Σε αυτά τα εκπαιδευτικά προγράμματα, οι συμμετέχοντες/-χουσες μπορούν να μάθουν πώς να καλλιεργούν τα δικά τους λαχανικά, να δημιουργούν πράσινες στέγες και συμπιεστές απορριμμάτων, να κάνουν κομποστοποίηση στα σπίτια τους και γενικά να κάνουν τη ζωή τους και τις γειτονιές τους πιο πράσινες και υγιείς. Λόγω της πανδημίας του Covid-19, η οργάνωση αποφάσισε να προσφέρει διαδικτυακά εργαστήρια (workshops), τα οποία περιλάμβαναν μαθήματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης για τη βιολογική γεωργία, την εναλλακτική διαχείριση των οικιακών οργανικών αποβλήτων και άλλα ενδιαφέροντα θέματα. Υπήρξε μεγάλη συμμετοχή λόγω της αυξημένης ανάγκης των ανθρώπων να αλληλεπιδράσουν μεταξύ τους και να έρθουν πιο κοντά στη φύση κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Τα εργαστήρια έδωσαν στους/στις νέους/-ες την ευκαιρία να συζητήσουν, να ανταλλάξουν απόψεις και να αλληλεπιδράσουν. Αυτή η ανθρώπινη αλληλεπίδραση ήταν τόσο αναγκαία, με αποτέλεσμα η ανταπόκριση από τον κόσμο να είναι θετική.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Εργαστήρια: Εκπαιδευτικά προγράμματα που έχουν ως στόχο να συνδέσουν τους ανθρώπους με τη φύση και να τους εμπλέξουν σε πιο βιώσιμες συμπεριφορές στην καθημερινή τους ζωή. Λόγω της πανδημίας COVID-19, η οργάνωση προσέφερε διαδικτυακά εργαστήρια με στόχο να φέρει τους ανθρώπους πιο κοντά στη φύση και να τους βοηθήσει να υιοθετήσουν έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής, να μειώσουν το οικολογικό τους αποτύπωμα και να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη. Ένα από τα πολύ λίγα θετικά πράγματα που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας, σύμφωνα με τα μέλη της οργάνωσης, είναι ότι οι άνθρωποι επαναπροσδιόρισαν τον αστικό τρόπο ζωής, στράφηκαν προς τη φύση και συνειδητοποίησαν τη σημασία της επικοινωνίας και της αλληλεπίδρασης μεταξύ τους.</p> <p>«Κέντρο της Γης»: Ένας εκπαιδευτικός κόμβος για πράσινες δεξιότητες, ο οποίος προσφέρει προγράμματα ενεργητικής μάθησης και δραστηριότητες με βάση την κοινότητα. Πρόκειται για ένα αστικό πάρκο 25 στρεμμάτων σε ένα πανέμορφο φυσικό περιβάλλον, μόλις 6 χιλιόμετρα από το κέντρο της Αθήνας. Αποτελεί το κύριο κέντρο μάθησης της Οργάνωσης Γη και σημείο συνάντησης για ανθρώπους όλων των ηλικιών. Εκτείνεται γύρω από έναν βιολογικό λαχανόκηπο και έναν κήπο βιοποικιλότητας και αποτελεί την ιδανική τοποθεσία για τα εκπαιδευτικά προγράμματα της Οργάνωσης Γη, τα οποία έχουν σχεδιαστεί για να ενημερώνουν και να ευαισθητοποιούν τους/τις επισκέπτες/-πτριες σχετικά με τη βιοποικιλότητα, τη βιώσιμη διατροφή και έναν υγιινό, «κυκλικό» τρόπο ζωής.</p>

Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://uefafoundation.org/action/organisation-earth-2/# https://www.facebook.com/uefafoundation/
---	--

Solidarity for Fashion

Ονομασία της πρωτοβουλίας	Solidarity for Fashion
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Αθήνα, Ελλάδα
Επωνυμία της οργάνωσης	Hellenic Youth Participation (HYP)
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το “Solidarity for Fashion” αφορούσε την προώθηση δράσεων βιώσιμης μόδας και περιλάμβανε 12μηνες στοχευμένες εκστρατείες κατά της λεγόμενης «γρήγορης μόδας» (“fast fashion”), εστιάζοντας σε τρόπους με τους οποίους μπορούμε να μειώσουμε τις επιπτώσεις της μόδας στο περιβάλλον. Περιλάμβανε ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων - τόσο δια ζώσης όσο και διαδικτυακών - όπως συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης με εταιρείες που προωθούσαν τη βιώσιμη μόδα, σχολικές δραστηριότητες, δημιουργία λεξικού που εξηγούσε τη σχετική ορολογία και swap parties όπου οι άνθρωποι μπορούσαν να έρθουν και να ανταλλάξουν παλιά ρούχα χωρίς καμία οικονομική συνεισφορά, καθώς και εργαστήρια ραπτικής που ενθάρρυναν την επιδιόρθωση, την αξιοποίηση και τη μεταποίηση των μεταχειρισμένων ρούχων.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<ul style="list-style-type: none"> · Συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης με εταιρείες που προωθούν τη βιώσιμη μόδα· · Σχολικές δραστηριότητες και παιχνίδι Kahoot· · Δημιουργία ενός λεξικού που εξηγεί τη σχετική ορολογία· · Swap parties όπου οι άνθρωποι μπορούσαν να έρθουν και να ανταλλάξουν παλιά ρούχα χωρίς καμία οικονομική συνεισφορά.
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/solidarityforfashion/

Εκπαίδευση για την Ένταξη - Παρέχοντας Ευκαιρίες Μάθησης σε Παιδιά Πρόσφυγες και Μετανάστες κατά τη διάρκεια της Πανδημίας

Ονομασία της πρωτοβουλίας	Εκπαίδευση για την Ένταξη - Παρέχοντας Ευκαιρίες Μάθησης σε Παιδιά Πρόσφυγες και Μετανάστες κατά τη διάρκεια της Πανδημίας
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Αθήνα, Ελλάδα
Επωνυμία της οργάνωσης	ΕΛΙΞ
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Στόχος είναι η ενίσχυση της συμμετοχής των παιδιών στην τυπική εκπαίδευση και ο βασικός πυρήνας των μαθημάτων που προσφέρουμε είναι τα ελληνικά, τα αγγλικά και τα μαθηματικά σε παιδιά και εφήβους/-βες 3-18 ετών. Ωστόσο, η ΕΛΙΞ είχε την ευκαιρία να προσφέρει μαθήματα τόσο σε ενήλικες όσο και σε παιδιά προσχολικής ηλικίας, εστιάζοντας κυρίως στην ψυχοκοινωνική τους στήριξη και την υποστήριξη για τη διαχείριση του τραύματος ή άλλων τυχόν ψυχολογικών δυσκολιών που αντιμετωπίζουν.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Λόγω της έλλειψης πρόσβασης στο Διαδίκτυο στον καταυλισμό του Ελαιώνα, τα μέλη της ΕΛΙΞ είχαν φυσική παρουσία στον καταυλισμό τρεις φορές την εβδομάδα και έδιναν στα παιδιά πακέτα με εργασίες για το σπίτι, που περιλάμβαναν podcasts και QR codes. Κάθε χαρτί είχε έναν κωδικό QR με τον οποίο τα παιδιά μπορούσαν να συνδεθούν για να ακούσουν τις ηχογραφημένες οδηγίες από τον/την εκπαιδευτικό. Ακόμη, η ΕΛΙΞ δημιούργησε μεταξύ άλλων podcasts και οπτικοακουστικό υλικό, βίντεο αφήγησης ιστοριών, αφηγήσεις συνομιλιών κλπ. που απευθύνονταν κυρίως σε μικρότερες ηλικίες, αλλά χρησιμοποιούνταν και από μεγαλύτερα παιδιά. Δημιούργησαν επίσης μια ομάδα στο Facebook που συνέδεσε πολλούς/-λές μαθητές/-ριες και τους γονείς τους. Εκεί, ανέβαζαν ενημερώσεις τόσο για τα νέα μέτρα όσο και για εκπαιδευτικές δραστηριότητες και βίντεο ή ανακοίνωναν τις ημέρες που θα επισκεπτόμασταν τον καταυλισμό για να μοιραστούμε εκπαιδευτικό υλικό.</p> <p>Το πρόγραμμα αντιμετώπισης του Covid -19 περιλάμβανε: τη διανομή 11.000 σακιδίων και φυλλαδίων αυτοεκπαίδευσης σε παιδιά και νέους/-ες την εκπαιδευτική πλατφόρμα "Learnia" με οπτικοακουστικό υλικό που δημιουργήθηκε από τους/τις εκπαιδευτικούς του ΕΛΙΞ και μεταφράστηκε στα ελληνικά, αγγλικά και στις μητρικές γλώσσες των παιδιών· την ψηφιακή πλατφόρμα εκμάθησης γλωσσών Akelius, στο πλαίσιο της μικτής προσέγγισης εκμάθησης γλωσσών που συνδυάζει τη διαδικτυακή με τη δια ζώσης μάθηση.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	<p>https://www.elix.org.gr/en/large-projects-of-elix/social-actions-to-support-vulnerable-groups-and-awareness/covid-19-response-continuous-learning-refugee-greece-en</p> <p>https://www.elix.org.gr/en/</p>

Ονομασία της πρωτοβουλίας	Untold Stories
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Λευκωσία, Κύπρος
Επωνυμία της οργάνωσης	Are We Europe
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το έργο ονομάζεται “Untold Stories” και η υλοποίησή του γίνεται μέσω ενός λογαριασμού στο Instagram με την ονομασία Unshadow Cyprus. Σκοπός αυτού του έργου είναι να φέρει στο προσκήνιο τους/τις καθημερινούς/-νές ήρωες/-ίδες που συναντάμε ενώ περπατάμε, ενώ παραγγέλνουμε έναν καφέ, ή ακόμα και ανθρώπους από την οικογένειά μας. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης εστιάζουν μόνο σε ιστορίες από τις πλουσιότερες και ισχυρότερες χώρες της ηπείρου χωρίς να δίνουν την ευκαιρία σε ανθρώπους που έχουν να πουν κάτι καινούργιο στην τοπική κοινωνία. Για τον λόγο αυτό, διοργανώνουμε επτά διεπιστημονικά εργαστήρια σε επτά χώρες, όπου νέοι/-ες δημοσιογράφοι και ακτιβιστές/-στριες συνεργάζονται με στόχο να εντοπίσουν τα πιο φλέγοντα ζητήματα της εποχής μας και τις ιδέες τους για το κοινό μας μέλλον. Επιπλέον, δημιουργούμε επί του παρόντος μια συναρπαστική πλατφόρμα ιστοριών πολυμέσων.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/ εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Τα εργαστήρια (workshops) διήρκεσαν μία εβδομάδα υπηρετώντας τις αξίες της τυπικής εκπαίδευσης και επικεντρώθηκαν στις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας της Κύπρου. Ο καταγισμός ιδεών, τα παιχνίδια ρόλων και η δημιουργία ομάδων ήταν μερικές από τις δραστηριότητες που συνέβαλαν στην αποτελεσματικότητα του έργου. Μετά την παρουσίαση των σκοπών και την επισήμανση των στόχων μας, η ομάδα χωρίστηκε σε δύο μικρότερες ομάδες. Η μία ήταν η ομάδα της Εκστρατείας και η άλλη η ομάδα των Δημοσιογράφων. Η καθεμία είχε διαφορετικό τρόπο παρουσίασης της δουλειάς της, αλλά τον ίδιο τρόπο παραγωγής περιεχομένου. Λάβαμε συνεντεύξεις από ανθρώπους που, κατά τη γνώμη μας, έχουν θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία και μια ενδιαφέρουσα ανειπίτη ιστορία να πουν. Μερικοί/-κές από τους/τις συνεντευξιαζόμενους/-νές μας ήταν ακτιβιστές/-στριες, εκπρόσωποι των ΛΟΑΣΤΚ2+, καλλιτέχνες/-χνιδες, πρόσφυγες/-γισσες, φοιτητές/-τριες Erasmus κλπ.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	<p>https://www.untold-stories.eu/</p> <p>https://www.instagram.com/unshadow_cyprus/</p>

Προσκοπισμός κατά τη διάρκεια πανδημίας

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Προσκοπισμός κατά τη διάρκεια πανδημίας
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Λευκωσία, Κύπρος
Επωνυμία της οργάνωσης	Σώμα Προσκόπων Κύπρου
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Ο σκοπός και ο στόχος των προσκόπων ήταν να παραμείνουν σε επαφή. Να μη χάσουμε την επαφή με τα μέλη μας ανεξάρτητα από την τρέχουσα δυναμική. Να μπορέσουμε να ασχοληθούμε με δραστηριότητες που διαφορετικά δεν θα κάναμε. Να ενσωματώσουμε επίσημα την τεχνολογία, όπως όλες οι οργανώσεις, με διάφορες εφαρμογές (apps) που υπάρχουν και που τις έχουμε αναπτύξει με τρόπο που να ταιριάζει στη δική μας δομή. Για παράδειγμα, έχουμε δημιουργήσει ένα παιχνίδι θησαυρού μέσω μιας εφαρμογής στο οποίο θα μπορούσαν να συμμετέχουν τα παιδιά με τους γονείς τους στον ελεύθερο χρόνο τους. Έτσι, πρόκειται για ένα παιχνίδι που προσαρμόζεται στην καθημερινή ρουτίνα του καθενός, γιατί δεν μπορείς να απαιτείς από κάθε γονέα να είναι διαθέσιμος για 2-3 ώρες το Σάββατο για να βάλει το παιδί του μπροστά σε μια οθόνη.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/ εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Το παιχνίδι για το κυνήγι θησαυρού ήταν μία από τις μεθοδολογίες που χρησιμοποιήθηκαν. Το κυνήγι θησαυρού ήταν μια ιδέα που προέκυψε μέσω της ένταξης. Είναι κάτι που χρειάζεται πολύ ελεύθερο χρόνο για την οργάνωσή του. Για αυτή τη δραστηριότητα, δεν υπήρξε καμία επαφή με άτομα εκτός του σώματος και ο λόγος ήταν η φύση της εν λόγω εργασίας και επαγγελματικής δραστηριότητας. Κάθε άτομο μπορούσε να αναπτύξει συγκεκριμένα θέματα, είτε αυτά αφορούσαν την πληροφορική είτε τη συγγραφή, είτε την ανάπτυξη του θέματος για το κυνήγι του θησαυρού είτε τις επιμέρους δραστηριότητες. Το αποτέλεσμα της δραστηριότητας είναι ότι δημιουργήθηκε στενή σχέση με κάθε συμμετέχον άτομο και ότι η απόσταση δεν επηρέασε καθόλου την ομάδα. Αν και κάποιες από τις δραστηριότητες δεν είχαν άμεση σχέση με τον προσκοπισμό, που δεν ήταν άλλωστε και το ζητούμενο, το νόημα της δραστηριότητας ήταν να υπάρξει επαφή, ώστε να ασχοληθούν με κάτι διαφορετικό που ήταν έξω από την καθημερινότητα και από την πίεση του σχολείου.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/71scouts

Round Table Knowledge Series

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Round Table Knowledge Series
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Λευκωσία, Κύπρος
Επωνυμία της οργάνωσης	Round Table Cyprus
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το “Round Table Knowledge Series” είναι μια πρωτοβουλία που εγκαινιάστηκε κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Πρόκειται για σεμινάρια και podcasts σε ζωντανή μετάδοση που δημοσιεύονται σε διάφορες κοινωνικές πλατφόρμες. Η διάρκειά τους ήταν περίπου 45 λεπτά ή μία ώρα. Λόγω της επιτυχίας του εγχειρήματος αυτού, η διοργάνωση συζητήσεων στρογγυλής τραπέζης συνεχίστηκε και μετά την έξαρση της νόσου Covid-19.</p> <p>Η επιτυχία του οφειλόταν κυρίως στο γεγονός ότι οι συμμετέχοντες/-χουσες μπορούσαν με ανώνυμο τρόπο να συζητήσουν με επαγγελματίες. Η δωρεάν πληροφόρηση από επαγγελματίες προς το κοινωνικό σύνολο ήταν κάτι που έλειπε.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Αν και κυκλοφορούν πολλά podcast στο Διαδίκτυο, αυτό που κάνει το Round Table Knowledge Series να ξεχωρίζει είναι το γεγονός ότι μεταδίδεται ζωντανά. Οι συμμετέχοντες/-χουσες μπορούν να έχουν αλληλεπίδραση με τους/τις ομιλητές/-τριες, να τους κάνουν ερωτήσεις και να λάβουν μέρος στη συζήτηση. Μπορούν επίσης, να έχουν άμεση πρόσβαση σε επαγγελματίες χωρίς να έχουν καμία υποχρέωση να αναφέρουν το ονοματεπώνυμό τους ή άλλα προσωπικά στοιχεία. Τέλος, αξίζει να σημειώσουμε ότι οι παρουσιάσεις ήταν δωρεάν και προσβάσιμες για όλους/-λες τους/τις ενδιαφερόμενους/-νες.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/RoundTable6/

Recover EU

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Recover EU
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Λευκωσία, Κύπρος
Επωνυμία της οργάνωσης	See Why
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	Το έργο αφορά 5 ημέρες δραστηριοτήτων του προγράμματος με στόχο την προώθηση, την ενημέρωση, την εκπαίδευση, την κατάρτιση, την παρουσίαση, την ανάπτυξη δεξιοτήτων και ικανοτήτων για την ομαλή προσαρμογή των νέων (ομάδα-στόχος) στην περίοδο που ακολούθησε μετά τον COVID-19, τόσο σε προσωπικό όσο και σε επαγγελματικό και εθνικό επίπεδο.
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	Ο τρόπος μεταφοράς των γνώσεων στηρίχθηκε στη μη τυπική εκπαίδευση. Σε ό,τι αφορά στις πρακτικές λεπτομέρειες, το έργο υλοποιήθηκε από 5 εκπαιδευτές/-τριες, με 14 συμμετέχοντες/-χουσες, σε 5 ημέρες, με 20+ δραστηριότητες. Αυτή η ιδέα υλοποιήθηκε στο χωριό Αγρός από τον Αύγουστο έως τον Σεπτέμβριο του 2020. Η πρωτοβουλία ήταν μια διαδικασία ταχείας προώθησης. Επρόκειτο για ορισμένες ικανότητες που θα θέλαμε ούτως ή άλλως να αναπτύξουμε, αλλά κατά τη διάρκεια της πανδημίας, αποφασίσαμε να το κάνουμε πιο γρήγορα.
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/media/set/?set=a.2635755870020951&type=3 https://www.facebook.com/See-Why-1526724457590770/photos/?ref=page_internal&tab=album

Ισπανία

La Polea

Όνομασία της πρωτοβουλίας	La Polea
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Αλμαρχέν, Μάλαγα, Ισπανία
Επωνυμία της οργάνωσης	La Polea - Ανδαλουσιανή Συνεταιριστική Εταιρεία
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Η “La Polea Sociedad Cooperativa Andaluza”, είναι ένας μη κερδοσκοπικός συνεταιρισμός εργαζομένων που ιδρύθηκε στην πόλη Αλμαρχέν (Μάλαγα) τον Μάρτιο του 2020 από μια ομάδα νέων, με κύριο στόχο τη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης και την αντιμετώπιση της πληθυσμιακής μείωσης των χωριών. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι κενές θέσεις εργασίας στην περιοχή είναι σπάνιες και με χαμηλά ή καθόλου επαγγελματικά προσόντα, καθώς πρόκειται για θέσεις εργασίας που απαιτούν σωματική δύναμη για την εκτέλεση γεωργικών εργασιών. Για τον λόγο αυτό, οι συγκεκριμένοι/-νες νέοι/-ες, μέσω της εκπαίδευσης σε θέματα αξιών και ισότητας, δημιούργησαν ευκαιρίες απασχόλησης για να μπορέσουν να παραμείνουν στον τόπο τους και να ασκήσουν τα επαγγέλματα που είχαν σπουδάσει.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Η La Polea αναπτύσσει τις δράσεις της μέσα από δύο κατευθύνσεις εργασίας:</p> <p>Δημιουργία νέων υπηρεσιών: για αυτή την ομάδα νέων, είναι απαραίτητο να αυξηθούν οι υπηρεσίες που παρέχονται στο χωριό, καθώς στην επαρχία οι υπηρεσίες είναι πολύ περιορισμένες, με αποτέλεσμα η καθημερινή ζωή να είναι πολύ επαναλαμβανόμενη. Ακόμη, είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους οι νέοι/-ες φεύγουν για μεγαλύτερες πόλεις ή κωμοπόλεις, καθώς δεν βρίσκουν χώρους για ψυχαγωγία ή ανάπτυξη δεξιοτήτων. Για τον λόγο αυτό, η La Polea οργανώνει εργαστήρια, εκδρομές, δραστηριότητες και μαθήματα κατάρτισης που δίνουν τη δυνατότητα στα μέλη της κοινότητας να συναντηθούν, να ανταλλάξουν απόψεις και να έχουν ένα δυναμικό χώρο μάθησης.</p> <p>Ευκαιρίες απασχόλησης: οι νέοι/-ες αυτοί/-ές δίνουν την ευκαιρία σε άλλους/-λες νέους/-ες να βρουν δουλειά σε αυτό που έχουν εκπαιδευτεί, αυτό που ξέρουν, αυτό που θέλουν και αυτό που τους αρέσει να κάνουν. Η ιδέα είναι να αναπτυχθεί μια περισσότερο πολύπλευρη και μεγαλύτερη ομάδα που θα βρίσκεται στην υπηρεσία της κοινότητας.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/poleacooperativa/?ref=page_internal

Elbow Brand

Ονομασία της πρωτοβουλίας	Elbow Brand
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαδρίτη, Ισπανία
Επωνυμία της οργάνωσης	Elbow Brand
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Η Elbow είναι μια 100% κοινωνική μάρκα ένδυσης, η οποία δημιουργήθηκε από μια ομάδα νέων με σκοπό να ανταποκριθούν στις επείγουσες ή κοινωνικές ανάγκες που υπάρχουν στις μέρες μας μέσω των γνώσεών τους και όσων μπορούν να μάθουν.</p> <p>Επομένως, αυτή η ομάδα νέων φιλοδοξεί μέσω της πρωτοβουλίας της να μπορούν όλοι οι άνθρωποι να υλοποιήσουν δράσεις που μπορούν να βοηθήσουν τους άλλους. Όλοι/-λες μαζί μπορούμε να μειώσουμε τις ανάγκες των πιο ευάλωτων ατόμων προσφέροντάς τους παράλληλα, εργαλεία για την ανεξαρτησία τους, ώστε να τους βοηθήσουμε να αποκτήσουν μια καλύτερη ποιότητα ζωής.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Το έργο αυτών των νέων ξεκινά με τη συλλογή ρούχων, τα οποία δωρίζονται από ιδιώτες ή εταιρείες.</p> <p>Στη συνέχεια, οι νέοι/-ες πρέπει να κάνουν διαλογή των ρούχων που είναι σε καλή κατάσταση, προκειμένου να καθαριστούν-σιδερωθούν και να σφραγιστούν με το λογότυπο της μάρκας, ώστε να αναγνωρίζονται ότι ανήκουν στην εν λόγω μάρκα.</p> <p>Μόλις ολοκληρωθεί αυτή η διαδικασία, τραβούν φωτογραφίες και τις ανεβάζουν στον ιστότοπο και στα κοινωνικά δίκτυα της Elbow για το ευρύ κοινό. Ωστόσο, επειδή τα ρούχα είναι ανδρικά, προσεγγίζεται μια μεγαλύτερη ομάδα ανδρών χρηστών, οι οποίοι βλέπουν και αγοράζουν τα ρούχα σε λογικές τιμές.</p> <p>Μόλις αγοραστεί το ρούχο, το 100% των χρημάτων που συγκεντρώνονται διατίθενται: (α) στο Ίδρυμα ALTIUS, το οποίο βοηθά τις ευάλωτες οικογένειες παρέχοντάς τους τρόφιμα και εκπαίδευση χωρίς όμως οι ωφελούμενοι/-νές του να εξαρτώνται από αυτά, και (β) στο Ίδρυμα Son Angeles, το οποίο αυξάνει τις ευκαιρίες για νέους/-ες με σοβαρές πολλαπλές αναπηρίες που στην ηλικία των 21 ετών δεν έχουν πρόσβαση στην εκπαίδευση λόγω έλλειψης κατάλληλων υποδομών.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://elbowbrand.com/

Titi-toke

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Titi-toke
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μάλαγα, Ισπανία
Επωνυμία της οργάνωσης	Titi-toke
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Η Τιτσιάνα είναι μια νεαρή γυναίκα που ήταν πάντα υπέρ της φροντίδας του περιβάλλοντος. Έτσι, όταν είδε τον όγκο των απορριμμάτων που παράγονταν στη διάρκεια της πανδημίας, αποφάσισε να αδράξει την ευκαιρία και να δημιουργήσει το Titi-toke, με το οποίο επιδιώκει να συμβάλει σε έναν καθαρότερο κόσμο, δίνοντας παράλληλα μια δεύτερη ευκαιρία στα «απορρίμματα» άλλων ανθρώπων μέσω της τέχνης.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Για την υλοποίηση της πρωτοβουλίας, η δημιουργός της (Τιτσιάνα), ξεκινά μια περιήγηση στους διάφορους δρόμους της Μάλαγα. Κατά τη διάρκειά της, ανακαλύπτει πράγματα που άλλοι άνθρωποι έχουν χαρακτηρίσει ως «σκουπίδια», επειδή έχουν αγοράσει άλλα που είναι τελευταίας τεχνολογίας ή που ακολουθούν τις νεότερες τάσεις της μόδας.</p> <p>Αφού συγκεντρωθεί η πρώτη ύλη (π.χ. παλιά έπιπλα, εξαρτήματα υπολογιστών, κονσέρβες και άλλα), περνάει από μια διαδικασία καθαρισμού, απολύμανσης και επεξεργασίας. Έπειτα, ακολουθεί μια διαδικασία μεταποίησης στο καλλιτεχνικό εργαστήριο της δημιουργού, όπου δημιουργεί ένα μείγμα υλικών, χρωμάτων και τεχνικών.</p> <p>Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεταποίηση αυτών των αντικειμένων, έχει ως αποτέλεσμα να μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν με την ίδια ή άλλη χρήση. Συνεπώς, η δημιουργός συμβάλλει σε έναν βιώσιμο κόσμο μέσω της ανάπτυξης της πρωτοβουλίας της, καθώς χρησιμοποιεί μόνο πρώτες ύλες που συμμορφώνονται με τα τρία R της βιωσιμότητας (Reduce/Μείωση, Reuse/Επαναχρησιμοποίηση και Recycle/Ανακύκλωση).</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	<p>https://www.instagram.com/titi.toke/</p> <p>https://www.facebook.com/calendrieraventinverse972/</p>

Ιταλία

Impatto

Όνομασία της πρωτοβουλίας	#impattochallenge
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Ιταλία - διαδικτυακή πρωτοβουλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Impatto APS
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Η οργάνωση προσφέρει διαδικτυακές διαδρομές που επιτρέπουν στους/στις συμμετέχοντες/-χουσες να προκαλέσουν τον εαυτό τους να αλλάξει συνήθειες και να μειώσει τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις.</p> <p>Κάθε πρόκληση έχει σχεδιαστεί με στόχο να συμβάλει στην επίτευξη συγκεκριμένων Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ). Επί του παρόντος, υπάρχουν διαθέσιμες 7 #impattochallenges που αφορούν διάφορα θέματα, μεταξύ των οποίων:</p> <p>Ηθική μόδα: 7 επιμέρους προκλήσεις για τον υπολογισμό και τη μείωση του κοινωνικού αντικτύπου της γκαρνταρόμπας σας.</p> <p>Βιώσιμα Χριστούγεννα: 4 επιμέρους προκλήσεις για βιώσιμα Χριστούγεννα.</p> <p>Μηδενική σπατάλη (Zero waste): 6 επιμέρους προκλήσεις για να υπολογίσετε και να μειώσετε τα απορρίμματά σας.</p> <p>Βιώσιμα τρόφιμα: 5 επιμέρους προκλήσεις για να κατανοήσετε και να μειώσετε τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των τροφίμων που καταναλώνετε.</p> <p>Αφού επιλέξετε μια διαδρομή, παρουσιάζεται μια επισκόπηση της πρόκλησης, δηλαδή: ο στόχος και η ομάδα-στόχος, τυχόν υλικά και ενέργειες που απαιτούνται για την επίτευξή της, καθώς και προτάσεις για το πώς θα βελτιώσετε τον τρόπο ζωής σας.</p>

<p>Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;</p>	<p>Όλες οι δραστηριότητες που προτείνει το Impatto APS είναι διαδικτυακές, επομένως κάθε ενδιαφερόμενος/-νη μπορεί να έχει ελεύθερη πρόσβαση στο περιεχόμενο και να συμμετέχει στις #impattochallenges, όπου και αν βρίσκεται. Η χρήση διαδικτυακών δραστηριοτήτων επιλέχθηκε επίσης για την αντιμετώπιση της τρέχουσας κατάστασης που είχε προκληθεί από την πανδημία Covid-19.</p> <p>Για να γίνει το περιεχόμενο προσβάσιμο και κατανοητό σε όλους/-λες, προτάθηκε η χρήση απλής γλώσσας και ποικίλων μορφών.</p> <p>Για την ενθάρρυνση της συμμετοχής, η οργάνωση πρότεινε στους/στις συμμετέχοντες/-χουσες να αναλαμβάνουν μία πρόκληση ανά εβδομάδα. Ωστόσο, κάθε συμμετέχων/-χουσα αποφασίζει, ανάλογα με τη διαθεσιμότητα και τα κίνητρά του/της, ποια πρόκληση θα αντιμετωπίσει και πότε.</p> <p>Επιπρόσθετα, η θεματολογία των προκλήσεων εμπλουτίζεται με τη δημοσίευση άρθρων ευαισθητοποίησης στα κοινωνικά δίκτυα και με τη δημιουργία και δημοσίευση αρκετών podcasts σε διάφορες ψηφιακές πλατφόρμες, τα οποία ασχολούνται με θέματα βιωσιμότητας.</p> <p>Τα social media είναι σίγουρα ένας τρόπος για την προσέγγιση μεγαλύτερου αριθμού ανθρώπων και ιδίως των νέων.</p>
<p>Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία</p>	<p>https://impatto.io/sfide/</p>

Tu Sei La Città

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Μη συγκεκριμένη δραστηριότητα [Γενικό θέμα: Περιβαλλοντική και προσωπική αναγέννηση]
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Παλέρμο, Ιταλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Tu sei la città
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Οι δραστηριότητες της οργάνωσης επικεντρώνονται σε δύο κύριους τομείς: περιβαλλοντική βιωσιμότητα και προώθηση της πολιτιστικής παράδοσης της Σικελίας.</p> <p>Μερικές από τις πρωτοβουλίες που μπορούμε να επισημάνουμε είναι οι εξής:</p> <p>Κυνήγι θησαυρού στην πόλη (ευκαιρία να ανακαλύψει κανείς την ιστορία της πόλης του και να τονώσει τη γνήσια αστική υπερφάνεια).</p> <p>Διανομή οικολογικών τσιγαροθηκών.</p> <p>Εκστρατείες αναβάθμισης και καθαρισμού της κοινότητας.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Στόχος της οργάνωσης είναι η ενεργός συμμετοχή των πολιτών σε όλες τις προτεινόμενες δραστηριότητες.</p> <p>Πράγματι, η τοπική κοινότητα καλείται να συμμετάσχει σε όλα τα στάδια των δραστηριοτήτων. Η οργάνωση δεν παρέχει το «τελικό προϊόν» των δραστηριοτήτων, τα αποτελέσματα των οποίων επιτυγχάνονται με την ισχυρή συνεργασία μεταξύ της οργάνωσης και των πολιτών.</p> <p>Η ομάδα-στόχος είναι κυρίως οι νέοι και οι νέες. Η Tu sei la città επιχειρεί να προσελκύσει τη συμμετοχή τους δείχνοντάς τους συγκεκριμένα τον αντίκτυπο που έχουν οι εν λόγω πρωτοβουλίες στην πόλη τους.</p>

Γαλλία

Victory Attitude

Ονομασία της πρωτοβουλίας	Victory Attitude.com
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαρτινικά, Γαλλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Madin'attitude
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	Το Madin'attitude φιλοδοξεί σε παγκόσμιο επίπεδο να δώσει πίσω στους/στις νέους/-ες τη χαμένη αυτοπεποίθηση και να τους/τις βοηθήσει να βρουν κίνητρα, ειδικά σε συνθήκες πανδημίας. Στόχος του είναι να αναδείξει τα καλλιτεχνικά, αθλητικά και πολιτιστικά τους έργα. Το έργο Victory Attitude γεννήθηκε κατά τη διάρκεια του πρώτου λοκντάουν το 2020.
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	Το Victory Attitude είναι ένα διαδικτυακό τηλεοπτικό πρόγραμμα που αναδεικνύει ορισμένες πρωτοβουλίες της νεολαίας στα social media (π.χ. YouTube, Instagram κλπ.). Το σκεπτικό είναι να τους δώσει φωνή και την ευκαιρία να ακουστούν, να γίνουν ορατοί/-τές και να αναγνωριστεί η αξία τους. Παρουσιάζονται όλες οι ψηφιακές μορφές: βίντεο, βιντεοσκοπημένες συζητήσεις, φωτογραφίες, αθλητικά γεγονότα (όπως πεζοπορία) και μεταδίδονται ζωντανά στη διαδικτυακή τηλεόραση. Το αναμενόμενο αποτέλεσμα είναι, μακροπρόθεσμα, να δημιουργηθεί ένα τηλεοπτικό κανάλι που θα εκπέμπει στη Μαρτινικά.
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	http://victoryattitud.com

Jenn Anba Fey

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Jenn Anba Fey (ψηφιακό νεανικό περιοδικό)
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαρτινικά, Γαλλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Inser Art
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Η Inser Art, στο πλαίσιο της δυναμικής της ένταξης και προώθησης της νεολαίας, αποφάσισε να ενισχύσει τους νέους και τις νέες της Μαρτινίκας. Έχοντας ήδη δραστηριοποιηθεί με τους/τις νέους/-ες και εκπαιδευτεί στον τομέα της ένταξης, της πρόληψης, της κινητικότητας και της τέχνης, έκρινε σκόπιμο να πραγματοποιήσει ένα έργο με στόχο τη συγκέντρωση, την ανταλλαγή και την ανακάλυψη ιδεών, καθώς και την ανάπτυξη των νέων μέσα από διάφορα θέματα.</p> <p>Για να επιτευχθεί αυτό, επέλεξε να αναπτύξει ένα ψηφιακό μέσο επικοινωνίας τύπου «περιοδικού» ως το καταλληλότερο μέσο για την υλοποίηση αυτής της δυναμικής των νέων.</p> <p>Πράγματι, μέχρι σήμερα δεν υπάρχει επίσημο μέσο επικοινωνίας για την προώθηση της νεολαίας, το οποίο να επιτρέπει μεταξύ των νέων την ανταλλαγή και την ανακάλυψη του υπόβαθρου, των έργων και των εμπειριών τους.</p> <p>Ενόψει αυτών των στοιχείων, η υλοποίηση ενός τέτοιου έργου μπορεί μόνο να προσφέρει περισσότερα οφέλη στη νεολαία της Μαρτινίκας.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	Λόγω της κρίσης COVID-19, οι εκδόσεις αυτού του περιοδικού παρήχθησαν σε ψηφιακή μορφή. Το περιοδικό εκδίδεται από νέους/-ες, σε συνεργασία με τοπικές δομές και ιδρύματα που δραστηριοποιούνται στον τομέα της νεολαίας και οι οποίοι/-ες μπορούν να επικοινωνήσουν μαζί τους για να μοιραστούν τις δράσεις ή τις συμβουλές τους για τη νεολαία της Μαρτινίκας.
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://jennanbafey.fr/

Διαδικτυακή συμμετοχή στην τέχνη

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Διαδικτυακή συμμετοχή στην τέχνη
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαρτινικά, Γαλλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Boum Kaliko
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	Η πρωτοβουλία αλληλεγγύης δημιουργήθηκε μετά το πρώτο λοκντάουν, λόγω της έλλειψης ψηφιακών εργαλείων που θα παρακινούσαν τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε δραστηριότητες, ενώ παράλληλα θα απέφευγαν τη δια ζώσης επαφή (λόγω των περιοριστικών μέτρων). Η δράση είχε ως στόχο να επιτρέψει στους/στις νέους/-ες να συμμετάσχουν εξ αποστάσεως σε καλλιτεχνικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των περιόδων αναγκαστικού εγκλεισμού, αλλά και να αποφύγουν τις εξόδους και την εξάπλωση του ιού, ιδίως κατά τη διάρκεια εορταστικών περιόδων, όπως το Πάσχα).
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	Κατά την πασχαλινή περίοδο, πραγματοποιήθηκε εκστρατεία σε τοπικά τηλεοπτικά κανάλια με σκοπό να ζητηθεί από τους πολίτες να ζωγραφίσουν αντικείμενα που σχετίζονται με το Πάσχα. Αυτές οι ζωγραφιές στη συνέχεια, στάλθηκαν μέσω Instagram ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη δομή. Μόλις συγκεντρώθηκαν όλες οι ζωγραφιές, ομαδοποιήθηκαν σε κόμικς που αναρτήθηκαν στο Διαδίκτυο και ξεκίνησε ένας διαγωνισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι νέοι/-ες μπορούσαν να ψηφίσουν και επίσης να βρουν τις ζωγραφιές τους, με αποτέλεσμα το «κυνήγι αυγών» να αποκτήσει ψηφιακή μορφή.
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://fr-fr.facebook.com/BoumKalikoAssociation/

Ημερολόγιο Αντίστροφης Μέτρησης

Όνομασία της πρωτοβουλίας	Ημερολόγιο Αντίστροφης Μέτρησης
Πόλη, χώρα της πρωτοβουλίας	Μαρτινικά, Γαλλία
Επωνυμία της οργάνωσης	Cynthia Yerro/Σίνθια Γέρο
Περιγραφή της πρωτοβουλίας	<p>Το Ημερολόγιο Αντίστροφης Μέτρησης στοχεύει στην υποστήριξη ανθρώπων που έχουν ανάγκη. Η αρχή είναι απλή: από την 1η έως τις 20 Δεκεμβρίου, οι συμμετέχοντες/-χουσες βάζουν στην άκρη ένα μικρό δώρο (ένα ανά ημέρα) για ένα άτομο που το έχει ανάγκη. Αυτό μπορεί να γίνει είτε αν οι συμμετέχοντες/-χουσες γνωρίζουν κάποιο άτομο στον περίγυρό τους που έχει ανάγκη είτε αν η Σίνθια τους προτείνει έναν/μια ωφελούμενο/-νη μέσω συνεργασιών με τοπικές δομές που βοηθούν ανθρώπους που έχουν ανάγκη. Οι ωφελούμενοι/-νες που λαμβάνουν αυτά τα δώρα είναι άστεγοι/-γες, απομονωμένοι/-νες ηλικιωμένοι/-νες και φοιτητές/-τριες σε επισφαλή οικονομική κατάσταση.</p>
Τι είδους νέες μεθοδολογίες χρησιμοποιήθηκαν/εφαρμόστηκαν από την οργάνωση;	<p>Η Σίνθια δίνει στους/στις συμμετέχοντες/-χουσες ένα κουτί στο οποίο τοποθετούν τα δώρα. Τα δώρα αυτά μπορεί να είναι αντικείμενα σε καλή κατάσταση που δεν χρησιμοποιούν πια ή ακόμα και προϊόντα υγιεινής, βιβλία, γλυκά ή οτιδήποτε μπορεί να βοηθήσει σε δύσκολες και μελαγχολικές στιγμές.</p>
Σύνδεσμος/Link (π.χ. βίντεο, άρθρο, ιστότοπος κλπ.) σχετικά με την πρωτοβουλία	https://www.facebook.com/calendrieraventinverse972/

Βιβλιογραφία

“Monter un projet” Guide CRIJ Pays de la Loire

<https://www.infos-jeunes.fr/sengager/monter-un-projet>

CreativePubMarketing

<https://creativepubmarketing.com/top-10-meilleures-campagnes-de-sensibilisation-a-lenvironnement/>

2013 - Fiche Enseignant - Propriété intellectuelle: SNCF - Conception et réalisation: Tralalere “Réaliser une campagne de sensibilisation

Campagne de Prévention ou de sensibilisation

<https://stickerpusher.com/fr/campagne-de-prevention-ou-de-sensibilisation/>

Setting Goals and Developing Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound Objectives

<https://www.samhsa.gov/sites/default/files/nc-smart-goals-fact-sheet.pdf>

Aid Delivery Methods - Project Cycle Management Guidelines

https://international-partnerships.ec.europa.eu/system/files/2020-09/methodology-aid-delivery-methods-project-cycle-management-200403_en.pdf

Guida Europrogettazione

<https://www.guidaeuroprogettazione.eu/guida/al-lavoro-progettazione-europea/come-strutturare-un-progetto-il-processo-e-gli-strumenti/>



Με συγχρηματοδότηση από το
πρόγραμμα «Erasmus+»
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

624760-EPP-1-2020-1-IT-EPPKA3-EU-YTH-TOG



Coordinator

CESIE

Italy

cesie.org



DA&DA - D'ANTILLES ET D'AILLEURS

Fort-de-France, Martinique

www.dantillesetdailleurs.org



KMOP - SOCIAL ACTION AND INNOVATION CENTRE

Athens, Greece

www.kmop.gr



AIIJ - INICIATIVA INTERNACIONAL JOVEN

Malaga, Spain

aijj.org



ACTIVE YOUTH ASSOCIATION

Vilnius, Lithuania

activeyouth.lt



CARDET - CENTER FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH & DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY

Nicosia, Cyprus

www.cardet.org



OTB - OUT OF THE BOX INTERNATIONAL

Brussels, Belgium

outofthebox-international.org

rebuild-europe.net



This work is licensed under CC BY-NC-SA 4.0. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.