

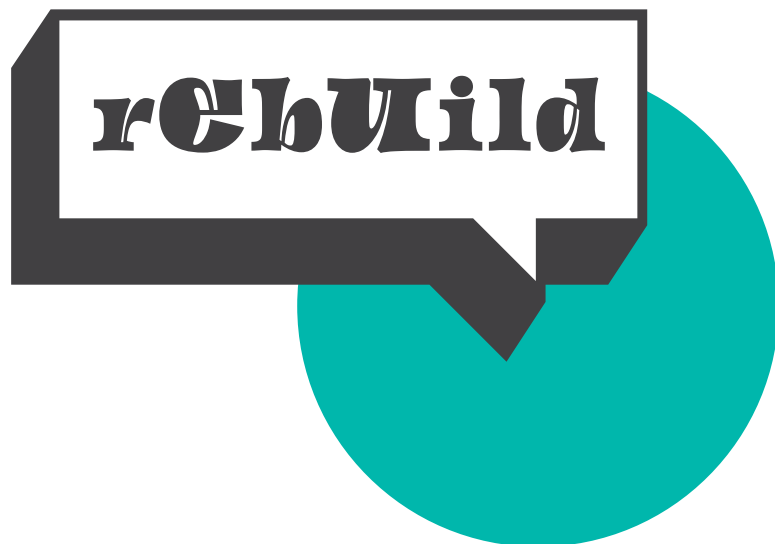
rebuild



REBUILD Youth Manual



Bendrai finansuojama pagal
Europos Sąjungos programą
„Erasmus+“



REBUILD Youth Manual

WP3 - O3.2



Bendrai finansuojama pagal
Europos Sąjungos programą
„Erasmus+“

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

Turinys

Trumpas projektų rengimo ir įgyvendinimo vadovas	7
Projekto ciklas: projektavimo ir įgyvendinimo etapai ir patarimai.....	7
Projektų valdymo ir įgyvendinimo priemonės.....	15
Socialinės žiniasklaidos informuotumo didinimo kampanijų vadovas.....	26
Kaip sukurti informuotumo didinimo kampaniją socialinėje žiniasklaidoje?	26
Įkvepiančių informuotumo didinimo kampanijų internete pavyzdžiai	34
Internetinės priemonės, skirtos projektų kūrimui, įgyvendinimui ir kampanijoms.....	36
Inovatyvios metodikos ir geroji patirtis vietos organizacijose visoje Europoje	
40	
Iš Lietuvos	41
“Šauk klausimą psichologui” (EN. “Shoot a question to a psychologist”).....	41
Iš Graikijos.....	45
Ekologinio švietimo praktiniai seminarai	45
Iš Kipro	48
Nepapasakotos istorijos.....	48
Iš Ispanijos.....	52
La Polea	52
Iš Italijos.....	55
Impatto	55
Short Guide on Project Design and Implementation	7
The Cycle of a Project: steps and tips for design and implementation	7
Nuorodos	61



Įvadas

Sveiki atvykę į “REBUILD” projektą ir sveikiname, kad tapote atsakymo į socialinio atsinaujinimo klausimą dalimi.

COVID-19 pandemija padarė esminį poveikį visoms jaunimo psichinės, socialinės ir profesinės gerovės sritims. Nepaisant bendro praradimo ir beviltiškumo jausmo, jaunos bendruomenės, tokios kaip jūsų, visoje Europoje dar kartą įrodė savo atsparumą ir gebėjimą kurti ir eiti pirmyn.

Projektu “REBUILD” siekta sustiprinti tokių jaunų žmonių kaip jūs gebėjimus ir suteikti jiems galimybę atlikti pagrindinį vaidmenį gerinant savo bendruomenių padėtį, suteikiant jiems įgūdžių ir priemonių kurti, projektuoti ir įgyvendinti socialinius ir aplinkosaugos projektus.

REBUILD jaunimo vadovą sudaro:

- A. Trumpas projektų rengimo, įgyvendinimo ir sklaidos vadovas.
- B. Socialinės žiniasklaidos ir naujoviškų priemonių naudojimo informuotumo didinimo kampanijoms rengti vadovas.
- C. Inovatyvios metodikos ir geroji patirtis iš vietos organizacijų visoje Europoje.



Trumpas projektų rengimo ir įgyvendinimo vadovas

Siekdami padėti jums parengti, įgyvendinti ir skleisti bet kokią jaunimo inicijuotą iniciatyvą, parengėme šį trumpą projekto rengimo ir įgyvendinimo vadovą. Jame aprėpiamas visas projekto ciklas, pateikiama naudingų patarimų ir priemonių, kurias galite naudoti kiekviename etape. Stengėmės supaprastinti kai kurias technines sąvokas ir procedūras, kad galėtumėte kurti išbaigtus ir nuoseklius projektus.

Jį sudaro:

1. žingsniai, kuriuos reikia atlikti rengiant, įgyvendinant, skleidžiant ir vertinant projektą. Čia paminėtos priemonės išsamiau paaiškintos tolesniame skyriuje;
2. įrankių, kuriuos galite naudoti atlikdami vieną ar daugiau šių veiksmų, rinkinys.

Projekto ciklas: projektavimo ir įgyvendinimo etapai ir patarimai

Jaunam projektų vadovui svarbu susipažinti su pagrindine sistema, kuria remiasi dauguma projektų vadovų: projektų ciklo valdymas.

Projekto ciklo valdymas - tai veiksmų ciklas, kuris leis jums pereiti nuo idėjos iki jos įgyvendinimo ir įvertinimo. Jis užtikrina, kad visi veiksmai ir procedūros būtų tinkami, nuoseklūs ir tvarūs.

Programavimas

Pirmasis kiekvieno projekto žingsnis - programavimas. Programavimas - tai momentas, kai:

1. apibrėžiate savo grupės ar organizacijos ilgalaikius tikslus ir strategijas;
2. susipažįstate su galimų donorų ir finansavimo įstaigų, kurios galėtų paremti jūsų idėjas, ilgalaikiais tikslais ir strategijomis;
3. apžvelgiate aplinkybes, kuriomis veikiate, ir nustatykite pagrindines problemas, poreikius ir galimybes.

Pabandykite atsakyti į tokius klausimus:

- Kokias temas norite nagrinėti ilgalaikėje perspektyvoje? (aplinka, neįgaliųjų įtrauktis, smurtas dėl lyties ir kt.)
- Kokias problemas matote savo aplinkoje?
- Kokių ilgalaikių tikslų siekia jūsų organizacija, kad išspręstų šias problemas?
- Kokie donoriai remia projektus šiomis temomis?
- Kokie jų tikslai? Kokius veiksmus jie konkrečiai remia?

Kodėl šis etapas yra svarbus? Nes, norėdami įgyvendinti sėkmingas iniciatyvas, turėsite rasti sąsajas tarp savo ilgalaikių tikslų, jus galinčių paremti finansavimo įstaigų tikslų ir konteksto, kuriame dirbate, poreikių. Priešingu atveju jūsų projektas gali negauti finansavimo arba gali būti netinkamas žmonėms, su kuriais dirbate. Šis pradinis etapas taip pat padės jums ieškoti ir rasti jūsų organizacijai tinkamų finansavimo galimybių.

Projekto “REBUILD” atveju kiekvienoje šalyje nacionalinis projekto partneris atliko “finansuojančios įstaigos”, kuri norėjo remti “jaunimo ekologiško gyvenimo būdo ar socialinio solidarumo iniciatyvas”, vaidmenį. Tuomet apžvelgėte savo kontekstą ir nustatėte keletą pagrindinių problemų. Galiausiai pažvelgėte į savo interesus bei tikslus ir pasirinkote vieną pagrindinę temą, susijusią su žaliuoju gyvenimo būdu arba socialiniu solidarumu. Tuomet pradėjote kitą etapą - projekto idėjos nustatymą.

Tips

Patarimai:

- Skaitydami finansavimo įstaigų strategijas ir dokumentus ieškokite sąvokų ir raktažodžių, kuriuos galbūt norėsite įtraukti į savo projektą. Pagrindinės finansuojančios institucijos yra šios:
 - ◇ tarptautinės institucijos (pvz., JT);
 - ◇ Europos institucijos (pvz., ES Komisija);
 - ◇ nacionalinės agentūros;
 - ◇ nacionalinės ministerijos;
 - ◇ regioninės administracijos;
 - ◇ vietos administracijos;
 - ◇ privatūs fondai, institutai ir kitos organizacijos.

Identifikavimas

Antrasis projekto ciklo valdymo etapas yra identifikavimas. Tai momentas, kai nustatote pagrindinę projekto idėją.

1. Nustatykite poreikius ir tikslus: pradėkite atidžiau nagrinėti ankstesniame etape nustatytus poreikius ir tikslus. Darant prielaidą, kad galėjote nustatyti daug poreikių ir tikslų, šiame etape pasirinksite tuos, kuriuos norite patenkinti šia konkrečia iniciatyva.
2. Smegenų šturmas (EN. Brainstorm): tada galvojate apie galimus sprendimus, kurie padės jums patenkinti šiuos poreikius ir pasiekti savo tikslus.
3. Apibrėžkite idėją: pasirinkite vieną iš galimų sprendimų, remdamiesi naujumo, įgyvendinamumo ir tinkamumo kriterijais, ir parašykite jį vienu sakiniu.

Mano idėja yra _____

siekiant _____

atsižvelgiant į _____

💡 Tips

- Svarbu pasirinkti idėją, kuri domina grupės narius. Pasirinkti tikrai dominančią temą yra labai svarbu motyvacijos požiūriu, o tai įvairiais būdais paveiks projekto rezultatą. Bendras problemų kartografavimas ir bendro vardiklio ieškojimas yra namo, kurį statote kartu, rūsysis.
- Visada nepamirškite pradėti nuo konteksto analizės ir tikslų apibrėžimo, o ne nuo veiklos. Tai vilioja, bet kartais, net jei turėtumėte labai gerą idėją, ji gali neatitikti kvietimo reikalavimų ar tikslinių grupių poreikių. To išvengsite, jei leisite savo idėjoms kilti iš šių poreikių, o ne atvirkščiai.

Kokybiniai ir kiekybiniai tyrimai; Keturi kvadrantai; SSGG analizė; Smegenų šturmas, minčių žemėlapis, Keturi kvadrantai, veiksmų įkvėpimas.

Formuluotė

Kai nustatysite projekto idėją, galite pradėti ją formuluoti.

Formulavimo etapas - tai etapas, kurio metu apibrėžiate visas projekto detales. Nors kiekvienas projektas yra skirtingas ir kiekviena paraiška finansavimui gauti yra skirtinga, yra keletas pagrindinių komponentų, kurie yra bendri kiekvienam projektui:

- 1. Bendrasis tikslas:** tai pagrindinis projekto tikslas, kuris jau turėtų būti bendrai apibrėžtas. Jis reiškia ilgalaikę naudą, kurią projektas padės pasiekti, bet kurios pats savaime negalės pasiekti. Pvz., smurto prieš moteris prevencija ir priešprieša (jūsų projektas gali prisidėti prie smurto prieš moteris prevencijos ir priešpriešos, tačiau to nepakaks, kad jis būtų išspręstas).
- 2. Konkretūs tikslai:** tai tiesioginiai projekto tikslai, kurie yra SMART (konkretūs, išmatuojami, pasiekiami, tinkami, aktualūs, apibrėžti terminais - žr. įrankių skyrių). Jie paprastai formuluojami nebaigtiniu laiku: "plėtoti", "sukurti", "stiprinti" ir t. t. Pvz., sukurti meno terapijos mokymo programą specialistams, dirbantiems kovos su smurtu centruose; tobulinti specialistų, dirbančių kovos su smurtu centruose, įgūdžius. (savo projektu tiesiogiai sieksite šių tikslų ir matuosite šį pasiekimą).
- 3. Konteksto analizė:** konteksto analizės metu suformuluojate savo kontekste nustatytus poreikius, kad įrodytumėte savo iniciatyvos aktualumą. Pvz., Kovos su smurtu centro darbuotojai negauna specialaus profesinio išsilavinimo, išskyrus edukologijos mokslų laipsnį; ekspresyviąsias terapijas, tokias kaip meno terapija, išmano tik 2 proc. kovos su smurtu centro darbuotojų.
- 4. Tikslinė grupė:** čia aprašomos grupių, kurias įtrauksite, savybės, būdai, kuriais jas įtrauksite, ir nauda, kurią jos gaus. Tikslinės grupės gali būti tiesioginės (tiesiogiai veikiamos veiksmo) arba netiesioginės (netiesiogiai veikiamos veiksmo). Pvz., tiesiogiai: specialistai, dirbantys kovos su smurtu centruose; netiesiogiai: smurtą patyrusios moterys. (jūsų projekte tiesiogiai nedalyvaus smurtą patyrusios moterys, nes jūs dirbsite tik su specialistais, tačiau jūsų projekto veiksmai vis tiek turės joms poveikį).

5. **Grupė / partnerystė:** tai grupės (jei esate žmonių grupė) arba partnerystės (jei esate organizacijų grupė) narių apibūdinimas ir jų vaidmenų pasiskirstymas, parodantis, kaip jie dera tarpusavyje ir papildo vienas kitą. Pvz., vienas meno terapeutas; vienas suaugusiųjų švietimo ekspertas; vienas smurto artimoje aplinkoje prevencijos ekspertas.
6. **Veikla:** tai veiksmai, kurie leis jums pasiekti savo tikslus ir įgyvendinti rezultatus. Jie apima pasirengimą, įgyvendinimą, vertinimą ir dalijimąsi rezultatais. Pvz., (1) mokymo programos sudarymas; (2) mokymo priemonių ir medžiagos sukūrimas; (3) mokymo programos išbandymas dviejuose kovos su smurtu centruose; (4) grįžtamojo ryšio apie patirtį rinkimas; (4) priemonių tobulinimas remiantis bandomojo projekto dalyvių atsiliepimais; (5) rezultatų perdavimas ir sklaida.
7. **Metodikos:** tai būdai, kuriais įgyvendinsite veiklą. Pvz., dailės terapija
8. **Ištekliai:** tai jūsų biudžetas, būdas, kuriuo paskirstysite išteklius, ir jis turėtų būti nuoseklus ir veiksmingas. Pvz., personalo išlaidos; spausdinimo išlaidos; nuomos išlaidos.
9. **Rezultatai:** tai jūsų projekto pasiekimai. Jie matuojami rodikliais, kurie yra kokybiniai (pvz., dalyvavimas, pasitenkinimas, įsipareigojimas, tobulėjimas) ir kiekybiniai (pvz., dalyvių skaičius, laikas, procentinė dalis). Jie atspindi jūsų konkrečius tikslus ir paprastai formuluojami su būtojo kartinio laiko dalyviais: "išplėtė", "sukūrė", "sustiprino". Pvz., Sukurta 10 modulių mokymo programa apie meno terapijos taikymą kovos su smurtu centruose; patobulinti 15 darbuotojų moterų įgūdžiai 2 kovos su smurtu centruose.

Tips

- Kai turėsite pirmąjį projekto formuluotės projektą, turėsite įsitikinti, kad jis yra nuoseklus ir kad ciklas užsidaro: kiekviena veikla skirta rezultatams pasiekti; rezultatai atspindi jūsų tikslus, jūsų tikslai atitinka tikslo poreikius; grupė turi kompetencijų, reikalingų veiklai įgyvendinti ir metodikoms taikyti; metodikos yra tinkamos; ištekliai yra būtini ir pakankami.
- Planuodami veiklą, taip pat turėtumėte ją įtraukti į laiko juostą naudodami Ganto diagramą (žr. įrankius). Vykdydami veiklą nepamirškite komunikacijos ir sklaidos! Norėsite, kad kuo daugiau žmonių sužinotų apie puikius jūsų projekto pasiekimus.

SMART tikslų lentelė, Ganto diagrama, keturi kvadrantai.

Finansavimas

Parengę projektą galite jį pateikti finansavimo įstaigai, kad ji jį įvertintų ir finansuotų. Kaip minėta, kiekviena paraiškų teikimo procedūra yra skirtinga, todėl turėsite pritaikyti projekto formuluotę prie konkrečios paraiškos reikalavimų. Jei jūsų projektas bus finansuojamas, galėsite pereiti prie kito ciklo etapo, priešingu atveju turėsite grįžti į programavimo etapą ir pažiūrėti, kaip galėtumėte patobulinti savo idėją.

Projekto “REBUILD” atveju jaunimo komandoms nereikėjo teikti paraiškų finansavimui gauti, tačiau, norint pereiti prie įgyvendinimo etapo, reikėjo užbaigti ir nuosekliai suformuluoti projektą.

💡 Tips

- Kai kurios dažniausiai pasitaikančios klaidos teikiant paraiškas finansavimui gauti yra šios:
 - ◇ Nukrypimas nuo finansuojančios institucijos prioritetų arba kvietimo;
 - ◇ Aiškiai neatitinkama nustatytų tikslinių grupių poreikių;
 - ◇ Pradedama nuo veiklos, o ne nuo tikslų, iš kurių kyla veiklos;
 - ◇ Nesuderintos programos.
- Kai kurios organizacijos ir svetainės renka ir skelbia atvirų kvietimų teikti paraiškas sąrašus. Atlikite greitą paiešką internete ir patikrinkite, ar jos turi naujienlaiškį, prie kurio galite užsiregistruoti, kad gautumėte naujienas apie turimas finansavimo galimybes.

Projekto formulavimo šablonas

Įgyvendinimas

Kai projektas bus patvirtintas, galėsite pradėti įgyvendinti veiklą. Šis etapas bus lengvesnis, jei projekto rengimo etape jį nuosekliai ir aiškiai suplanavote. Jūsų užduotis šiame etape bus užtikrinti, kad visos projekto veiklos būtų organizuojamos taip, kaip suplanuota. Žinoma, nuo projekto suformulavimo iki jo įgyvendinimo galėjo pasikeisti kai kurios sąlygos, todėl turėsite sugalvoti, kaip įgyvendinti visas veiklas taip, kad jos vis dar būtų aktualios mūsų tikslinėms grupėms, bet nenukryptų nuo jūsų pradinio plano.

💡 Tips

- Pasirūpinkite **grupės dinamika**: kartu nustatykite tam tikras abipusės pagarbos, konfidencialumo, laiko ir terminų laikymosi taisykles. Nustatykite, kaip viduje dalinsitės informacija: grupės pokalbiai, el. paštas, bendras diskas ir t. t. Grupėje svarbu sukurti ir išlaikyti pasitikėjimą viso projekto metu, todėl visada raskite laiko leisti kiekvienam išreikšti savo jausmus ir nuomonę, užduoti klausimus ir pateikti pastabas, kad visi projekto veiksmai būtų vaisingo ir pozityvaus bendradarbiavimo rezultatas.
- Visada atminkite, kad visa veikla turi tris etapus - pasirengimą, įgyvendinimą ir vertinimą. **Pasirengimo etapas yra labai svarbus**. Jei atvyksite gerai pasiruošę, įgyvendinimo etape reikės laikytis plano ir jį koreguoti atsižvelgiant į įvykius.
- Stebėkite pažangą naudodami **Ganto diagramą**. Tai labai svarbus įrankis visiems projektų vadovams, nes jis leidžia apžvelgti projekto eigą laike.
- Švėskite mažas pergales ir tarpinius pasiekimus, kad išlaikytumėte motyvaciją!
- Įgyvendinant projektą labai svarbi **sklaida**. Žmonės turi būti informuoti ir įtraukti į jūsų veiklą, kad ji turėtų realų poveikį. Peržiūrėkite tolesnį skyrių apie kampanijų sklaidą, kad sužinotumėte, kaip galite vykdyti kampanijas, susijusias su jūsų projekto temomis ir idėjomis.
- **Įvertinkite savo veiklą ir rezultatus** viso projekto metu. Vertinimas projekto metu padės jums geriau suprasti, kaip iš tikrųjų vyksta projektas, kaip jums ir jūsų komandai sekasi, kaip tikslinės grupės reaguoja į veiklą. Tarpinis vertinimas gali padėti sužinoti, ar einate teisingu keliu, ir padės jums pamatyti vietas, kurias galite patobulinti. Jis turėtų būti skirtas ir jūsų komandai, ir tikslinėms

grupėms, siekiant įsitikinti, kad veikla joms vis dar aktuali ir naudinga, ir prireikus ją atitinkamai pritaikyti. Jis gali padėti suvokti galimą riziką ir kokių veiksmų galima imtis, kad jos išvengtumėte. Kiekvienos veiklos ir susitikimo pabaigoje galite naudoti klausimynus arba atvirus klausimus.

➔ Tools

Klausimynai, interviu, Ganto diagram

Vertinimas

Kaip jau pastebėjote, vertinimas vyksta viso projekto įgyvendinimo metu. Vis dėlto svarbiausias momentas, kai reikės įvertinti projektą, yra jo pabaiga.

Žvelgsite į projekto rezultatus ir tikrinsite, ar juos pasiekėte. Vertinimo reikalaus jūsų finansuojanti institucija, tačiau jis taip pat bus labai svarbi mokymosi priemonė jūsų būsimiems veiksams.

Kas pavyko? Kokias pamokas išmokote? Ką norėtumėte pakeisti ateityje? Atsakymai į šiuos klausimus padės jums pakoreguoti pirmąjį naujojo projektų valdymo ciklo (programavimo) etapą ir toliau generatyviai tobulinti savo veiksmus. Šiame etape remsitės į rezultatus įtrauktais rodikliais (kokybiniais ir kiekybiniais).

💡 Tips:

- Šiame etape jums padės kiekybiniai ir kokybiniai rodikliai, kuriuos įtraukėte formuluodami savo rezultatus (žr. formulavimo etapą). Jiems įvertinti galite naudoti interviu ir klausimynus.

➔ Tools

Klausimynai, interviu, vertinimo šablonai

Projektų valdymo ir įgyvendinimo priemonės

Šiame skyriuje rasite trumpą ankstesniame skyriuje minėtų įrankių aprašymą.

Dokumentais pagrįsti tyrimai

Dokumentais pagrįsti tyrimai - tai informacijos, kurią jau surinko kiti žmonės, tyrimas. Jie taip pat apibrėžiami kaip antrinis tyrimas, nes jūs nerenkate duomenų tiesiogiai iš tikslinių grupių per interviu ir fokus grupių. Jis daugiausia atliekamas pasitelkiant knygas ir paiešką internete.

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: donorių strateginių dokumentų tyrimas; konteksto tyrimas (charakteristikos, poreikiai);
- nustatymas: konteksto tyrimas (charakteristikos, poreikiai);
- finansavimas: finansavimo galimybių tyrimas.

Klausimynas

Klausimynai yra pirminės tyrimo priemonės, nes jais galima rinkti duomenis tiesiogiai iš žmonių. Tai yra fiksuoti klausimų rinkiniai, kuriuos galite naudoti kiekybiniam duomenims rinkti (pvz., žmonių, manančių, kad kažkas yra naudinga, skaičius). Todėl dauguma klausimų yra klausimai su keliais atsakymų variantais; tiesos/neatitikties arba taip/ne klausimai; rangai (pvz., nuo 1 - visiškai nesutinku iki 5 - visiškai sutinku). Juose taip pat gali būti atvirų klausimų, tačiau paprastai jie būna riboti.

Yra keletas naudingų internetinių įrankių, kuriuos galite naudoti klausimynams kurti, pavyzdžiui, "Google Form", "SurveyMonkey" arba "Typeform.com". Tai paprasčiausios pirminių tyrimų priemonės, kuriomis lengva naudotis, kai norite pasiekti dideles žmonių grupes arba kai norite iš jų išvesti tam tikrą statistiką.

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: mokslinių tyrimų kontekstas (poreikiai);
- identifikavimas: tyrimų kontekstas (poreikiai);
- įgyvendinimas: veiklos vertinimas ir projekto rezultatų pasiekimas;
- vertinimas: projekto rezultatų pasiekimo vertinimas.

Interviu

Panašiai kaip ir klausimynai, interviu yra pirminiai tyrimo duomenys. Skirtingai nuo klausimynų, juose dažniausiai pateikiami atviri klausimai, į kuriuos negalima atsakyti "Taip" arba "Ne", todėl jie gali padėti iširti žmonių nuomonę ir požiūrį (pvz., ką, žmonių nuomone, būtų galima patobulinti tam tikroje veikloje). Juos galima atlikti asmeniškai, telefonu arba per vaizdo pokalbį. Planuodami interviu, būtinai jį planuokite nuosekliai ir palaipsniui, kad pradėtumėte nuo lengvesnių klausimų, vėliau įtrauktumėte sudėtingiausius, o po to vėl užbaigtumėte lengvais klausimais.

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: mokslinių tyrimų kontekstas (poreikiai);
- identifikavimas: tyrimų kontekstas (poreikiai);
- įgyvendinimas: veiklos vertinimas ir projekto rezultatų pasiekimas;
- vertinimas: projekto rezultatų pasiekimo vertinimas.

Fokus grupė

Focus grupės taip pat yra pirminio tyrimo forma. Juose dalyvauja 8-12 žmonių grupės. Vienas moderatorius palengvina diskusiją pagal tam tikrus orientacinius klausimus, o kitas operatorius užrašo atsakymus. Fokusuotos grupės taip pat leidžia pamatyti kūno kalbą ir žmonių tarpusavio sąveiką tam tikra tema.

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: mokslinių tyrimų kontekstas (poreikiai);
- identifikavimas: tyrimų kontekstas (poreikiai);
- įgyvendinimas: veiklos vertinimas ir projekto rezultatų pasiekimas.

SSGG analizė

[SSGG analizės tikslas](#) nustatyti [rizikos](#) sritis ir kontroliuojamus veiksnius, į kuriuos reikia atkreipti dėmesį. Tai nesudėtingas ir ekonomiškai efektyvus būdas smegenų šturmui (EN. Brainstorm) ir projekto planavimui. Galimybės ir grėsmės - tai išoriniai veiksniai, kurie daro įtaką jūsų projektui ir kurių jūs negalite kontroliuoti.

Stiprybės ir silpnybės SWOT analizės atlikimas gali padėti jums sukurti naujų idėjų, padėsiančių pasinaudoti tuo, ką jūs ir jūsų komanda darote geriausiai, ir galimomis galimybėmis, kurias gali atsirasti. SSGG analizė taip pat padeda geriau suvokti silpnąsias vietas ir galimas grėsmes jūsų projektui, kad galėtumėte nuo jų apsisaugoti. Kai visiškai suprasite savo projekto stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, galėsite suplanuoti sėkmės strategiją, kurioje būtų atsižvelgta į šiuos keturis veiksnius.

<p style="text-align: center;">Stiprybės</p> <p style="text-align: center;">Ką darote gerai?</p>	<p style="text-align: center;">Silpnybės</p> <p style="text-align: center;">Ką reikia tobulinti?</p>
<p style="text-align: center;">Galimybės</p> <p style="text-align: center;">Kokios yra galimybės?</p>	<p style="text-align: center;">Grėsmės</p> <p style="text-align: center;">Su kokiomis kliūtimis susiduriate / galėtumėte susidurti?</p>

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: stebėti vidinį ir išorinį kontekstą;
- identifikavimas: stebėti vidinį ir išorinį kontekstą;
- formuluotė: nustatyti trūkstamas sąsajas;
- vertinimas: įvertinti rezultatus.

Keturi kvadrantai

Toliau pateikta lentelė, kuri yra SWOT analizės variantas, padės jums stebėti ir sisteminti turimą informaciją apie kontekstą:

- vidinį: kokias kompetencijas jau turite (mano talentai) ir ko norėtumėte išmokti (mano interesai);
- išorinį: kokias problemas atpažįstate (pasaulio problemos) ir kaip galėtumėte jas išspręsti.

<p style="text-align: center;">Mano talentai (VIDINIS PASTEBĖJIMAS)</p> <p style="text-align: center;">Dalykai, kuriuos galiu padaryti / dalykai, apie kuriuos žinau</p>	<p style="text-align: center;">Mano interesai (VIDINIS PASTEBĖJIMAS)</p> <p style="text-align: center;">Dalykai, apie kuriuos norėčiau sužinoti daugiau</p>
<p style="text-align: center;">Pasaulio problemos (IŠORINIS STEBĖJIMAS)</p> <p style="text-align: center;">Problemos, kurias matau mane supančioje bendruomenėje</p>	<p style="text-align: center;">Mano troškimai pasauliui (IŠORINIS STEBĖJIMAS)</p> <p style="text-align: center;">Keletas problemų, kurias matau aplink save, sprendimų</p>

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- programavimas: tikslų nustatymas ir poreikių atpažinimas;
- identifikavimas: tikslų apibrėžimas ir poreikių atpažinimas;
- formuluotė: tikslų apibrėžimas ir poreikių pripažinimas.

Veiksmo įkvėpimas

Surinkite įdomių kitų organizacijų įgyvendintų idėjų, kurios jus motyvuos ir įkvėps! Veiksmy įkvėpimas buvo vienas iš pirmųjų mūsų žingsnių projekte "REBUILD". Surinkome keletą įkvėpiančių iniciatyvų iš įvairių mūsų šalių, susijusių su ekologišku gyvenimo būdu ir socialine įtrauktimi, kad nustatytume ir išryškintume gerą patirtį. Jas rasite šio vadovo pabaigoje. Raginame jus padaryti tą patį: apsižvalgykite savo aplinkoje ir surinkite keletą įkvėpiančių veiksmy pavyzdžių, tai bus motyvacijos šaltinis jūsų grupei! Taip pat galite pakviesti aktyvistus, vietinių judėjimų narius pasidalyti savo patirtimi ir kovomis bei pateikti patarimų ir rekomendacijų savo grupei

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

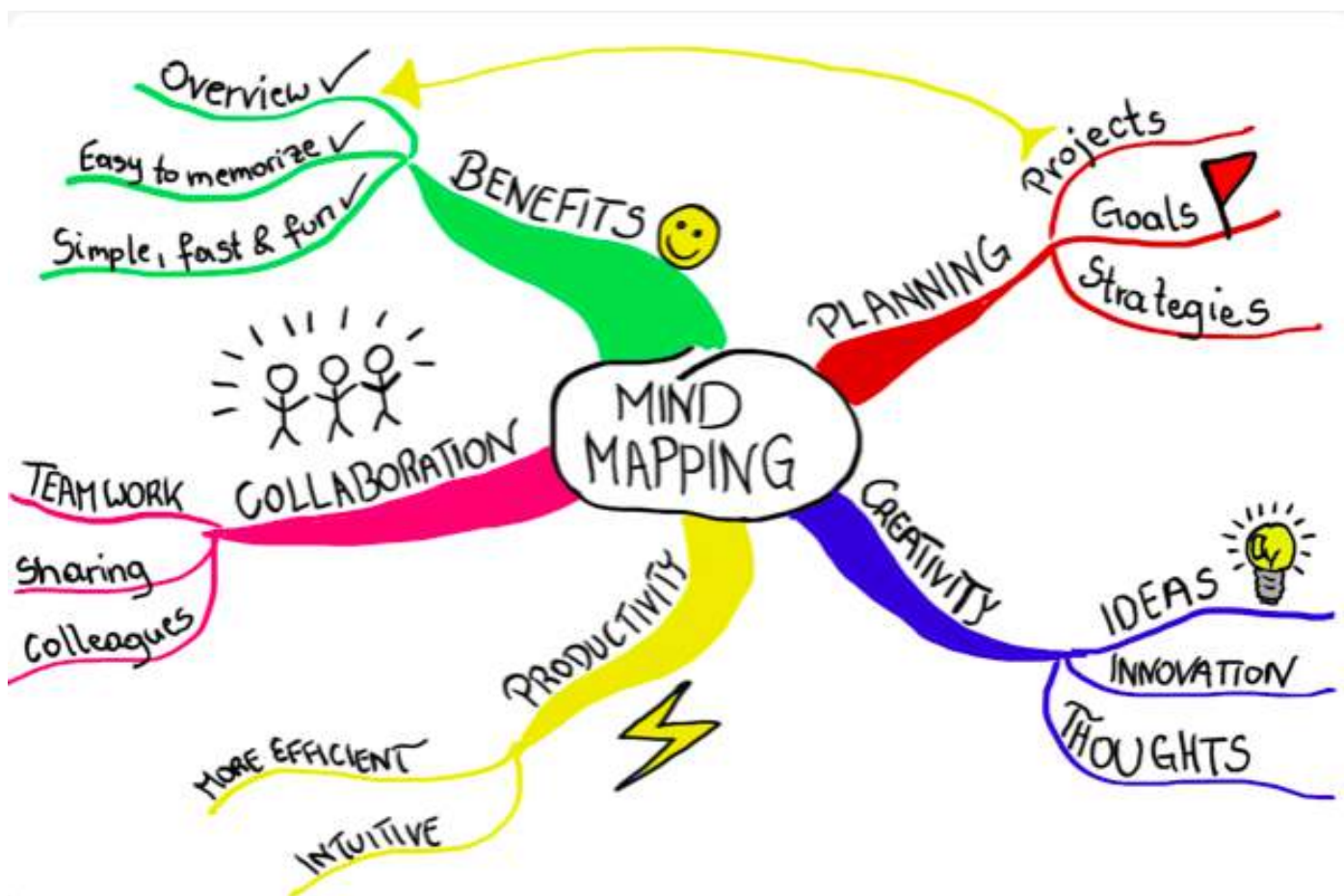
- identifikavimas: projektų idėjų paieška.

Smegenų šturmas (EN. brainstorm)

Smegenų šturmas - tai grupinis kūrybiškumo metodas, kuriuo siekiama surinkti idėjų tam tikra tema.

Tai reiškia, kad dėmesys sutelkiamas į temą, apibendrintą vienu žodžiu (pvz., ekologiškas gyvenimo būdas), ir aplink tą temą metamos idėjos, žodžiai ir kiti ryšiai. Išmetę visas idėjas ta tema, turėtumėte jas sugrupuoti ir (arba) atrinkti tas, kurios jums įdomesnės. Tuomet galite toliau diskutuoti apie įgyvendinamumo, aktualumo, naujovių klausimus ir savo grupėje balsuoti už idėją, kurią norite įgyvendinti. Galvosūkių šurmą galite rengti naudodamiesi lentelėmis / flipchartais arba minčių žemėlapiais:

1 tema	2 tema	3 tema
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.



Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- identifikavimas: projektų idėjų paieška.

SMART tikslų lentelė

Toliau pateikta lentelė padės jums suformuluoti SMART tikslus:

Specialus	<p>Tikslas yra aiškiai nurodytas, todėl kiekvienas jį skaitantis gali suprasti, kas bus daroma ir kas tai darys.</p> <p>Apibrėžkite, ko tikėtės.</p> <p>Nustatykite, kas tai atliks.</p> <p>Išsami atskaitomybė.</p> <p>Kuo dažniau vartokite veiksmažodžius, išreiškiančius fizinį ar protinį veiksmą.</p> <p>Pateikite pakankamai išsamią informaciją - tai priklauso nuo tikslo, tačiau ji turėtų būti pakankama, kad būtų aiški.</p>
Išmatuojamas	<p>Tikslas apima tai, kaip veiksmas bus vertinamas. Tikslų matavimas padeda nustatyti, ar darote pažangą. Tai padeda jums laikytis kelio ir grafiko.</p> <p>Nurodykite, kaip sužinosite, kad tikslas buvo pasiektas - paprastai tai reiškia kiekybę, bet gali būti ir kokybė (pvz., "80 % dalyvių sutinka arba visiškai sutinka su atsiliepimų forma").</p>
Pasiekiamas	<p>Tikslas yra realus, atsižvelgiant į bendruomenės realijas, ir gali būti pasiektas per projekto laikotarpį. Pagrįstų tikslų nustatymas padeda užtikrinti projekto sėkmę.</p> <p>Įsitinkinkite, kad turite pakankamai laiko, darbo jėgos, išteklių ir įgaliojimų tikslui pasiekti.</p> <p>Apsvarstykite, ar gali būti veiksmų, kurių negalite kontroliuoti.</p>
Atitinkamas	<p>Atitinkamas tikslas yra prasmingas. Jis atitinka dotacijos tikslą, tikslinių grupių poreikius ir projekto viziją.</p> <p>Tikslas padeda pasiekti dotacijos tikslą</p> <p>Tikslas suderintas su Bendrijos pasirengimo vertinimo rezultatais</p>
Ribotas laike	<p>Kiekvienam tikslui įgyvendinti nustatytas konkretus terminas.</p> <p>Nurodykite, kada tikslas turėtų būti įgyvendintas</p> <p>Ilgalaikių tikslų ir visų uždavinių gairės</p>

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- formuluotė: suformuluoti konkrečius projekto tikslus.

Projekto formulavimo šablonas

Toliau pateikta lentelė padės jums suformuluoti visus projekto skyrius:

Kodėl?	Bendras tikslas	Prie kokio makroekonominio tikslo įgyvendinimo noriu prisidėti šiuo projektu? Kokią ilgalaikę naudą jis duos? Kas mus motyvuoja tai daryti? Kodėl jis mums svarbus?
	Konkretūs tikslai	Kokių tikslų tiesiogiai siekiama projektu? Ką norime pasiekti vykdydami projekto veiklas? Jie turėtų būti SMART: konkretūs, išmatuojami, pasiekiami, realistiški, susiję su laiku.
Kur?	Kontekstas	Kokiame kontekste (fiziniam ir socialiniam) mes veikiame? Ar kontekstas nustato kokius nors apribojimus?
Kas?	Grupė/partnerystė	Kas mes esame ir ką galime padaryti? Ar yra kompetencijų, kurių neturime? Kas už ką atsakingas? Kaip pasiskirstome vaidmenimis?
	Tikslinės grupės	Ką norime pasiekti šiuo projektu? Kam mūsų projektas bus netiesiogiai naudingas? Kas dalyvaus nežymiai?
Ką?	Veikla	Kokių veiksmų imsiuosi savo tikslui pasiekti? Kokius veiksmus turiu atlikti?
	Metodikos	Kokias metodikas naudosiu įgyvendindamas savo veiklą?
	Rezultatai	Ko tikimės iš vykdomos veiklos? Įgyti įgūdžiai, pagamintos medžiagos ir pan.
	Ištekliai	Kokių medžiagų ir (arba) žmogiškųjų išteklių reikia veiklai vykdyti?
Kada?	Laikotarpis	Koks yra bendras projekto terminas? (pradžią ir pabaigą)

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- Formulotė: suformuluoti visus projekto dalis;
- Įgyvendinimas: stebėti savo veiklos pažangą ir pasiektus rezultatus.

Ganto diagrama

Ganto diagrama yra pagrindinis projektų valdymo įrankis. Viršutinėje eilutėje pateikiami projekto įgyvendinimo mėnesiai (M1, M2, M3 ir t. t.); jei projektas trumpesnis, jį taip pat galima suskirstyti į savaites. Pirmajame stulpelyje pateikiamas jūsų veiklos sąrašas. Kiekvieną veiklą galima suskirstyti į smulkesnius etapus (pavyzdžiui, pasirengimo, įgyvendinimo, vertinimo). Tada nuspalvinsite kiekvieną mėnesį, kurį ta konkreti veikla įgyvendinama.

Toliau pateikiamas pavyzdys, kurį taip pat galite kopijuoti ir redaguoti savo iniciatyva.

Veikla	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
Projektų valdymas									
Mokymo programos sudarymas;									
Mokymo priemonių ir medžiagos kūrimas									
Mokymo programos išbandymas dviejuose kovos su smurtu centruose;									
atsiliepimų apie patirtį rinkimas;									
Įrankių tobulinimas remiantis bandomojo projekto dalyvių atsiliepimais;									
Pranešimas apie rezultatus ir jų sklaida									

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- formulotė: sudaryti numatytą veiklos tvarkaraštį;
- įgyvendinimas: stebėti savo veiklos pažangą;
- vertinimas: įvertinti, kaip pasiekta rezultatų, kurie taip pat grindžiami savalaikiu veiklos įgyvendinimu.

Vidaus vertinimo šablonas

Projektą galima įvertinti įvairiais būdais. Toliau pateikiamas galutinio ir tarpinio vidurio vidinio vertinimo šablonas: tai pačios komandos atliekamas projekto vertinimas. Jį turėtumėte pritaikyti savo projektui ir projekto laikui, kurį administruojate komandai.

PROJEKTO VARDAS	
SUSITIKIMO DATA IR LAIKAS	
VERTINIMO SISTEMA: 1 - VISIŠKAI NESUTINKU, 2 - NESUTINKU, 3 - NEUTRALUS, 4 - SUTINKU, 5 - VISIŠKAI SUTINKU - NURODYKITE ATITINKAMĄ ĮVERTINIMĄ.	
KLAUSIMAI	ĮVERTINIMAS
1. Projekto planas buvo gerai apibrėžtas ir pranešama nuo pat pradžių.	
2. Pradiniai projekto tikslai buvo aiškūs.	
3. Skirti ištekliai buvo pakankami pasiekti savo tikslus.	
4. Pradinis projekto tvarkaraštis buvo realistiškas.	
5. Mūsų projekto komanda gerai dirbo kartu.	
6. Mūsų komanda veiksmingai dirbo su tikslinėmis grupėmis.	
7. Pasiekėme norimų projekto rezultatų.	
Paiškinkite, kodėl:	
8. Kas pavyko įgyvendinant šį projektą?	Atviras atsakymas
9. Kuris projekto aspektas buvo didžiausias iššūkis?	Atviras atsakymas
10. Kokia projekto dalis teikė didžiausią pasitenkinimą?	Atviras atsakymas

Papildomos pastabos:

Projekto cikle jis dažniausiai naudojamas šiuose etapuose:

- įgyvendinimas: įvertinti projekto pažangą jo įgyvendinimo metu;
- vertinimas: projekto pabaigoje įvertinti projekto pažangą.

Socialinės žiniasklaidos informuotumo didinimo kampanijų vadovas

Toliau pateikiamas trumpas socialinės žiniasklaidos ir kitų novatoriškų priemonių naudojimo vadovas, kaip rengti informuotumo didinimo kampanijas, skirtas jaunimo vadovaujamos vietos iniciatyvoms skatinti.

Kaip sukurti informuotumo didinimo kampaniją socialinėje žiniasklaidoje?

Vietos jaunimo iniciatyva, skirta ekologiškam gyvenimo būdui ar socialiniam solidarumui, gali būti pavyzdys kitiems žmonėms ir galimybė didinti informuotumą apie jums rūpimus socialinius ar aplinkosaugos klausimus. Dirbdami su komanda prie savo jaunimo vadovaujamos iniciatyvos, galite vykdyti informavimo kampaniją savo projekto temomis, kartu informuodami kitus jaunos žmones apie projekto pokyčius. Sąmoningumo didinimo kampanija yra daugiau nei informacinė kampanija ar pristatymas klasėje, ja siekiama perduoti tvirtą ir aiškią žinią, kuri išliktų atmintyje, didintų sąmoningumą ir keistų elgseną.

Toliau pateikiamas paprastos socialinės žiniasklaidos kampanijos, skirtos jūsų iniciatyvai reklamuoti, kūrimo vadovas.

1 žingsnis - nustatyti kampanijos tikslus

Pirmiausia reikia nustatyti kampanijos tikslus.

Pavyzdžiui:

Didinti informuotumą apie tai, kaip svarbu saugoti aplinką kaip bendrą erdvę ir pasirinkti ekologišką gyvenimo būdą siekiant užtikrinti tvarią mūsų planetos ateitį.

2 žingsnis - sukurkite pranešimą

Antra, reikia išsamiai išdėstyti pagrindinę žinutę. Ką norite perduoti? Stenkitės kurti trumpas, bet veiksmingas žinutes lengvai suprantama kalba! Dažnai paveikios žinutės taip pat apima įrodomus duomenis. Šioje vietoje taip pat turėtumėte pasirinkti toną ir kalbas. Paprastai pozityvus tonas būna sėkmingesnis, be to, turėtumėte naudoti dvi kalbas (vietinę ir anglų).

Pavyzdžiui:

Jei jūsų tikslas yra “pabrėžti aplinkos apsaugos svarbą”, žinutė galėtų būti tokia: Po 10 metų pasaulis bus be išėities dėl klimato kaitos. Ar norite būti to dalimi, ar ką nors dėl to daryti?

3 žingsnis - apibrėžkite kampanijos tikslą

Tada reikia pasirinkti kampanijos tikslą. Su kuo kalbėsite? Ką norite pasiekti? Aiškiai apibrėžę savo auditoriją, galėsite geriau ją sudominti ir padaryti didesnę poveikį. Tikslinė auditorija lems jūsų kampanijos toną, kanalus, kuriuos naudosite, spalvas ir bendrą kampanijos atmosferą.

Kampanijos “REBUILD” tikslinė grupė yra jauni žmonės, tokie kaip jūs. Taigi kalba turėtų būti daugiau ar mažiau artima jūsų bendrinei kalbai, o jūs naudosite priemones ir išteklius, kurie būtų patrauklūs kitiems jauniems žmonėms, panašiams į jus.

Pavyzdžiui:

Jaunimas. Rašymo stilius: humoras ir bendros kartų nuorodos, pokalbio tonas.

4 žingsnis - pasirinkite šūkį / grotąžymę ir nustatykite kampanijos toną

Kad informuotumo didinimo kampanija būtų veiksminga, ji turi būti pagrįsta galingu šūkiu, kuris taip pat gali tapti hashtagu. Geras šūkis yra glaustas, paveikus ir įsimintinas. Jis dažnai rimuojamas arba pasižymi muzikalumu, kuris palengvina įsiminimą.

Prieš galutinai jį patvirtinant, gerai jį išbandyti su auditorija. Šūkis turėtų atitikti jūsų kampanijos toną.

Pavyzdžiui:

- *#FridaysForFuture*
- *#RebuildEU*
- *#RebuildForest*

5 žingsnis - pasirinkite kampanijos formatą

Tada reikės pasirinkti kampanijos formatą ir formą. Kokius socialinės žiniasklaidos kanalus (facebook, instagram, twitter, tiktok...) naudosite? Kokiomis spalvomis ir koku šriftu norite, kad būtų jūsų kampanija? Ar naudosite šabloną? Kokias dar funkcijas ji turės?

Pavyzdžiui:

- *Kanalas: Instagram*
- *Spalvos: Žalių ir kitų žemės atspalvių skalė*
- *Šriftas: Bahnschrift Semi Light*
- *Kitos funkcijos: QR kodų naudojimas*

6 žingsnis - kurkite turinį ir sudarykite planą

Galiausiai sukurkite turinį ir sudarykite leidybos planą. Kurkite originalų turinį, atsakykite į kai kuriuos klausimus, daugiausia dėmesio skirkite trumpiems ir paveikiems sakiniams, bendraukite naudodami nuotraukas ir vaizdo įrašus, kurkite turinį, kuris "suaktyvintų" žmones, ir trumpus tekstus, kurie eina tiesiai prie reikalo. Apskritai jūsų komunikacija turėtų būti lengva, skatinanti ir autentiška. Visą turinį galite surašyti ir paskirstyti pagal tvarkaraštį (čia galite naudoti ir Ganto diagramą) arba kiekvienam turiniui suteikti pavadinimą / temą ir tada jį surašyti eigoje. Nepamirškite pasiruošimo laiko!

Pavyzdžiui:

Veikla	M1	M2	M3	M4	...
Paruošimas					
Rašyti apie tvarią madą					
Pranešimas apie tvarų maistą					
Pranešimas apie tvarias keliones					

Socialinės žiniasklaidos naudojimas informavimo kampanijoms
Kaip parodė tokie judėjimai kaip FridaysForFuture, socialinė žiniasklaida gali būti puiki priemonė informuoti apie svarbius klausimus vietos, nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu.

- Yra keletas taisyklių, kurios būdingos visai socialinei žiniasklaidai:
- reguliariai skelbkite pranešimus, kad neprarastumėte auditorijos dėmesio;
- įtraukite raginimus imtis veiksmų: dalyvauti renginiuose, skelbti turinį, atidaryti nuorodas ir pan.;
- vartokite šnekamąją ir paprastą kalbą;
- stenkitės skelbti aukštos kokybės nuotraukas ir turinį;
- planuokite skelbimą: pasirinkite tinkamą laiką, atsižvelgdami į savo auditoriją, ir venkite skelbti per daug turinio per trumpą laiką;
- iš anksto suplanuokite turinį.

Norint veiksmingai naudotis socialine žiniasklaida, svarbu žinoti, kaip kiekviena iš jų veikia, kokios yra konkrečios jų funkcijos ir kaip galima išnaudoti visą jų potencialą. Trumpai apžvelkime kai kurias iš jų:

- “Facebook” yra labai populiarus socialinis tinklas, kuris pasiekia labai didelę auditoriją visame pasaulyje. Jame daugiausia rašomas tekstas, nors galima skelbti nuotraukas ir vaizdo įrašus. Jis labiau nurodomas, jei norite pasiekti plačią auditoriją, skelbti renginius.
- “Instagram” yra viena populiariausių nuotraukų dalijimosi platformų, joje taip pat yra pažangių vaizdo įrašų dalijimosi funkcijų. Ji turi labai įvairią auditoriją ir yra puiki platforma influencerių rinkodarai. Bėgant metams “Instagram” keitėsi ir tapo panašesnė į “TikTok”. Dabar platformoje gausu ritinėlių, todėl rekomenduojama juos daryti vietoj tradicinių įrašų. Čia galite bendrauti su influenceriais ir galbūt paprašyti bendradarbiavimo.

- “TikTok” yra žinomiausia socialinių tinklų programėlė, skirta trumpiems vaizdo įrašams ir paprastai skirta jauno amžiaus žmonėms, nuo Z kartos. Čia turėtumėte kurti trumpus vaizdo įrašus (ne daugiau kaip 15-30 sek.) ir naudoti #FYP, kad jie būtų rodomi naujienų juostoje. Taip pat galite kurti iššūkius. Pvz. sukurkite #iššūkį: #helpahomeless, meskite iššūkį “TikTok” naudotojams pakartoti jūsų iššūkį - per dieną padovanoti 1 dovaną benamiui (žr. 4 iniciatyvą (Atvirkštinis kalendorius) C skyriuje).

Kokios dar yra kitos kampanijos priemonės, išskyrus socialinę žiniasklaidą?

Plakatai



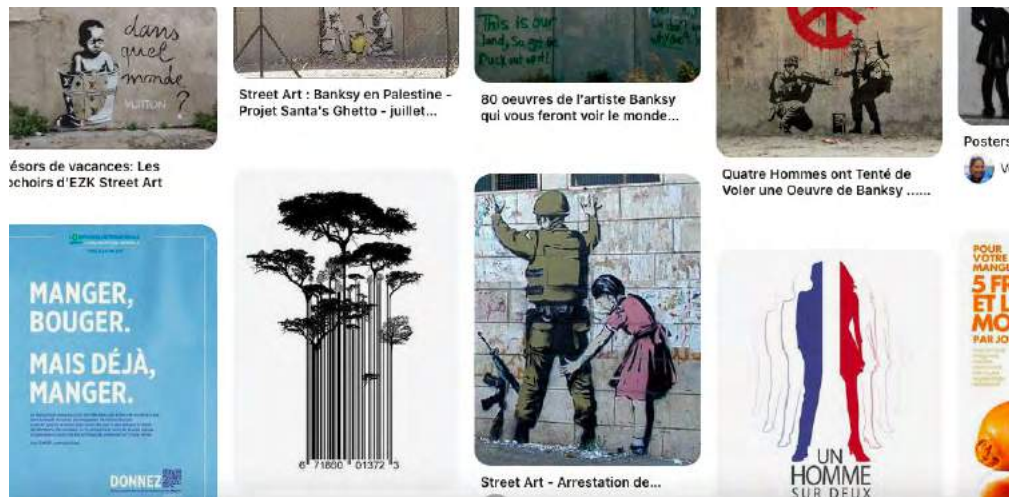
Sukurkite sėkmingą plakatą:

- raskite geros kokybės iliustracijų, kurios sustiprintų norimą perduoti žinutę: stenkitės patraukti akį ir būti originalūs;
- galvokite apie trumpus ir glaustus sakinius: galvokite apie įskaitomumą iš tolo (šriftas, spalva, žodžių dydis ir pan.) ir poveikį visuomenei.

Organizuokite elementus erdvėje: įsitikinkite, kad bendra plakato harmonija yra aiški: norėdami rasti tinkamą teksto ir vaizdo pusiausvyrą, pasirūpinkite, kad skirtingi plakato elementai būtų išdėstyti erdvėje. Rekomenduojama palikti laisvą 1/4 ploto.

Freska

Sienų tapyba atsirado iš socialinių judėjimų. Jei turite piešimo talentą, tai yra galimybė panaudoti meną savo tikslui. Pateikę [šią nuorodą](#) rasite veiksmingų ir garsių sienų tapybos pavyzdžių.



Tačiau prieš pradėdami nepamirškite išsiaiškinti, kokie yra įstatai.

Lipdukai:

Labai gerai veikia judėjimo, idėjos ar žinutės propagavimas lipdukais. Tai pigus būdas informuoti didelę visuomenės dalį. Lipdukai turi ypatingą privalumą: jie nėra suvokiami kaip pardavimo ar reklamos priemonė. Jie suvokiami kaip kažkas smagaus ir, palyginti su tradicinėmis rinkodaros priemonėmis, pasižymi dideliu įsitraukimo lygiu.



Tačiau yra du apribojimai:

1. lipdukai nėra draugiški aplinkai;
2. tas pats patarimas dėl įstatų, kaip ir dėl sienų paveikslų.

Renginiai: piliečių, solidarumo ir bendruomenės kavinės

Renginys yra sklaidos etapo dalis. Tai svarbus žingsnis, kuriuo siekiama populiarinti savo projektą. Įsivaizduokite susitikimų, dalijimosi ir bendravimo vietą: tai gali būti namai, bendradarbiystės erdvė ar paprasta kavinė. Sukurkite kvietimą ir išsiųskite jį visoms su jūsų atstatymo projektu susijusioms šalims: mentoriams, nustatytiems jauniems bendraamžiams.

Kaip sukurti VLOG'ą?

Vaizdo dienoraščių rašymas - tai savęs ar įvykio vaizdo įrašų skelbimas internete interneto platformose, tinklaraščiuose ar socialinėje žiniasklaidoje. Tai taip pat apima tiesiogines transliacijas arba transliacijas iš "Facebook", "Instagram" ar "Youtube", "Instagram" istorijas ir "Reels". Vaizdo įrašas laikomas Vlogu, kai juo asmeniniu lygmeniu bendraujama su auditorija, kai pateikiama asmeninė patirtis ar mintys ir kuriamas asmeninis ryšys su auditorija. Vaizdo įrašai paprastai būna labai trumpi ir turėtų atrodyti labai "naminiai", vis dėlto turėsite užtikrinti pasakojimo plėtojimo nuoseklumą, kitaip tariant, turėtų būti aišku, kad jie yra tos pačios istorijos dalis. Kaip ir kampanijos turinys, taip ir Vlogo turinys turėtų būti paprastas, skatinantis, išskirtinis, autentiškas ir įsimintinas.



Yra dvi pagrindinės Vlog'ų rūšys:

- “Talking Head” vaizdo įrašas - kai kamera yra pastovi, o vlogeris kalba tam tikra tema;
- “Follow me around vlog” - kai vlogeris pasiima kamerą su savimi ir filmuoja įrašus lauke.

Į kampaniją REBUILD taip pat įtraukiami su vietos iniciatyvų įgyvendinimu susiję VLOG'ų įrašai, kuriuose jauni žmonės pasakoja apie savo iniciatyvą ir filmuotą medžiagą iš užkulisių. Ji apima laikotarpį nuo pradinio projekto rengimo etapo iki projekto įgyvendinimo pabaigos.

Kaip sukurti sėkmingą vaizdo įrašą?

- Rašykite scenarijų: scenarijus turi būti trumpas ir veiksmingas, turėti aiškią struktūrą. Istorijos seka turėtų sekti logiškai, o tekstas ir dialogai turėtų papildyti vaizdus. Šūkis sustiprina arba iliustruoja šūkį ir daro įspūdį.
- Sukurkite siužetinę lentą, kad galėtumėte įsivaizduoti scenarijų, nustatyti filmavimo vietas, aktorių padėtį, apibrėžti kadrovimą, rasti kameros kadrus...
- Atkreipkite dėmesį į autorių teises (yra autorizuotų muzikos svetainių arba nemokamų paveikslėlių bankų).
- Naudokite patikimą įrangą (pasirūpinkite atsargine baterija...) ir atkreipkite dėmesį į aplinką (apšvietimas, garso takelis...).
- Padarykite keletą nuotraukų: atkreipkite dėmesį į sklandžią dikciją ir ramų balsą.

Įkvepiančių informuotumo didinimo kampanijų internete pavyzdžiai

Toliau rasite sėkmingų internetinių informuotumo didinimo kampanijų, kurias įvairios organizacijos ir NVO rengė interneto svetainėse ir socialinėje žiniasklaidoje, pavyzdžių. Paspaudę nuorodas ir naršydami puslapiuose, pastebėsite, kad interneto naudotojui poveikio ir interaktyvumo tikslais naudojama daugybė priemonių: plakatų, vaizdo įrašų, diagramų.

Greenpeace - Kampanija prieš karą Ukrainoje



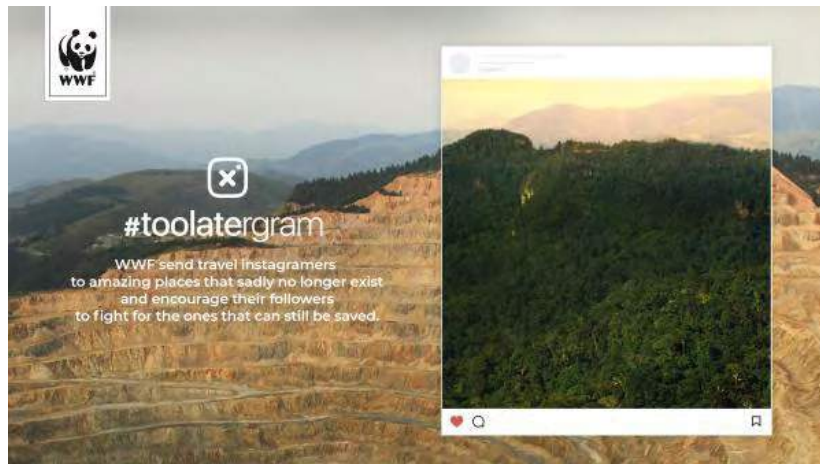
<https://www.greenpeace.fr/guerre-en-ukraine-agir-pour-la-paix-et-le-climat/>

“Amnesty International” - Kampanija prieš kankinimus



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

WWF - "Instagram" kampanija #WWFToolaterGram



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

#iwill kampanija

Vieną labai sėkmingą socialinę akciją sukūrė judėjimas #iwill. Kampanija buvo pradėta 2013 m. ir iki šiol šis judėjimas padeda užtikrinti prasmingus veiksmus padedant jaunimui ir organizacijoms. Judėjimas #iwill daugiausia dėmesio skiria jaunimui, nes jis turi energijos ir idėjų, galinčių teigiamai pakeisti visuomenę. Programa įgalina vaikus ir jaunimą kartu su organizacijomis būti aktyvesniais piliečiais ir įsitraukti į bendruomenės veiklą.



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

Internetinės priemonės, skirtos projektų kūrimui, įgyvendinimui ir kampanijoms

Šiame skyriuje rasite keletą konkrečių ir nemokamų priemonių, kuriomis galite naudotis dirbdami, plėtodami ir reklamuodami savo projektą. Daugiau rekomendacijų galite rasti vieno iš pertvarkos partnerių, organizacijos “Aktyvus jaunimas”, sukurtame tinklalapyje <https://startbusiness.today/digital-tools/>, kuriame pateikiamos nuorodos į įvairias internetines priemones: smegenų šturmo, grįžtamojo ryšio, dalyvių įtraukimo, vertimo priemonės.

RECOGITO:



Créez des annotations pour le web de données de manière intuitive

Créez des cartes à partir de données géographiques issues de textes. Annotez des images. Mettez vos données de recherche en relation avec d'autres données présentes sur le web, augmentez leur visibilité en les rendant partageables, sans avoir besoin d'être un expert des technologies du Web Sémantique.

En savoir plus

Choisissez un nom d'utilisateur

Courriel

Créez un mot de passe

Inscrivez-vous sur Recogito

Veuillez accepter nos conditions d'utilisation et l'enregistrement de votre courriel.

Ši priemonė skirta bendradarbiauti su partneriais. Tai internetinė platforma, skirta bendram dokumentų anotavimui. Joje sukurta asmeninė darbo erdvė, kurioje galite įkelti, kaupti ir tvarkyti savo pirminę medžiagą - tekstus, vaizdus ir lentelių duomenis - bei bendradarbiauti juos anotuojant ir interpretuojant. Recogito padeda jums lengviau padaryti savo darbą matomą internete ir atskleisti savo tyrimų rezultatus.

<https://recogito.pelagios.org>

ASANA:



Šis įrankis yra failų kūrimo ir bendrinimo įrankis: juo galite kurti, saugoti ir bendrinti failus bei dokumentus su komanda. “Asana” stebi visus jūsų komandos darbus, įskaitant tai, kas už ką ir kada yra atsakingas. Asana ypač įdomi kuriant bendravimo planą, nes joje yra aiški darbotvarkė, leidžianti diena iš dienos sekti, ką ir kur skelbti.

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

CANVA:



Šis įrankis skirtas kurti. Vaizdinė medžiaga atlieka svarbų vaidmenį informuotumo didinimo kampanijose. “Canva” yra paprasta naudoti ir siūlo įvairius šablonus įvairiam turiniui kurti - socialinės žiniasklaidos grafikai, pristatymams, plakatams ar kitam vizualiniam turiniui. Sukūrę idėją, pagalvokite, kaip ją įgyvendinti, sukurdami atitinkamą plakatą, kurį būtų galima atspausdinti arba išplatinti socialinėje žiniasklaidoje. Taip pat labai naudinga paaikškinti koncepciją, pasitelkiant vaizdus ir spalvas. Toliau rasite nuorodą į mokomąją medžiagą, kaip naudotis “Canva” kaip profesionalui.

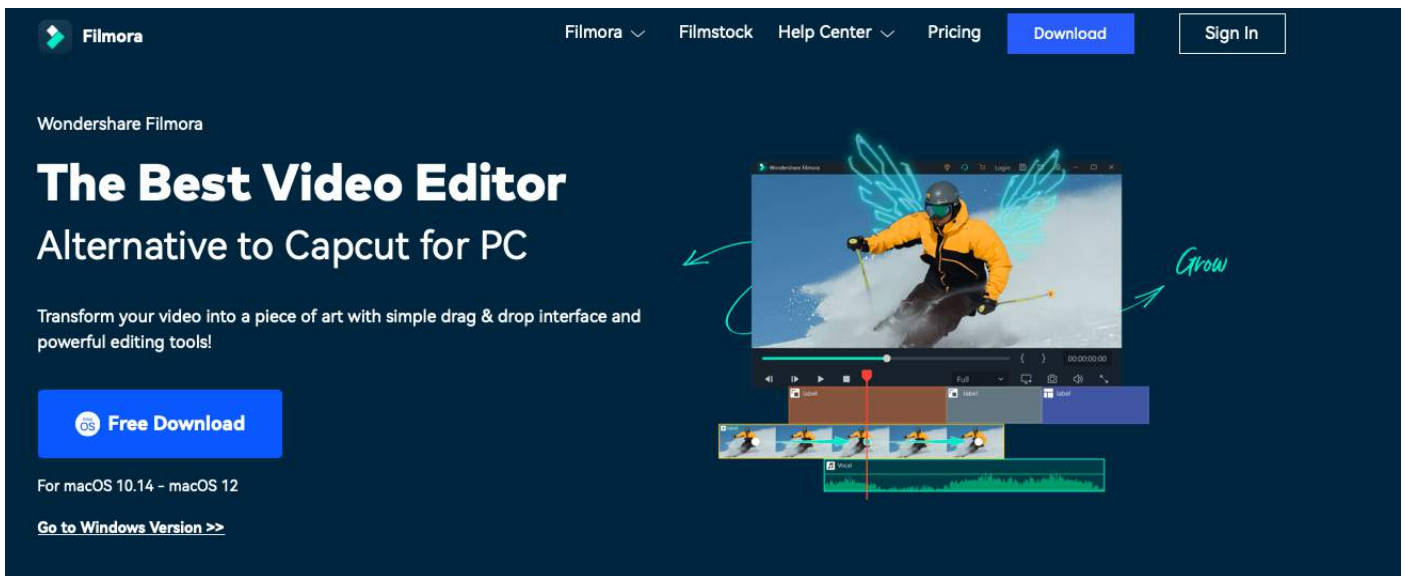
<https://www.canva.com>

Atviram kvietimui jaunimui sukurtu “Canva” plakato pavyzdys. REBUILD projektas, Martinika

“Canva” naudojimo pamoka:

<https://www.youtube.com/watch?v=X65lFIVjiBg>

FILMORA:



Šis įrankis skirtas vaizdo įrašams redaguoti. Kaip sakoma šūkyje, “paverskite savo vaizdo įrašą meno kūrinium”. Greitas ir paprastas vaizdo įrašų redagavimas pradedantiems su profesionaliais efektais.

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

VIMEO: (30 dienų nemokamas bandymas)



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

Ši priemonė skirta įkvėpimui ir dalijimuisi su bendruomenėmis. Tai bendruomenės svetainė, kurioje dalijamasi ir peržiūrimi naudotojų sukurti vaizdo įrašai. Kaip sakoma šūkyje, “paverskite savo idėjas realybe”. Ši platforma suburia talentingų vaizdo įrašų kūrėjų ir kultūros pasaulio auditoriją. Todėl “Vimeo” daugiausia dėmesio skiria didelės raiškos vaizdo įrašams. Ši platforma yra mažiau populiori

nei "YouTube", tačiau labiau orientuota į bendruomenę ir suteikia realių galimybių bendrauti su savo auditorija. Tai įkvepiantis kokybiškų vaizdo įrašų ir turinio šaltinis. Toliau pateikiama kampanija, skirta Pasaulinei vandens dienai (kovo 22 d.). Tarptautinės organizacijos "Solidarités International" ir "BDDP Unlimited" kartu su jaunuoju menininku ir režisieriumi Clément'u Beauvais sukūrė kampaniją, kurios tikslas - atkreipti visuomenės dėmesį į nesaugaus vandens problemą. Rezultatas - gražus, tamsus ir įspūdingas vaizdo įrašas. Žinutė negali būti aiškesnė.

<https://vimeo.com/21198351>

Inovatyvios metodikos ir geroji patirtis vietos organizacijose visoje Europoje

Čia rasite novatoriškų metodikų, kurias įgyvendino vietos organizacijos ir neformalios grupės Italijoje, Lietuvoje, Kipre, Graikijoje, Ispanijoje, Kipre ir Martinke (Prancūzija), rinkinį. Jos gali jus įkvėpti kuriant savo projekto idėją ir renkantis taikytinas metodikas. Projekto “Rebuild” partneriai sudarė vietos organizacijų žemėlapij ir apklausė jas, todėl čia pateikiama kai kurių geriausių praktikų, su kuriomis jie susidūrė, santrauka.

Visos šios iniciatyvos sutelktos specialioje platformoje, pavadintoje “Urban Perspective”. Kviečiame spustelėti šią nuorodą <https://urbanperspective.eu>.

Iš Lietuvos

“Šauk klausimą psichologui” (EN. “Shoot a question to a psychologist”)

Iniciatyvos pavadinimas	“Šauk klausimą psichologui” (EN. “Shoot a question to a psychologist”)
Iniciatyvos miestas, šalis	Marijampolė, Lietuva
Organizacijos pavadinimas	“Jaunimas YRĀ”
Iniciatyvos aprašymas	<p>Psichikos sveikatos ir emocinės sveikatos temos buvo aktualios dar prieš pandemiją, o jos metu tiesiog vystėsi. Taigi “Jaunimas YRĀ” norėjo padėti jauniems žmonėms geriau suprasti save, taip pat kovoti su stigma, kad jei eini pas psichologą, vadinasi, esi ligonis.</p> <p>Taigi jie sukūrė iniciatyvą “Nufilmuok klausimą psichologui”.</p> <p>Jis buvo paremtas dviejų žmonių pokalbiu ir dalyvių užduodamais klausimais.</p> <p>Aptartos jaunimui ypač svarbios temos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Kaip vyksta terapija ir koks yra psichologo darbas?- Ką daryti baigus vidurinę mokyklą?- Kas mane supranta?- Lytinis gyvenimas- Kaip išsaugoti savigarbą?
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<p>Iniciatyva buvo paremta dviejų žmonių pokalbiu, kuris buvo tiesiogiai transliuojamas per “Jaunimas YRĀ” “Facebook” puslapyje. Iniciatyvą sudarė 5 tokie renginiai - pokalbiai tarp labiau žinomo, šia tema besidominčio žmogaus ir psichologo.</p> <p>Žiūrovai galėtų anonimiškai užduoti klausimus psichologui ir bent jau tokiu būdu įsitraukti į pokalbį, nors ir nuotoliniu būdu, ir gauti atsakymus į rūpimus ir dažnai jautrius klausimus.</p> <p>Įdomios temos, aktyvūs klausytojai, įdomūs kalbėtojai, pateikiantys reikalingus atsakymus - paprastai ir natūraliai.</p>

Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, internetu svetainė...) apie iniciatyvą.	https://urbanperspective.eu/shout-a-question-to-a-psychologist/
--	---

“Keiskis ir tobulėk” (EN. “Keiskis ir tobulėk”)

Iniciatyvos pavadinimas	“Keiskis ir tobulėk” (EN. “Keiskis ir tobulėk”)
Iniciatyvos miestas, šalis	Šiauliai, Lietuva
Organizacijos pavadinimas	“JUSPO” - Jaunimo užimtumo stebėsenos ir plėtros organizacija (EN. “JUSPO” - Jaunimo užimtumo stebėsenos ir plėtra organizavimas)
Iniciatyvos aprašymas	<p>Šiauliuose kilęs projektas “Keiskis ir tobulėk” buvo skirtas padėti jauniems žmonėms ugdyti kompetencijas, kurių jie neįgyja mokykloje. Jį sudarė 3 dalys: teorinė, praktinė ir apibendrinamoji.</p> <p>Projektą sudarė 5 mokymosi sesijos šiomis temomis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kritinis ir pozityvusis mąstymas; - Kūrybiškumas; - Viešasis kalbėjimas; - Disciplina; - Emocinis intelektas. <p>Po teorinių užsiėmimų šiomis temomis vyko praktiniai seminarai, skirti praktiškai pritaikyti įgytas žinias. Ir galiausiai baigiamajame renginyje “Peržvelkime pokyčius” (EN. “Apžvelkime pokyčius”) jaunuoliai kartu aptarė, kaip jie patobulėjo ir pasikeitė.</p> <p>Iniciatyva įgyvendinta atlikus rinkos tyrimą, kuris atskleidė tendenciją, kad jauni žmonės į organizacijas ateina neturėdami tam tikrų kompetencijų, kurių neįgyja mokykloje: viešojo kalbėjimo, streso valdymo, kūrybiškumo ir kitų socialinių kompetencijų.</p>

<p>Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?</p>	<p>Neformalus bendravimas/komunikacija</p> <p>Mokymų ir (arba) sesijų metu buvo daromos pertraukos, kad dalyviai galėtų atsipalaiduoti, pailsėti, išgerti arbatos ar kavos ir pabendrauti vieni su kitais, taip užmezgant glaudesnę tarpusavio ryšį ir palaikant grįžtamąjį ryšį ne tik per iniciatyvos veiklas.</p> <p>Optimistinis/šiltas jausmas</p> <p>Tai sukuria laukimo jausmą. Augame kartu per bendruomeniškumą ir buvimą kartu. Tai įkvepia ir motyvuoja toliau tobulėti.</p> <p>Klausimai - "Kaip jaučiatės?" / "Kokios emocijos"</p> <p>Prieš pradėdant kiekvieną iniciatyvos veiklą, dalyvių buvo klausama: "Su kokiomis emocijomis šiandien atvykote". Veiklos pabaigoje buvo užduotas tas pats klausimas. Buvo atliktas teiginių palyginimas.</p> <p>Darbas komandose</p> <p>Projekto metu dalyviai dirbo kartu. Tai skatino bendrumo, pažinties, komandinio darbo, lyderystės, kūrybiškumo aspektus.</p> <p>Diskusija</p> <p>Buvo naudojama diskusijų priemonė, kurioje projekto dalyviai išreiškė savo nuomonę, pastebėjimus ir tolesnius vykdomos veiklos aspektus.</p>
<p>Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.</p>	<p>https://urbanperspective.eu/change-and-improve/</p>

“Keičiamės patys - keičiame pasaulį!” (EN. “Keisti save - keisti pasaulį!”)

<p>Iniciatyvos pavadinimas</p>	<p>Keičiamės patys - keičiame pasaulį!” (EN. “Keisti save - keisti pasaulį!”)</p>
<p>Iniciatyvos miestas, šalis</p>	<p>Švenčionys, Lietuva</p>
<p>Organizacijos pavadinimas</p>	<p>Tai buvo neformali jaunų ir aktyvių žmonių grupė, kuri kiekvieną kartą dalyvauja kartu ir nusprendė kartu imtis tam tikrų veiksmų.</p>

<p>Iniciatyvos aprašymas</p>	<p>“Keičiamės patys - keičiame pasaulį!” buvo siekiama mažinti žmonių su negalia atskirtį ir įtraukti juos į socialinę veiklą.</p> <p>Jaunuoliai pastebėjo savo bendraamžių atskirtį ir nusprendė, kad reikia kažką daryti: “Juk jie tokie patys kaip mes! Tiesiog mes turime savų baimių ir nežinome, kaip elgtis šalia jų”. Taigi jie sugalvojo parašyti ir įgyvendinti projektą su šiais atstumtais jaunuoliais.</p> <p>Drauge ir padedami mokytojų jaunuoliai sugalvojo ir įgyvendino įvairias veiklas su neįgaliais jaunuoliais: vyko į išvykas, pavyzdžiui, pirmoji edukacinė veikla buvo Ryškutėnų amatų centre, kur visi kartu kepė bandeles. Antroji išvyka buvo į žirgų terapiją, o trečioji - į kavinę “Pirmas blynas”, kurioje dirba žmonės su negalia. Jaunuoliai taip pat kartu šoko ir gyvai, ir vėliau “Zoom” platformoje - mokyklos šokių mokytoja sutiko prisijungti prie šios iniciatyvos ir kiekvieną trečiadienį vesti jiems pamokas.</p>
<p>Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?</p>	<p>Visi taikyti metodai buvo grindžiami neformalia, šviečiamąja ir linksma veikla, kurioje jaunimui lengviau pradėti bendrauti ir įtraukti neįgaliuosius.</p> <p>O patį bendravimą skatino tai, kad kiekvienas jaunuolis nusprendė, kuris neįgalus jaunuolis bus jo “draugas” projekte, su kuriuo jis visada bus kartu veiklose, jei reikės ką nors daryti grupėje, važiuoti autobusu sėdint šalia vienas kito ar panašiai, ir tai neabejotinai buvo vienas iš būdų skatinti bendravimą ir sumažinti riziką, kad veiklų metu neįgalių jaunuolių grupė bus atskirta.</p> <p>Tai padėjo ir per uždarymą, kai tos poros tarpusavyje susiskambindavo internetu, kalbėdavosi, kaip kiekvienam iš jų sekasi, ką jie veikia, dalydavosi linkėjimais ir akimirkomis iš kai kurių šeimų švenčių.</p> <p>Be to, kiekvieno mėnesio pabaigoje vyko refleksijos ir diskusijos, kurių metu buvo vertinamas poveikis ir bendruomenės stiprėjimas.</p>
<p>Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.</p>	<p>Webzine: https://urbanperspective.eu/we-change-ourselves-we-change-the-world/</p>

Ekologinio švietimo praktiniai seminarai

Iniciatyvos pavadinimas	Ekologinio švietimo praktiniai seminarai
Iniciatyvos miestas, šalis	Atėnai, Graikija
Organizacijos pavadinimas	Organizacija Žemė
Iniciatyvos aprašymas	<p>Ekologinio švietimo patyriminiais seminarais, kurių daugelis rengiami bendradarbiaujant su savivaldybėmis ir privačiuoju sektoriumi, siekiama suartinti žmones su gamta ir įtraukti juos į tvaresnį elgesį kasdieniame gyvenime. Šiose edukacinėse programose žmonės gali išmokti auginti savo daržoves, kurti žaliuosius stogus ir šiukšlių komposterius, kompostuoti savo namuose ir apskritai padaryti savo gyvenimą ir kaimynystę žalesnę ir sveikesnę. Dėl Covid-19 pandemijos organizacija nusprendė pasiūlyti internetinius seminarus, į kuriuos buvo įtraukti aplinkosauginio švietimo užsiėmimai apie ekologinį ūkininkavimą, alternatyvų buitinių organinių atliekų tvarkymą ir kitomis įdomiomis temomis. Dalyvavimas buvo gausus, nes pandemijos metu žmonėms labiau reikėjo bendrauti tarpusavyje ir priartėti prie gamtos. Seminarai suteikė jaunimui galimybę diskutuoti, keistis nuomonėmis ir bendrauti. Tokio žmogiškojo bendravimo labai reikėjo, todėl atsiliepimai buvo teigiami.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<p>Seminarai: Švietimo programos, kuriomis siekiama suartinti žmones su gamta ir įtraukti juos į tvaresnį elgesį kasdieniame gyvenime. Dėl COVID-19 pandemijos organizacija pasiūlė internetinius seminarus, kurių tikslas - priartinti žmones prie gamtos ir padėti jiems pasirinkti tvaresnį gyvenimo būdą, sumažinti ekologinį pėdsaką ir prisidėti prie darnaus vystymosi. Vienas iš labai nedaugelio teigiamų dalykų, išryškėjusių pandemijos metu, remiantis organizacijos narių nuomone, yra tai, kad žmonės iš naujo apibrėžė miesto gyvenimo būdą, atsigręžė į gamtą ir suprato, kaip svarbu bendrauti ir sąveikauti tarpusavyje.</p> <p>“Žemės centras” - ekologiškų įgūdžių ugdymo centras, kuriame siūlomos aktyvaus mokymosi programos ir bendruomenės veikla. Tai 25 akrų ploto miesto parkas gražioje gamtinėje aplinkoje, vos už 6 km nuo Atėnų centro. Tai pagrindinis organizacijos “Žemė” mokymosi centras ir įvairaus amžiaus žmonių susitikimų vieta. Jis driekiasi aplink ekologišką daržą ir permakultūros sodą ir yra puiki vieta organizacijos mokymosi programoms, skirtoms informuoti ir supažindinti lankytojus su biologine įvairove, tvariu maistu ir sveiku, “žiediniu” gyvenimo būdu.</p>

Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą	https://uefafoundation.org/action/organisation-earth-2/# https://www.facebook.com/uefafoundation/
---	--

Solidarumas madai

Iniciatyvos pavadinimas	Solidarumas madai
Iniciatyvos miestas, šalis	Atėnai, Graikija
Organizacijos pavadinimas	Graikijos jaunimo dalyvavimas (HYP)
Iniciatyvos aprašymas	<p>“Solidarumas dėl mados” buvo skirtas tvarios mados veiksams skatinti ir apėmė 12 mėnesių trukusias tikslines kampanijas, nukreiptas prieš vadinamąją greitąją madą, daugiausia dėmesio skiriant būdams, kaip galime sumažinti mados poveikį aplinkai. buvo vykdoma įvairi veikla - tiek fizinė, tiek internetinė, pavyzdžiui, apskritojo stalo diskusijos su tvarią madą propaguojančiomis žmonėmis, veikla mokyklose, buvo sukurtas žodynas, kuriame aiškinama atitinkama terminologija, mainų vakarėliai, į kuriuos žmonės galėjo ateiti ir keistis senais drabužiais be jokio finansinio įnašo, ir siuvimo dirbtuvės, kuriose buvo skatinama taisyti, perdirbti ir perdaryti naudotus drabužius.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<ul style="list-style-type: none"> -Apskritieji stalai su žmonėmis, skatinančiomis tvarią madą -Mokyklinė veikla ir “Kahoot” žaidimas -Žodyno, kuriame būtų paaiškinta atitinkama terminologija, sukūrimas -mainų vakarėliai, į kuriuos žmonės gali ateiti ir keistis senais drabužiais be jokio finansinio įnašo.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/solidarityforfashion/

Mokymasis siekiant įtraukties - mokymosi galimybių suteikimas pabėgėlių ir migrantų vaikams pandemijos metu

Iniciatyvos pavadinimas	Mokymasis siekiant įtraukties - mokymosi galimybių suteikimas pabėgėlių ir migrantų vaikams pandemijos metu
Iniciatyvos miestas, šalis	Atėnai, Graikija
Organizacijos pavadinimas	ELIX
Iniciatyvos aprašymas	Tikslas - padėti vaikams dalyvauti formaliajame ugdyme, o pagrindiniai mūsų siūlomi kursai - graikų, anglų ir matematikos - skirti 3-18 metų vaikams. Tačiau ELIX turėjo galimybę rengti kursus ir suaugusiesiems, ir ikimokyklinio amžiaus vaikams, daugiausia dėmesio skirdama jų psichosocialinei paramai ir pagalbai įveikti traumas ar bet kokius psichologinius sunkumus, su kuriais jie susiduria.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	<p>Kadangi Elaiono stovykloje nėra prieigos prie interneto, jie tris kartus per savaitę fiziškai lankėsi stovykloje ir vaikams dalijo namų darbų paketus, kuriuose buvo podkastų ir QR kodų. Kiekvienas popierius turėjo QR kodą, prie kurio vaikai galėjo prisijungti ir išgirsti įrašytus mokytojo nurodymus. Ji kūrė podkastus ir audiovizualinę medžiagą; istorijų pasakojimo vaizdo įrašus, pokalbių pasakojimus ir t. t., daugiausia skirtus jaunesnio amžiaus vaikams, tačiau jais naudojosi ir vyresni vaikai. Jie įkūrė "Facebook" grupę, kuri sujungė daug jų mokinių ir tėvų. Čia jie įkeldavo tiek naujų priemonių, tiek edukacinių užsiėmimų, tiek vaizdo įrašų naujienas arba skelbdavo dienas, kuriomis lankysimės stovykloje ir dalinsimės edukacine medžiaga.</p> <p>Kovid -19 atsako programą sudarė: 11 000 kuprinių ir savarankiško mokymosi knygelė vaikams ir jaunimui "Learnia"; edukacinė platforma su ELIX mokytojų sukurta audiovizualine medžiaga, išversta į graikų, anglų ir vaikų gimtąsias kalbas, "Akelius"; skaitmeninė kalbų mokymosi platforma, kuri yra mišraus kalbų mokymosi metodo, pagal kurį derinamas internetinis ir tiesioginis mokymasis, dalis.</p>
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	<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>

Iš Kipro

Nepapasakotos istorijos

Iniciatyvos pavadinimas	Nepapasakotos istorijos
Iniciatyvos miestas, šalis	Nikosija, Kipras
Organizacijos pavadinimas	Ar mes esame Europa
Iniciatyvos aprašymas	Projektas vadinasi "Untold Cyprus", o jo įgyvendinimas - "Instagram" paskyra: Unshadow Cyprus. Šio projekto misija - atkreipti dėmesį į kasdienius didvyrius, su kuriais susiduriame eidami, užsisakydami kavos ar net savo šeimos narius. Žiniasklaida daugiausia dėmesio skiria tik istorijoms iš turtingiausių ir galingiausių žemyno šalių, nesuteikdama galimybės žmonėms, kurie turi ką nors naujo pasakyti vietas bendruomenei. Septyniose šalyse rengiame septynis tarpdisciplininius seminarus, kuriuose jaunieji žurnalistai ir aktyvistai kartu dirba lokalizuodami aktualiausias šių laikų problemas ir savo idėjas mūsų bendrai ateičiai. Sukurti įtraukiančią daugialypę terpės istorijų platformą.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	Seminarai truko vieną savaitę ir buvo rengiami atsižvelgiant į įprasto ugdymo vertybes bei Kipro vietinės visuomenės poreikius. Smegenų šturmas, vaidmenų žaidimai ir komandos formavimas - tai tik kelios veiklos rūšys, padėjusios užtikrinti projekto veiksmingumą. Po tikslų pristatymo ir mūsų tikslų išryškavimo grupė buvo suskirstyta į dvi komandas. Viena buvo kampanijos komanda, kita - žurnalistų komanda. Kiekviena jų skirtingai pristatė savo darbą, tačiau vienodai kūrė turinį. Interviu su žmonėmis, kurie, mūsų manymu, daro gerą įtaką visuomenei ir turi įdomią neišpasakytą istoriją, kurią galima papasakoti. Kai kurie mūsų pašnekovai buvo aktyvistai, LGBTQ2+ atstovai, menininkai, pabėgėliai, "Erasmus" studentai ir kt.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.untold-stories.eu/ https://www.instagram.com/unshadow_cyprus/

Skautavimas pandemijos metu

Iniciatyvos pavadinimas	Skautavimas pandemijos metu
Iniciatyvos miestas, šalis	Nikosija, Kipras
Organizacijos pavadinimas	Kipro skautų asociacija
Iniciatyvos aprašymas	Skautų tikslas ir paskirtis buvo palaikyti ryšį. Neprarasti ryšio su savo nariais, nepaisant dabartinės dinamikos. Kad galėtume užsiimti veikla, kurios kitu atveju nedarytume. Oficialiai integruoti technologijas taip, kaip tai daro visos organizacijos, pavyzdžiui, taikomąsias programas - įvairias esamas taikomąsias programas ten, kur jas sukūrė taip, kad jos veiktų mūsų struktūroje. Pavyzdžiui, naudodami programėlę jie sukūrė lobijų žaidimą, kuriame galėtų dalyvauti kartu su tėvais savo laisvalaikiu. Taigi, tai yra kažkas, ką galima pritaikyti prie kiekvieno kasdienės rutinos, nes negalima reikalauti, kad kiekvienas iš tėvų šeštadienį 2-3 valandas būtų laisvas ir pasodintų vaiką prie ekrano.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	Vienas iš taikytų metodų buvo lobio paieškos žaidimas. Lobijų medžioklė buvo idėja, kilusi per įtraukimą. Jam organizuoti reikia daug laisvo laiko. Vykstant šią veiklą nebuvo jokių kontaktų su žmonėmis iš išorės, o priešastis buvo šio darbo ir šios profesinės veiklos pobūdis. Kiekvienas asmuo galėjo kurti konkrečias temas, nesvarbu, ar tai būtų susiję su IT, ar su rašymu, lobio paieškos temos kūrimu, ar su individualia veikla. Veiklos rezultatas - sukurtas artimas ryšys su asmeniu ir tai, kad atstumas visiškai neturėjo įtakos grupei. Net jei kai kurios veiklos nebuvo tiesiogiai susijusios su skautiška veikla, o tai ir neturėjo prasmės, veiklos esmė buvo užmegzti kontaktą, kad jie galėtų įsitraukti į kažką, kas būtų ne kasdieniška, kas nebūtų susiję su mokyklos spaudimu, kas nors kitokio.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/71scouts
	What kind of new methodologies was used/implemented by the organization?

Apskritojo stalo žinių serija

Iniciatyvos pavadinimas	Apskritojo stalo žinių serija
Iniciatyvos miestas, šalis	Nikosija, Kipras
Organizacijos pavadinimas	Apskritasis stolas Kipras
Iniciatyvos aprašymas	Apskritojo stalo žinių ciklas - tai iniciatyva, kurios imtasi pandemijos metu. Tai tiesioginiai seminarai ir podkastai, skelbiami įvairiose socialinėse platformose. Jų trukmė buvo maždaug 45 minutės arba viena valanda. Dėl šio projekto sėkmės jis organizuojamas ir po Kovid-19.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	Yra daugybė podkastų, tačiau "Roundtable knowledge" serijos skiriasi tuo, kad jos vyksta gyvai. Galite bendrauti su pranešėjais, užduoti klausimus ir dalyvauti. Tai buvo būdas žmonėms tiesiogiai bendrauti su specialistais, neįsipareigojant nurodyti vardo ar kitos informacijos apie juos. Tai buvo nemokama ir visiems prieinama.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/RoundTable6/

“Recover EU”

Iniciatyvos pavadinimas	"Recover EU"
Iniciatyvos miestas, šalis	Nikosija, Kipras
Organizacijos pavadinimas	Žiūrėkite, kodėl
Iniciatyvos aprašymas	Projektas apima 5 dienų programos veiklas, kuriomis siekiama skatinti, informuoti, šviesti, mokyti, pristatyti, ugdyti įgūdžius ir gebėjimus, kad jaunimas (tikslinė grupė) galėtų sklandžiai adaptuotis po COVID19 tiek asmeniniu, tiek profesiniu ir nacionaliniu lygmeniu.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	Žinių perdavimo būdas buvo grindžiamas neformalioju švietimu. Šį projektą įgyvendino 5 instruktoriai, 14 dalyvių, 5 dienos, daugiau nei 20 užsiėmimų. Ši idėja vyko Agros kaime 2020 m. rugpjūčio-rugsėjo mėn. Inicatyva buvo greitasis procesas. Tai buvo tam tikra kompetencija, kurią bet koku atveju norėtume ugdyti, tačiau pandemijos metu nusprendėme tai padaryti greičiau.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/media/set/?set=a.2635755870020951&type=3 https://www.facebook.com/See-Why-1526724457590770/photos/?ref=page_internal&tab=album

Iš Ispanijos

La Polea

Iniciatyvos pavadinimas	La Polea
	Almargen, Malaga, Spain
Iniciatyvos miestas, šalis	Almargenas, Malaga, Ispanija
Iniciatyvos aprašymas	"La Polea Sociedad Cooperativa Andaluza" yra ne pelno siekiantis darbuotojų kooperatyvas, kurį 2020 m. kovo mėn. Almargeno mieste (Malaga) įkūrė grupė jaunų žmonių, kurių pagrindinis tikslas buvo sukurti naujų darbo vietų ir sumažinti gyventojų skaičiaus mažėjimą kaime. Pažymėtina, kad laisvų darbo vietų tame pačiame yra nedaug, o jų kvalifikacija yra žema arba jos iš viso nėra, nes tai yra darbai, kuriems atlikti reikia fizinės jėgos, kad būtų galima atlikti žemės ūkio darbus. Dėl šios priežasties šie jaunuoliai, ugdydami vertybes ir lygybę, susikūrė darbo galimybes, kad galėtų likti savo kaime ir praktikuoti profesijas, kurių mokėsi.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	<p>"La Polea" savo veiklą plėtoja dviem kryptimis:</p> <p>Naujų paslaugų kūrimas: šiai jaunimo grupei labai svarbu plėsti kaime teikiamų paslaugų spektrą, nes kaimuose paslaugos yra labai ribotos, todėl kasdienis gyvenimas labai kartoja. Be to, tai viena iš priežasčių, kodėl jauni žmonės išvyksta į didesnius miestus ar miestelius, nes neranda vietos poilsiui ar įgūdžių tobulinimui, todėl La Polea kuria seminarus, išvykas, užsiėmimus ir mokymo kursus, kurie leidžia bendruomenei susitikti, dalytis ir turėti dinamišką mokymosi erdvę.</p> <p>Galimybė įsidarbinti: šie jaunuoliai suteikia galimybę kitiems panašioms į juos jaunuoliams susirasti darbą pagal tai, ko jie mokėsi, ką išmano, ko nori ir ką mėgsta daryti. Taip siekiama sukurti įvairiapusiškesnę, didesnę grupę, kuri tarnautų bendruomenei</p>
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/poleacooperativa/?ref=page_internal

Alkūnės prekės ženklas

Iniciatyvos pavadinimas	Alkūnės prekės ženklas
Iniciatyvos miestas, šalis	Madridas, Ispanija
Organizacijos pavadinimas	Alkūnės prekės ženklas
Iniciatyvos aprašymas	<p>“Elbow” yra 100 % socialinis drabužių prekės ženklas, kurį sukūrė jaunų žmonių komanda, siekianti savo žiniomis ir tuo, ką gali išmokti, reaguoti į šiuo metu egzistuojančius neatidėliotinus socialinius poreikius.</p> <p>Todėl ši jaunų žmonių grupė turi iliuziją, kad savo iniciatyva visi žmonės gali atlikti veiksmus, kurie gali padėti kitiems, nes kartu galime sumažinti pažeidžiamiausių žmonių poreikius, o jiems gali būti pasiūlytos savarankiškumo priemonės, padedančios siekti geresnės gyvenimo kokybės.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<p>Šių jaunų žmonių darbas prasideda nuo drabužių, kuriuos dovanoja privatūs asmenys ar įmonės, rinkimo.</p> <p>Tada jaunuoliai turi atrinkti geros būklės drabužius, kad juos būtų galima išvalyti ir išlyginti bei pažymėti prekės ženklo logotipu, kad juos būtų galima atpažinti kaip prekės ženklo dalį.</p> <p>Atlikus šį procesą, nuotraukos padaromos ir įkeliamos į interneto svetainę ir socialinius tinklus, kad jas galėtų matyti plačioji visuomenė. Tačiau kadangi drabužiai yra vyriški, pasiekama didesnė vartotojų vyrų grupė, kurie pamato ir įsigyja drabužius už priimtina kainą.</p> <p>Įsigijus drabužį, 100 proc. surinktų pinigų skiriama ALTIUS fondui, kuris padeda socialiai pažeidžiamoms šeimoms, aprūpindamas jas maistu ir mokymais, kad drabužių naudotojai nebūtų nuo jų priklausomi, ir Son Angeles fondui, kuris didina galimybes sunkią daugialypę negalią turintiems jaunuoliams, kurie, sulaukę 21 metų, neturi galimybės mokytis</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino? Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	<p>https://elbowbrand.com/</p>

Titi-toke

Iniciatyvos pavadinimas	Titi-toke
Iniciatyvos miestas, šalis	Malaga, Ispanija
Organizacijos pavadinimas	Titi-toke
Iniciatyvos aprašymas	<p>Tiziana yra jauna moteris, kuri visada pasisakė už rūpinimąsi aplinka, todėl, pamačiusi, kiek daug atliekų susidaro dėl pandemijos, ji nusprendė pasinaudoti paskutiniu impulsu ir sukurti "Titi-toke", kuriuo ji siekia prisidėti prie švaresnio pasaulio ir kartu suteikti antrą šansą kitų žmonių "atliekoms" per meną.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<p>Kad įgyvendintų šią iniciatyvą, jos kūrėja (Tiziana) pradeda kelionę įvairiomis Malagos gatvėmis, kurioje atranda daiktus, kuriuos kiti žmonės vadina "šiukšlėmis", nes pirko kitus, naujausios kartos ar pagal mados standartus.</p> <p>Surinkta žaliava (seni baldai, kompiuterių dalys, skardinės ir kt.), ji yra valoma, dezinfekuojama ir kietinama, kad toliau būtų transformuojama kūrėjos meno laboratorijoje, kurioje ji maišo medžiagas, spalvas ir technikas.</p> <p>Verta pažymėti, kad dėl šių objektų transformacijos juos galima pakartotinai naudoti su ta pačia ar kita priemone. Taigi jos kūrėja savo iniciatyva prisideda prie tvaraus pasaulio kūrimo, nes naudoja tik tas žaliavas, kurios atitinka tris tvarumo R (Reduce, Reuse ir Recycle - mažinti, pakartotinai naudoti ir perdirbti).</p>
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	<p>https://www.instagram.com/titi.toke/</p> <p>https://www.facebook.com/calendrieraventine972/</p>

Iš Italijos

Impatto

Iniciatyvos pavadinimas	#impattochallenge
Iniciatyvos miestas, šalis	Italija - internetinė iniciatyva
Organizacijos pavadinimas	Impatto APS
Iniciatyvos aprašymas	<p>Organizacija siūlo internetinius maršrutus, kuriuose dalyviai gali keisti savo įpročius ir mažinti poveikį aplinkai.</p> <p>Kiekvienas iššūkis skirtas prisidėti prie konkrečių DVT įgyvendinimo. Šiuo metu yra 7 #impattochallenges, kuriuose nagrinėjamos įvairios temos, įskaitant:</p> <ul style="list-style-type: none">Etiška moda: 7 subiššūčiai, kaip apskaičiuoti ir sumažinti socialinį drabužių spintos poveikįTvarios Kalėdos: 4 sub-iššūčiai tvarioms KalėdomsNulis atliekų: 6 subiššūčiai, kaip apskaičiuoti ir sumažinti savo atliekų kiekįTvarus maistas: 5 daliniai iššūčiai, kaip suprasti ir sumažinti maisto poveikį aplinkai. <p>Pasirinkus kelią, pateikiama iššūkio apžvalga, t. y. tikslas ir tikslinė grupė, medžiaga ir veiksmai, reikalingi jam įgyvendinti, ir pasiūlymai, kaip pagerinti gyvenimo būdą.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	<p>Visa "Impatto APS" siūloma veikla vykdoma internetu, todėl kiekvienas norintis gali laisvai susipažinti su turiniu ir dalyvauti #impattochallenges, nesvarbu, kur jis bebūtų. Internetinė veikla taip pat buvo pasirinkta siekiant spręsti dabartinę Covid19 pandemijos sukeltą situaciją.</p> <p>Kad turinys būtų prieinamas ir išsamus visiems, siūloma paprasta kalba ir įvairūs formatai.</p> <p>Siekdama paskatinti dalyvavimą, organizacija iššūkių dalyviams siūlo savaitinį ritmą, tačiau kiekvienas dalyvis, atsižvelgdamas į savo galimybes ir motyvaciją, pats sprendžia, kurį iššūkį ir kada priimti.</p> <p>Be to, iššūkių temos praturtinamos socialiniuose tinkluose publikuojamais informuotumą didinančiais straipsniais ir įvairiose skaitmeninėse platformose sukurtomis ir paskelbtomis keliomis podkastomis, kuriose aptariami tvarumo klausimai.</p> <p>Socialinė žiniasklaida - tai būdas pasiekti daugiau žmonių, ypač jaunimo.</p>

internetu (svetainė...) apie iniciatyvą.	https://impatto.io/sfide/
---	---

Tu Sei La Città

Iniciatyvos pavadinimas	Ne konkreči veikla [Bendroji tema: Aplinkos ir asmeninis atsinaujinimas]
Iniciatyvos miestas, šalis	Palermas, Italija
Organizacijos pavadinimas	Tu sei la città
Iniciatyvos aprašymas (ne daugiau kaip 800 ženklų)	<p>Organizacijos veikla sutelkta į dvi pagrindines sritis: aplinkos tvarumą ir Sicilijos kultūros tradicijų skatinimą.</p> <p>Tarp iniciatyvų, kurias galime išskirti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • lobių paieška mieste (galimybė sužinoti savo miesto istoriją ir paskatinti tikrą pilietinį pasididžiavimą). • Ekologiškų cigarečių dėklų platinimas • Rekvalifikavimo ir bendruomenių valymo kampanijos
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	<p>Organizacijos tikslas - aktyviai įtraukti piliečius į visą siūlomą veiklą.</p> <p>Vietos bendruomenė kviečiama dalyvauti visuose veiklos etapuose. Organizacija nepateikia veiklos "galutinio produkto", kurio rezultatai pasiekiami glaudžiai bendradarbiaujant organizacijai ir gyventojams.</p> <p>Tikslinė grupė yra jaunimas. Tu sei la città bando juos įtraukti konkrečiai parodydama iniciatyvų poveikį jų miestui.</p>

Iš Prancūzijos

Požiūris į pergalę

Iniciatyvos pavadinimas	Victory Attitude.com
Iniciatyvos miestas, šalis	Martinika, Prancūzija
Organizacijos pavadinimas	Madin'attitude
Iniciatyvos aprašymas	“Madin’attitude”, kuria visame pasaulyje siekiama grąžinti jaunimui pasitikėjimą savimi ir motyvaciją, ypač pandemijos kontekste. Tikslas - atkreipti dėmesį į jų meninius, sportinius ir kultūrinius projektus. Projektas “Victory Attitude” gimė per pirmąją lokaciją 2020 m.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	“Victory Attitude” - tai internetinė televizija, kuri atkreipia dėmesį į kai kurias jaunimo iniciatyvas žiniasklaidoje (youtube, instagrame...). Taip siekiama suteikti jiems balsą ir galimybę būti išgirstiems, pastebėtiems ir įvertintiems. Pristatomi visi skaitmeniniai formatai: vaizdo įrašai, filmuotos diskusijos, nuotraukos, sporto renginiai (pvz. pėsčiųjų žygiai) ir yra tiesiogiai transliuojami per internetinę televiziją. Tikimasi, kad ilgainiui pavyks sukurti televizijos kanalą, kuris būtų platinamas Martinikoje.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	http://victoryattitud.com

Jenn Anba Fey

Iniciatyvos pavadinimas	Jenn Anba Fey (skaitmeninis jaunimo žurnalas)
Iniciatyvos miestas, šalis	Martinika, Prancūzija
Organizacijos pavadinimas	Įterpimo menas
Iniciatyvos aprašymas	<p>“Inser Art”, skatindama jaunimo įtraukimą ir skatinimą, nusprendžia prisidėti prie jaunųjų martinikiečių. Jau dirbant su jaunimu ir mokantis integracijos, prevencijos, mobilumo ir meno srityse, atrodė tikslinga įgyvendinti projektą, kurio tikslas - rinkti, dalytis, keistis ir atrasti jaunimo idėjas, projektus ir tobulėjimą įvairiomis temomis.</p> <p>Šiam tikslui įgyvendinti buvo pasirinkta skaitmeninio “žurnalo” tipo komunikacijos priemonė, kaip tinkamiausia priemonė šiai jaunimo dinamiškai įgyvendinti.</p> <p>Iš tiesų iki šiol nėra jokios oficialios komunikacijos priemonės, skirtos jaunų žmonių skatinimui, kuri leistų keistis informacija apie juos, jų kilmę, projektus ir patirtį...</p> <p>Atsižvelgiant į šias aplinkybes, tokio projekto įgyvendinimas gali duoti tik daugiau naudos mūsų Martinikos jaunimui.</p>
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	Dėl COVID-19 krizės šio žurnalo numeriai buvo leidžiami skaitmeniniu formatu. Žurnalą rengia jauni žmonės, bendradarbiaudami su vietos struktūromis ir institucijomis, dirbančiomis jaunimo sektoriuje, todėl jie gali kreiptis į šią struktūrą ir pasidalyti savo veiksmais ar patarimais, skirtais Martinikos jaunimui
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://jennanbafey.fr/

Dalyvavimas meno kūrinuose internete

Iniciatyvos pavadinimas	Dalyvavimas meno kūrinuose internete
Iniciatyvos miestas, šalis	Martinika, Prancūzija
Organizacijos pavadinimas	Boum Kaliko
Iniciatyvos aprašymas	Solidarumo iniciatyva gimė po pirmojo uždarymo, nes trūko skaitmeninių priemonių, kuriomis būtų galima motyvuoti žmones dalyvauti veikloje, nors jie vengė bendravimo su žmonėmis (dėl taikomų priemonių). Šia akcija siekiama sudaryti sąlygas jaunimui nuotoliniu būdu dalyvauti meninėje veikloje nelaisvės laikotarpiu, taip pat išvengti išvykų ir viruso plitimo, ypač šventiniu laikotarpiu (pvz., per Velykas).
Kokias naujas metodikas organizacija taikė ir (arba) įgyvendino?	Vietos televizijos kanaluose buvo pradėta kampanija, kurios metu žmonės buvo prašomi Velykų laikotarpiu piešti su Velykomis susijusius daiktus. Šie piešiniai buvo siunčiami "Instagram" arba el. paštu į struktūrą. Surinkus visus piešinius, jie buvo sugrupuoti į karikatūras, kurios buvo paskelbtos internete, ir paskelbtas konkursas, per kurį jaunimas galėjo balsuoti ir taip pat bandyti surasti savo piešinius, taip kiaušinių medžioklę (Velykų tipą) paverčiant skaitmenine.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://fr-fr.facebook.com/BoumKalikoAssociation/

Apverstas Advento kalendorius

Iniciatyvos pavadinimas	Apverstas Advento kalendorius
Iniciatyvos miestas, šalis	Martinika, Prancūzija
Organizacijos pavadinimas	Cynthia Yerro
Iniciatyvos aprašymas	Atvirkštinio Advento kalendoriaus operacija siekiama paremti žmones, kuriems reikia pagalbos. Principas paprastas: nuo gruodžio 1 iki 20 d. žmonės atideda mažą dovanėlę (po vieną per dieną) žmogui, kuriam jos reikia. Arba jei dalyviai pažįsta šalia savęs žmogų, kuriam reikia pagalbos, arba "Cynthia" siūlo jiems paramos gavėją per partnerystę su vietos struktūromis, padedančiomis skurstantiems žmonėms. Naudos gavėjai yra benamiai, vieniši pagyvenę žmonės ir studentai, gyvenantys nesaugiai. Tuomet jiems bus įteiktos dovanos.
Kokias naujas metodikas taikė ir (arba) įgyvendino organizacija?	Cynthia duoda dalyviams dėžutę, į kurią jie gali įmesti dovanas. Šios dovanos gali būti, pavyzdžiui, geros būklės daiktai, kurių nebenaudojate, arba net higienos priemonės, knygos, saldumynai ar bet kas, kas gali būti naudinga sunkiu ir niūriu metu.
Nuoroda (vaizdo įrašas, straipsnis, interneto svetainė...) apie iniciatyvą.	https://www.facebook.com/calendrieraventinverse972/

References

“Monter un projet” CRIJ vadovas 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

Prevenčinė arba informavimo kampanija

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

Tikslų nustatymas ir konkrečių, išmatuojamų, pasiekiamų, svarbių ir apibrėžtų laiko atžvilgiu tikslų kūrimas - <https://www.samhsa.gov/sites/default/files/nc-smart-goals-fact-sheet.pdf>

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

Pagalbos teikimo metodai - Projektų ciklo valdymo gairės

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

Europrojekto vadovas

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



Bendrai finansuojama pagal
Europos Sąjungos programą
„Erasmus+“

Finansuojama Europos Sąjungos lėšomis. Tačiau išreiškiamas požiūris ar nuomonė yra tik autoriaus (-ių) ir nebūtinai atspindi Europos Sąjungos ar Europos švietimo ir kultūros vykdomosios įstaigos (EACEA) požiūrį ar nuomonę. Nei Europos Sąjunga, nei EACEA negali būti laikoma už juos atsakinga.

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/>



Bendrai finansuojama pagal Europos Sąjungos programą „Erasmus+“

Finansuojama Europos Sąjungos lėšomis. Tačiau išreiškiamas požiūris ar nuomonė yra tik autoriaus (-ių) ir nebūtinai atspindi Europos Sąjungos ar Europos švietimo ir kultūros vykdomosios įstaigos (EACEA) požiūrį ar nuomonę. Nei Europos Sąjunga, nei EACEA negali būti laikoma už juos atsakinga.