

LEVEL **UP!**

Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Podziękowania

Autorzy

Marija Pantelic, Tilen Lah

Wkład:

Josh Cope, Marialena Yannoulatou, Verena Mitschke, Viola Bianchetti

Opracowanie graficzne

Wout Neiryck

Ilustracje

Eva Lynen



**ACTIVIST
NETWORK**



Co-funded by
the European Union

Działanie zostało sfinansowane przez Unię Europejską w ramach programu dotacji Parlamentu Europejskiego w dziedzinie komunikacji. Parlament Europejski nie był zaangażowany w jego przygotowanie i w żadnym wypadku nie odpowiada za informacje lub opinie wyrażone w kontekście tego działania ani nie ponosi za nie odpowiedzialności. Zgodnie z obowiązującymi przepisami wyłączną odpowiedzialność ponoszą autorzy, respondenci, wydawcy lub nadawcy. Parlament Europejski nie może być również pociągnięty do odpowiedzialności z tytułu bezpośrednich lub pośrednich szkód, które mogą wynikać z realizacji działania.



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

2	Podziękowania
4	Informacje ogólne
4	Program szkoleniowy i jego przebieg
5	Jak przygotować się do szkolenia
7	Materiały
8	Sesja 1 Twój aktywizm. Wprowadzenie do aktywizmu
13	Sesja 2 Odkrycie swojej pasji, działanie w słusznym celu
18	Sesja 3 Społeczność i rozumienie otoczenia
23	Sesja 4 Zdrowy aktywizm: troska o siebie i innych
29	Sesja 5 Naucz się opracowywać własną kampanię
33	Sesja 6 Działanie w praktyce część 1: Tworzenie kampanii
37	Sesja 7 Działanie w praktyce część 2: Budowanie sieci kontaktów
41	Sesja 8 Działanie w praktyce część 3: Nagłaśnianie przekazu i znalezienie sojuszników
48	Sesja 9 Działanie w praktyce część 4: Zarządzanie kampanią
55	Sesja 10 Co dalej? Przygotowanie się do kolejnych kroków

Informacje ogólne

Witamy w programie szkoleniowym Activist Network! Program obejmuje 20 godzin zajęć podzielonych na 10 sesji i może być realizowany online lub stacjonarnie. Wytyczne zawarte w tym dokumencie są przeznaczone dla trenerów i facylitatorów, którzy chcą realizować ten program szkoleniowy we własnej organizacji lub w ramach własnej grupy młodzieżowej. Stanowią one przewodnik wyjaśniający krok po kroku, jak usprawnić postępy uczestników w nauce.

Cel

Zapewnienie uczestnikom narzędzi, wiedzy i orientacji w zagadnieniach, co jest potrzebne by mogli aktywniej uczestniczyć w życiu społecznym i demokratycznym.

Środki

- Stworzenie lokalnej sieci młodych aktywistów, którzy są zmotywowani i dysponują narzędziami umożliwiającymi im angażowanie się w działania związane z uczestnictwem demokratycznym lub organizowanie takich działań;
- Zwiększanie orientacji w zagadnieniach i zaangażowania młodych ludzi w aktywność obywatelską;
- Tworzenie lokalnej sieci młodych wolontariuszy, którzy dysponują narzędziami i kompetencjami umożliwiającymi im wspieranie lokalnych organizacji pozarządowych dla młodzieży i rozwijanie się w tych organizacjach;
- Wzmacnianie pozycji młodych wolontariuszy i aktywistów, aby mogli ruszać z własnymi projektami, kampaniami lub działaniami.

Program szkoleniowy i jego przebieg

Program szkoleniowy obejmuje 10 sesji, które są ze sobą powiązane i wzajemnie się uzupełniają. Program opracowano w taki sposób, aby uczestnicy wykorzystywali wiedzę uzyskaną w trakcie poprzedniej sesji i rozszerzali ją podczas kolejnej. Każda sesja trwa 2 godziny. Jeżeli w ciągu dnia ma się odbywać więcej niż jedna sesja, należy zaplanować przerwy. Podczas pierwszej i ostatniej sesji uczestnicy przeprowadzają krótką samoocenę, co pozwala prześledzić rozwój stanu wiedzy i pewności w toku szkolenia.

Wszystkie informacje zawarte w przewodniku przedstawiającym sesję krok po kroku powinny posłużyć jako wskazówka, jakie istotne wiadomości o programie szkoleniowym należy przekazać uczestnikom podczas pierwszej sesji. Zalecamy, aby każdą sesję kończyć informacją, czego uczestnicy mogą spodziewać się na kolejnym spotkaniu, jak również aby rozpoczynać sesję przedstawieniem jej przebiegu.

- Sesja 1: Twój aktywizm: Wprowadzenie do aktywizmu – podstawy
- Sesja 2: Odkrycie swojej pasji, działanie w słusznym celu – Dlaczego nam się chce?
- Sesja 3: Społeczność i rozumienie otoczenia – Określenie zainteresowanych stron
- Sesja 4: Zdrowy aktywizm: Troska o siebie i innych – Doceniaj to, co robisz
- Sesja 5: Jak przygotować kampanię – Jak zacząć
- Sesja 6: Działanie w praktyce część 1: Tworzenie kampanii – Jak to się robi
- Sesja 7: Działanie w praktyce część 2: Budowanie sieci kontaktów – Z kim działamy
- Sesja 8: Działanie w praktyce część 3: Nagłaśnianie przekazu i znalezienie sojuszników – Aktywizm a dyplomacja
- Sesja 9: Działanie w praktyce część 4: Zarządzanie kampanią – Systemy wsparcia
- Sesja 10: Co dalej? Przygotowanie się do kolejnych kroków – Kolejne kroki

Jak przygotować się do szkolenia

Przewodnik dla Activist Network zaprojektowano jako materiał obejmujący dwie części. Pierwsza z nich zawiera wyjaśnienia dotyczące różnych technicznych i metodycznych aspektów programu szkoleniowego, które uznaliśmy za przydatne, opierając się na własnym doświadczeniu. Druga część obejmuje wyjaśnienie krok po kroku przebiegu poszczególnych sesji.

Grupa docelowa

Młodzi lokalni aktywiści, którzy są już zainteresowani działaniem i wolontariatem, ale chcą zdobyć nowe umiejętności, kompetencje i narzędzia oraz nawiązać kontakty z rówieśnikami na szczeblu lokalnym.

Wielkość grupy uczestniczącej w szkoleniu

Idealna wielkość grupy to 20–25 uczestników, zapewnia ona różnorodność opinii i daje szansę na dyskusje z osobami z różnych środowisk, które mają różne doświadczenia. Sugestie przedstawione w części opisującej szkolenie krok po kroku zakładają taką liczebność grupy. Jeżeli grupa jest mniejsza, może się zdarzyć, że sesja zakończy się szybciej, co jest naturalne. Z kolei, gdy w jednym szkoleniu bierze udział 40–50 osób, konieczne będzie dostosowanie przedziałów czasowych i liczby mniejszych grup. W takiej sytuacji należy uważać, by nie wprowadzać zbyt wielu aktywności zakładających prezentacje w wykonaniu małych grup (maksymalnie jedna na sesję) i by pilnować dyscypliny czasowej. Prezentacje można zastąpić zadaniem jednego pytania, na które mają odpowiedzieć wszystkie grupy, lub wskazaniem jednej kwestii, na temat której mają się wypowiedzieć.

Czas

W części opisującej szkolenie krok po kroku, przedstawiono sugerowane przedziały czasowe, które można odpowiednio dostosować, kierując się własnymi preferencjami i doświadczeniem, ponieważ czas trwania określonych części/aktywności jest względny i zależy od liczby uczestników, struktury szkolenia (weekendowe, 5–tygodniowe itp.), tempa pracy grupy itd. Należy pamiętać o zachowaniu buforu czasowego.

Bezpieczna przestrzeń

Należy pamiętać o potrzebach uczestników i własnych. Do każdego należy zwracać się z szacunkiem, nie pomijać powitania, grupa powinna na początku określić, co jest akceptowane, a co nie (sposób wyrażania potrzeb np. zgłaszania, że jest zimno lub w pomieszczeniu potrzeba świeżego powietrza itp.). Aby dowiedzieć się więcej na temat tworzenia bezpiecznej przestrzeni dla uczestników, warto zacząć od zapoznania się ze sztuką moderowania spotkań, korzystając z materiałów Art of Hosting¹.

Musimy mieć świadomość, że w szkoleniu mogą uczestniczyć młodzi ludzie, którzy nie chodzą do szkoły/na uczelnię/do pracy, którym brakuje pewności siebie potrzebnej, by zabierać głos i decydować się na przemyślenia samodzielnie. Udział w 10 sesjach z rzędu może być również bardzo intensywnym doświadczeniem. Należy uważać na stosowane słownictwo. Przykładowo pojęcia „zainteresowana strona” czy „interesariusz” mogą wymagać wyjaśnienia. Zajmuje to czas, ale jest to konieczne, jeżeli chcemy, by szkolenie sprzyjało włączeniu. Nie należy zakładać, że uczestnicy mają podstawową wiedzę o omawianych tematach, dlatego należy w trakcie każdej sesji konsultować się z „liderami grupy”, ponieważ przedstawią oni wartościowe sugestie dotyczące reakcji uczestników. Staraj się zawsze przedstawiać jak najprostsze wyjaśnienia, aby osoby znajdujące się w najmniej korzystnym położeniu nie musiały ciągle zadawać pytań, sprawiając, że będą się czuli wykluczeni lub „gorsi”. Wielu z tych młodych ludzi nie śledzi nowinek dotyczących aktywizmu, ale jest aktywistami w ramach codziennych problemów, z którymi się zmagają, zatem ważne jest to, by włączyć ich w dyskusję i pomóc im ubrać w słowa to, czego doświadczają.

Należy mieć na uwadze, że ci młodzi ludzie mogą być należeć do młodzieży niekształcącej się, niepracującej ani nie szkolącej się (NEET²), a więc należy uważać z zadawaniem zbyt wielu pytań o to, co robią w życiu. Mogą mieć też problem z pisaniem lub czytaniem długich treści.

1 <https://artofhosting.org/>

2 <https://www.eurofound.europa.eu/topic/neets>

Przestrzeń wolna od osądów

Bardzo ważne jest, by przypomnieć każdemu podczas wprowadzenia, że szkolenie jest przestrzenią wolną od osądów.

Wsparcie

Młodzi ludzie, którzy nie są przyzwyczajeni do tego rodzaju sytuacji, uważają czasem, że nie mają nic do powiedzenia itp.; często potrzebują wsparcia, by poczuć się pewniej. Należy pamiętać o najbardziej wrażliwych młodych osobach w grupie.

Wprowadzenie i powitanie

Każde spotkanie rozpoczyna się od:

- Wprowadzenia: Należy omówić, co będzie się działo na warsztatach lub przypomnieć uczestnikom, co działo się na poprzednim spotkaniu i w jaki sposób jest ono powiązane z aktualnym. Zazwyczaj należy zaplanować na to 10 min, przy czym wyjątek stanowi tu pierwsze spotkanie, ponieważ we wprowadzeniu trzeba wówczas omówić więcej zagadnień.
- Pytanie o samopoczucie: Należy zapytać uczestników, jak się czują i czy mają jakieś przemyślenia/pytania związane ze szkoleniem/warsztatami. Można poprosić uczestników o zapisanie na czacie, jak się czują, przy użyciu jednego słowa (jeżeli jest to sesja online) lub o wyrażenie swojego samopoczucia jednym słowem (jeżeli jest to spotkanie tradycyjne).

Aktywności pobudzające (energizery)

Przeprowadzaj te energizery, które znasz i lubisz. Energizery powinny być krótkie, a więc trwać około 5–10 minut i wiązać się z aktywnością fizyczną uczestników. Jednym z prostych sposobów na łatwy energizer, który można wykorzystywać wielokrotnie, jest „sałatka owocowa”. Wybiera się kilka owoców (jabłko, banan itp.). Każdemu uczestnikowi przypisuje się jeden owoc. Gdy poziom koncentracji spada, można wywołać dany owoc (np. jabłko), a wtedy wszystkie jabłka muszą się przesiąść. Na hasło „sałatka owocowa” miejsca zmieniają wszyscy uczestnicy (wszystkie owoce). Niewielka zmiana perspektywy jest naprawdę przydatna. Można również zastosować grę w węzeł z ręk³ lub – w przypadku szkoleń online – fitness dłoni⁴.

Podsumowanie

Na koniec każdej sesji należy zaplanować 15-minutowe podsumowanie. Można je przeprowadzić w dowolny sposób, jednak nie należy go pomijać, gdyż pozwala ono uczestnikom powiedzieć, czego dowiedzieli się podczas sesji i czy panowała dobra atmosfera. Jedną z możliwości jest zastosowanie metody 4F (Facts, Feelings, Findings, Future)⁵, czyli fakty, uczucia, ustalenia i przyszłość, do której można wykorzystać aranżację grupy z ostatniej aktywności (cała grupa w kręgu lub małe grupy). Jeżeli uczestników jest wielu, nie trzeba prosić wszystkich o odpowiedź. Poproś uczestników, by podali jakieś fakty na temat sesji (bez interpretacji), a następnie zapytaj, jak się czują. Następnie zapytaj, czego się dowiedzieli/co odkryli, co wynoszą z tej sesji.

Małe grupy

W szczegółowych opisach sesji wielokrotnie pojawi się sugestia pracy w małych grupach. W zależności od wielkości grupy szkoleniowej i czasu najlepiej, by małe grupy liczyły ok. 3–4 osoby, ponieważ przy takiej liczebności każdy może aktywnie uczestniczyć w pracy grupy. Jeżeli brakuje czasu, grupy mogą być większe. Należy też zadecydować, czy na potrzeby każdego ćwiczenia będą tworzone nowe grupy czy grupy będą pracować w tym samym składzie kilka razy. Przedstawiamy pewne sugestie, ale to od prowadzącego szkolenie zależy, jak chce kształtować dynamikę i przebieg sesji.

3 <https://www.wikihow.com/Play-the-Human-Knot-Game>

4 https://www.youtube.com/watch?v=r2tBH_XyeJc

5 <https://scoutship.scout.org/handbook/active-review-cycle/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Materiały

Podczas większości szkolenia potrzebne będą standardowe materiały szkoleniowe:

- flipczarty
- tablice do pisania
- karteczki samoprzylepne
- markery
- markery do tablic
- markery dla uczestników
- długopisy dla uczestników
- taśma papierowa
- białe kartki A4 (kartki kolorowe, stosownie do potrzeb)
- Zoom
- Wirtualna tablica (Miro lub podobna)

Jeżeli potrzebne jest coś jeszcze, zaznaczamy to w opisie danej sesji. Jeżeli w czasie sesji korzysta się z arkuszy pracy lub dodatkowych materiałów drukowanych lub cyfrowych, znajdują się one w folderze „Additional materials”.



Activist
Network

20-godzinny
program
szkoleniowy

Sesja 1

Twój aktywizm.

Wprowadzenie do aktywizmu





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Kontekst

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Poznaj uczestników grupy;
- Przedstaw przebieg szkolenia Activist Network;
- Nakreśl podstawy i wspólne rozumienie pojęcia „aktywizm”;
- Przeprowadź ćwiczenie polegające na samoocenie wiedzy dotyczącej aktywizmu i kampanii.

Opis

Pierwszym krokiem jest ustalenie w grupie podstaw do dalszych dyskusji. Należy wspólnie zgłębić definicję aktywizmu i zaangażowania obywatelskiego, jak również podzielić się przemyśleniami i zrozumieć, w jaki sposób i gdzie uczestnicy są aktywni, jako obywatele w kontekście własnego życia. Jest to dobra okazja, by zrozumieć i skonceptualizować zakres kolejnych 9 sesji szkoleniowych.

Przeprowadzimy też wstępną samoocenę, by zrozumieć poziom pewności, zdolności oraz luki w wiedzy dotyczącej aktywizmu. Dzięki temu uczestnicy zrozumieją, w jaki sposób kolejne 9 sesji może mieć zastosowanie do ich indywidualnej sytuacji. Taka samoocena posłuży ustaleniu początkowego poziomu wiedzy i zrozumienia zaangażowania obywatelskiego.

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (25 min.) Wprowadzenie i powitanie;

- (5 min.) Przedstawienie programu szkoleniowego i jego przebiegu (zob. powyżej);
- (3 min.) Przedstawienie celów szkolenia i sesji (zob. powyżej);
- (3 min.) Przedstawienie zespołu trenerów;
- (14 min.) Poproś uczestników, by się przedstawili, odpowiadając na następujące pytania:
 - Jak masz na imię?
 - Co robisz (studia/praca)?
 - Czy masz doświadczenia związane z aktywizmem?
- (online – jeżeli jest mało czasu, poproś, by napisali odpowiedzi na czacie).

N

O

T

E

S

9



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Krok 2 (20 min.) Gra zapoznawcza.

Opcja 1: Gra w niewykonalną misję

Daj uczestnikom zestaw zadań, które mają wykonać wspólnie w krótkim czasie. Gdy czas dobiegnie końca, poproś, by przedstawili rezultaty.

Przykładowe zadania:

- Zrobić wspólne selfie;
- Napisać haiku o aktywizmie;
- Policzyc, iloma językami mówią osoby z danej grupy;
- Zastanowić się, co można robić za darmo w okolicy, w której odbywa się szkolenie.

Wskazówka: Zawsze należy wyznaczyć więcej zadań niż grupa jest w stanie zrobić, wykaż się kreatywnością!

Opcja 2: 2 informacje prawdziwe i 1 fałszywa

Każdy powinien podać 3 informacje na swój temat, z których dwie są prawdziwe, a jedna jest fałszywa lub dotyczy kogoś innego. Poproś każdego uczestnika o wypowiedzenie tych trzech rzeczy, a pozostałych, by zgadli, która informacja jest kłamstwem. W przypadku szkolenia online można poprosić o wpisanie odpowiedzi na czacie.

Krok 3. (15 min.) Co wiesz na temat aktywizmu?

- Formularz samooceny (część 1);
- Najlepiej byłoby przetłumaczyć pytania na język, w którym prowadzone jest szkolenie, i skorzystać z formularzy Google⁷ (lub podobnego narzędzia), co pozwoli zebrać odpowiedzi, by porównać je z końcową samooceną przeprowadzaną podczas sesji nr 10 i udokumentować w cyfrowej formie.

Pytania do samooceny

Ustosunkuj się do poniższych stwierdzeń, posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą, a 5 najwyższą.

1. Znam tematykę aktywizmu.
2. Aktywnie uczestniczę w życiu społeczeństwa.
3. Wiem, jakie są moje wartości i jakie tematy są dla mnie ważne.
4. Wiem, czym są zainteresowane strony i jestem w stanie określić je w mojej społeczności.
5. Potrafię zadbać o własne potrzeby i potrzeby grupy, z którą pracuję.
6. Znam różne taktyki prowadzenia kampanii.
7. Mam świadomość, że tworzenie kampanii wymaga czasu.
8. Rozpoznaję dobry przekaz, który motywuje mnie do działania.
9. Znam pojęcie „polaryzacja”
10. Wiem, że przy zarządzaniu kampanią ludzie mogą mieć różne role.

⁷ <https://www.google.com/forms/about/>

11. Jestem zmotywowany/zmotywowana, by zmienić coś w swojej społeczności.
12. Pojęcie aktywizmu jest dla mnie jasne.
13. Jestem w stanie tworzyć kampanie razem z innymi zwolennikami danej rzeczy.

Krok 4. (15 min.) Czym jest aktywizm?

- Burza mózgów
- Poproś uczestników, by zastanowili się, czym jest aktywizm lub jakie słowa kluczowe kojarzą im się z aktywizmem i zbierz odpowiedzi na filpczarcie/ internetowej tablicy interaktywnej;
- Przed zapisaniem danej rzeczy na tablicy upewnij się, że wszyscy rozumieją, co zostało powiedziane; jeżeli zauważysz wątpliwości, postaraj się sparafrazować to prostszymi słowami;
- Nie proś o podawanie definicji, a jedynie pewnych koncepcji lub słów kluczowych;
- Po burzy mózgów przedstaw definicję, przy czym zapewnij, że akceptowalna jest w sytuacji, w której można mieć podobne lub odmienne opinie, ponieważ aktywizm to doświadczenie osobiste, zależne od kontekstu i indywidualnej sytuacji konkretnej osoby, które różni się w zależności od etapu życia uczestników.

Przykładowe definicje aktywizmu

Aktywizm (lub rzecznictwo) obejmuje działania na rzecz promowania reform społecznych, politycznych, gospodarczych lub związanych z ochroną środowiska, blokowania ich, kierowania nimi lub ingerowania w nie, z myślą o doprowadzeniu do zmian w społeczeństwie, które mają służyć dobru ogółu⁸.

Moja definicja aktywizmu to... praktyka rozwiązywania problemu, dowolnego problemu, przez podważanie stanowiska osób u władzy (Anjali Appadurai, Climate Justice Activist)⁹.

Aktywizm oznacza kolektywne działanie na rzecz zmiany kreowanej oddolnie (Activist handbook)¹⁰.

Krok 5 (30 min.) Zadanie – Historia bohatera lub historia ofiary

Przeprowadź ćwiczenie opisane w materiale „Understanding the story you unconsciously hold about yourself as an activist”¹¹. Zadanie jest skierowane do aktywistów działających w dziedzinie ochrony środowiska, ale może być łatwo zaadaptowane do innych kontekstów. Celem jest to, aby uczestnicy zaczęli zastanawiać się nad własną opowieścią i myśleć nieszablonowo.

Powinni

1. zaznaczyć zdania, które są prawdziwe w ich przypadku;
2. omówić narrację bohatera i ofiary;
3. wspólnie odpowiedzieć na pytania do autorefleksji.

⁸ <https://en.wikipedia.org/wiki/Activism>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=zDVA7r7r0d0>

¹⁰ <https://activisthandbook.org/theory/what-is-activism>

¹¹ <https://www.youthforum.org/activism-inside-out/understanding-the-stories-you-unconsciously-hold-about-yourself-as-an-activist>

N

O

T

E

S

11



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Krok 6 (15 min.) Podsumowanie

- Zapytaj uczestników, jakie są ich wrażenia po poprzednim zadaniu;
- Po tej kolejce zapytaj o 2 rzeczy, których się dzisiaj nauczyli (w zależności od tego, ile jest czasu i na ile rozmowna jest grupa, można przeprowadzić to zadanie w kręgu lub z użyciem karteczek samoprzylepnych (można przeprowadzić to zarówno online, jak i offline).

Przygotowanie i materiały

Na potrzeby tej sesji dobrze byłoby zapewnić materiały wizualne, takie jak PPT/Miro itp., papier do flipczarta, markery, kartki do pisania dla uczestników (jeżeli nie są dostępne laptopy/telefony).

Krok 5 należy dostosować tak, aby zajął łącznie 30 minut. Proponowane zadanie w wersji oryginalnej jest pomyślane jako zadanie indywidualne i nie przewidziano w nim ograniczeń czasowych.

Materiały dodatkowe

- What can you do to change things?¹²
- Ladder of participation¹³
- Activist handbook¹⁴

Wskazówki dla trenerów

Możesz spokojnie pomijać pewne kroki sesji lub dokonywać zmian w proponowanych zadaniach, o ile tylko zrealizujesz cele danej sesji.

12 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/what-can-you-do-to-change-things-2/>

13 <https://www.trainerslibrary.org/ladder-of-youth-participation/>

14 <https://activisthandbook.org/theory/what-is-activism>

N

O

T

E

S

Sesja 2

Odkrycie swojej pasji, działanie w słusznym celu



Dlaczego nam się chce?

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Zrozum dlaczego „Dlaczego?” (cel) ma znaczenie;
- Poznaj wartości uczestników;
- Przedstaw wizualnie koncepcję zmiany, jaką mają uczestnicy;
- Przełóż pomysły na słowa;
- Dziel się pomysłami i poglądami z innymi uczestnikami.

Opis

Podczas sesji 1 analizowaliśmy pojęcie „aktywizm”. Sesja 2 jest poświęcona analizie waszego celu. Ważne jest, by zrozumieć, jakie zagadnienia są dla was istotne, jak się ze sobą wiążą, w jaki sposób wyrazić swój sposób myślenia o pewnych sprawach, jak rozumieć i badać to, o co toczy się gra, w jaki sposób decydować, które rozwiązania popierać, a także jak zebrać wszystkie myśli w całości, nadać kształt celowi i odkryć kierunek, w którym zmierzacie.

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (15 min.) Dlaczego ważne jest, by mieć cel

- Wyjaśnij, że jeżeli przedstawia się jasny cel projektu lub kampanii, ludzie wokół będą mogli się z nim utożsamić i będą bardziej skłonni słuchać i włączyć się do działań;
- Sugerujemy, by zaprezentować to, co powiedział Simon Sinek w wystąpieniu „Start with why -- how great leaders inspire action”¹⁵, i skłonić uczestników, by pomyśleli o sytuacjach, w których ktoś zakomunikował im „dlaczego” i o takich, w których tak się nie stało. Można przeprowadzić na ten temat dyskusję w grupie, korzystając z następujących pytań pomocniczych:
- Jak reagujecie, gdy ktoś jasno komunikuje wam „dlaczego”?
- Czy istnieje różnica między szkoleniem, na którym przedstawiono jasno plan, a zajęciami w szkole/na uczelni, które nie mają jasnego celu i trzeba „łączyć kropki” w miarę postępu zajęć? W którym przypadku jesteście bardziej zmotywowani, by słuchać?

15 https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF_VuA&ab_channel=TEDxTalks



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

- Kiedy po raz ostatni szukaliście w Internecie wskazówek, jak coś zrobić (tutorial)? Czy słuchaliście materiału od początku czy najpierw sprawdziliście, czy jest tam rozwiązanie waszego problemu lub jaki jest cel końcowy, a dopiero potem słuchaliście ponownie od początku?

Krok 3 (65 min.) Znalezienie własnego „dlaczego”

3.1 (20 min.) Tworzenie mapy wartości

- Każdy uczestnik dostaje arkusz wartości;
- Poproś o zapoznanie się z nim i zaznaczenie wartości, które brzmią przynajmniej trochę ok i są chociaż trochę ważne dla danej osoby (instynktownie);
- Gdy uczestnicy skończą, poproś o wybranie połowy z zaznaczonych wartości i zastanowienie się, czy te, które brzmią podobnie, rzeczywiście są podobne (uczestnicy mogą zacząć wykonywać drugą część zadania w dowolnym momencie, w zależności od tego, kiedy skończą poprzednie polecenie);
- Powtórz poprzedni krok;
- Teraz uczestnicy powinni mieć nie więcej niż 5–20 wartości;
- Poproś, by wybrali 2–3 najważniejsze i maksymalnie 5 naprawdę ważnych.
 - Propozycja zadania domowego: Określcie hierarchię kilku wartości, które pozostały. Trudno powiedzieć, co jest ważniejsze, gdy do wyboru ma się przykładowo rodzinę i przyjaciół. Aby podjąć decyzję, możecie wyobrazić sobie scenariusz, w którym dwie wartości są sprzeczne (np. musicie wybierać między udziałem w 25. urodzinach najlepszego przyjaciela a udziałem w 50. urodzinach rodzica, które odbywają się tego samego dnia). To trudne ćwiczenie, ale jeżeli je wykonamy, będziemy w stanie szybciej i lepiej podejmować decyzje w oparciu o wartości, gdy będzie to konieczne, i nie będziemy mieć poczucia winy lub odczuwać presji przy dokonywaniu wyboru, ponieważ będziemy wiedzieć, dlaczego wybieramy to, co wybieramy, nawet jeżeli była to trudna decyzja.

3.2 (5 min.) O co toczy się gra

- Poproś uczestników, by pomyśleli samodzielnie i zapisali, co byłoby zagrożone, gdyby te wartości zostały odrzucone przez nich lub przez społeczeństwo ogółem. Co uległoby zmianie? Jak wpłynęłoby to na wasze życie i życie ludzi wokół was? Jak wpłynęłoby to na najbardziej bezbronne osoby w waszej społeczności?

N

O

T

E

S

3.3 (20 min.) Odnalezienie swojej wizji zmiany

- Przeprowadź ćwiczenie opisane w materiale „Finding your vision for change”¹⁶;
- Powiedz uczestnikom, że aby odpowiedzieć na te pytania, mogą pomyśleć o poprzednich ćwiczeniach;
- Sugerujemy, by uczestnicy zapisali swoją wizję.

3.4 (20 min.) Wybór zagadnienia i wyartykułowanie go

- W tej części można opierać się na ćwiczeniu opisanym w materiale „Working out what issues you care about and what change you’d like to see”¹⁷;
- Opisz (na przykładach) różnice między problemem a zmianą, której się oczekuje (zob. artykuły poniżej);
- Uczestnicy zastanawiają się nad tym, jakiej zmiany oczekują; mogą pracować w parach i kwestionować wzajemnie swoje pomysły;
- Jeżeli czas na to pozwoli, mogą dopracować swoje problemy i zmianę; w tej części można połączyć ze sobą dwie pary, tak by uczestnicy pracowali w grupach czteroosobowych.

Krok 4 (15 min.) Dzielenie się historią

- Każdy ma okazję (o ile czas pozwoli), by podzielić się swoją krótką „historią”:
 - 1–3 wartości, które są dla mnie najważniejsze;
 - O co będzie toczyć się gra, gdy porzucimy te wartości (jedno zdanie);
 - Co jest problemem, który mnie zajmuje, i jakiej małej zmiany oczekuję.

Krok 5 (15 min.) Podsumowanie

- Zgodnie z opisem zawartym w części „Informacje ogólne” w sekcji „Podsumowanie”.

16 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/finding-your-vision-for-change/>

17 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/working-out-what-issues-you-care-about-and-what-change-you-d-like-to-see/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Przygotowanie i materiały

Należy wydrukować (lub przygotować do wykorzystania online) „arkusz wartości”, który znajduje się w folderze z materiałami dodatkowymi¹⁸. Sugerujemy również, by uważnie przeanalizować następujące materiały, które są wykorzystywane i wspomniane w powyższym tekście.

- Working out what issues you care about and what change you'd like to see¹⁹;
- Finding your vision for change²⁰.

Wskazówki dla trenerów

Przy tworzeniu mapy wartości ważne jest, by na koniec nie było ich zbyt wiele (gdy uczestnicy nie mogą się zdecydować) lub zbyt mało (np. jedynie wartości wspólne dla wielu ludzi, takie jak rodzina, przyjaciele...). Dzięki temu można rozmawiać o tym, jaka zmiana jest ważna dla uczestników, ale nie dla każdego (równoważony rozwój, równość...)

18 <https://drive.google.com/drive/folders/InWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

19 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/working-out-what-issues-you-care-about-and-what-change-you-like-to-see/>

20 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-1/what-can-you-do-to-change-things/finding-your-vision-for-change/>

N

O

T

E

S

Sesja 3

Społeczność i rozumienie otoczenia





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Określenie zainteresowanych stron

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Stwórz mapę zainteresowanych stron, które mają wpływ na wybrany problem;
- Dowiedz się, jak różne zainteresowane strony mogą wspierać twoją sprawę;
- Przygotuj kilku przykładów pokazujących, jak komunikować się z zainteresowanymi stronami, by osiągnąć własne cele.

Opis

Nie jesteś jedynym zawodnikiem w tej grze, a zmiana świata w pojedynkę nie jest możliwa. Dowiedz się, kto co robi w sprawach, które są dla ciebie ważne i w jaki sposób te osoby wywierają wpływ na rzeczywistość. Dowiedz się, jakie problemy mają członkowie twojej społeczności, poznaj inspirujące przykłady sukcesu ludzi wcielających swoje pomysły w życie w ramach procesów demokratycznych i zrozum, gdzie sytuujesz się w zmieniającym się krajobrazie zagadnienia, które cię pasjonuje.

Metodyka krok po kroku

Krok 1. (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2. (10 min.) Porcja wiedzy

Masz określony problem, w związku z którym chcesz podjąć działanie. Na szczęście nie jesteś jedyną osobą na świecie, dla której jest to ważne. Zamiast zaczynać od zera postaraj się dowiedzieć, kto jeszcze działa w tej samej sprawie w twojej okolicy. Wasze wspólne starania mogą przynieść lepszy efekt i mieć większe znaczenie niż dzianie w pojedynkę. Ponadto możesz skorzystać z wiedzy i doświadczenia innych, dzięki czemu nie będzie trzeba dochodzić do wszystkiego samodzielnie od nowa.

Na dobry początek możesz czerpać inspirację od Tammy Day²¹, która opowiada, jak ważne jest budowanie sieci kontaktów i powiązań w obrębie społeczności, aby móc działać dla dobra ogółu. Wyjaśnia ona, że kluczowy dla postępów społeczności jest kapitał społeczny, który jest siecią relacji i dobrej woli członków społeczności. Przedstawia też kilka sposobów na budowanie relacji i więzi, takich jak swoboda przedstawiania się, budowanie reputacji osoby,

21 <https://www.nebcommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

na której można polegać i która ciężko pracuje, otwartość na innowacje, koncentracja na potrzebach społeczności, wyrażanie wdzięczności, odwdzięczanie się za przysługi i zapraszanie innych do uczestnictwa. W tekście podkreślono, że budowanie relacji i kapitału społecznego wymaga czasu, ale koniec końców prowadzi do ograniczenia tarć wewnętrznych, lepszej współpracy i większego sukcesu w rozwiązywaniu problemów społeczności.

Krok 3 (90 min.) Zainteresowane strony

Zainteresowane strony to ludzie/grupy/organizacje, na które projekt/inicjatywa/polityka/organizacja ma pozytywny lub negatywny wpływ. Chodzi zatem o każdego dotkniętego daną sytuacją, niekoniecznie bezpośrednio. Od teraz do podsumowania będziemy pracować w grupach. Przez całą sesję można pracować w tych samych grupach, o ile później dana grupa będzie działać razem przy projekcie lub jeżeli ma podobne pomysły. Zadania są skonstruowane tak, że rezultat jednego zadania wykorzystuje się w kolejnym.

3.1 (15 min.) Kim oni są?

Najpierw musimy poszerzyć horyzonty. Czy wiemy, kim są potencjalne zainteresowane strony, które mają związek z naszą misją? Gdzie zacząć ich szukać? Możecie wpisać problem związany ze swoją społecznością w wyszukiwarkę, poszukać informacji w mediach społecznościowych, na serwisach z wiadomościami, zadać pytanie w mediach społecznościowych itp. Poświęćcie kilka minut, by w małych grupach najpierw wyjaśnić pozostałym osobom z grupy swoją misję, a następnie pomóżcie sobie wzajemnie znaleźć możliwie wiele zainteresowanych stron. Nie ograniczajcie się. Prawdopodobnie wasz pomysł ma wpływ na więcej osób niż wam się wydaje. Nie zapomnijcie wszystkiego zapisać.

3.2 (25 min.) Określenie zainteresowanych stron

Skoro już znacie pewne zainteresowane strony, należy ocenić, na ile jest prawdopodobne, że pomogą wam one osiągnąć wasze cele i w jakim stopniu mogą pomóc. W tym celu należy wykonać ćwiczenie „Mapping your community”²².

3.3 (10 min.) Wybór

Skoro określiliście swoje zainteresowane strony, podejmijcie decyzję, z kim chcecie się skontaktować, żeby sprawdzić, czy możecie sobie wzajemnie pomóc. Zaczynajcie w prawym górnym rogu narzędzia, z którego korzystaliśmy w poprzednim ćwiczeniu, i zakrescie kilka zainteresowanych stron kółkiem lub podkreślcie markerem. Być może są to głównie potencjalni partnerzy, ale nie zapominajcie o przeanalizowaniu, czy być może pewien potencjał kryje się też w prawym dolnym rogu. Nie zapominajcie o śledzeniu tego, co w trakcie waszej kampanii robią strony z lewego górnego rogu.

22 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/mapping-your-community/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

3.4 (20 min.) Jak mogą pomóc?

Każdy uczestnik zapisuje w ciszy jak najwięcej przykładów pokazujących, w jaki sposób wybrane zainteresowane strony mogłyby pomóc. Następnie należy omówić to w grupach lub z osobą o podobnych pomysłach i zapisać.

3.5 (20 min.) Komunikacja

Na podstawie analizy przeprowadzonej w poprzednim ćwiczeniu wiecie teraz, kto ma wolę i moc, żeby wam pomóc. Macie też pewne pomysły, jak mogliby oni wam pomóc w osiągnięciu waszych celów. To, co ważne dla was, jest prawdopodobnie ważne również dla nich. Napiszcie list, w którym najpierw wyjaśnicie, co jest dla was ważne i gdzie dostrzegacie problem z tym związany w waszej społeczności. Następnie wyjaśnijcie, co podoba się wam w ich pracy i w jaki sposób wiąże się to z waszą misją. Na koniec zapiszcie, gdzie widzicie pole do współpracy i wzmocnienia się nawzajem oraz dlaczego uważacie, że to pomogłoby zmienić świat na lepsze. Efektem tego będzie list, który możecie wysłać do kogoś, o kim wiecie, że może pomóc uczynić świat lepszym miejscem.

Krok 4. (10 min.) Podsumowanie

- Zgodnie z opisem zawartym w części „Informacje ogólne” w sekcji „Podsumowanie”;
- Pamiętaj by zapytać, w jaki sposób uczestnicy zamierzają wykorzystać list i poprosić, by opisali to możliwie konkretnie.

N
O
T
E
S



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Przygotowanie i materiały

Należy przygotować (lub wydrukować z materiałów dodatkowych²³) „mapę mocy”, z której będą korzystać uczestnicy. Dodatkowe przydatne informacje i ćwiczenia wykorzystane powyżej można znaleźć tutaj:

- Build your social capital and build your community²⁴ ; autorka: Tammy Day
- Working together to achieve change: Why make change together?²⁵
- Who is campaigning on your issue?²⁶
- Mapping your community²⁷

Wskazówki dla trenerów

W szkoleniu mogą brać udział grupy osób chcących już od początku wspólnie pracować nad jednym pomysłem lub niezwiązane ze sobą osoby. Najlepiej, aby w każdej małej grupie było co najmniej 3 uczestników. W tym celu można połączyć osoby, które mają podobne pomysły i mogą się wspierać w całym procesie.

23 <https://drive.google.com/drive/folders/1nWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

24 <https://www.nebcommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>

25 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/working-together-to-achieve-change-why-make-change-together/>

26 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/who-is-campaigning-on-your-issue/>

27 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/mapping-your-community/>

N

O

T

E

S

Sesja 4

Zdrowy aktywizm: Troska o siebie i innych



Doceniaj to, co robisz

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Zastanów się nad podstawową potrzebą troski o siebie;
- Zrozum, czym jest dobrostan i dlaczego ważne jest, by dbać o siebie/grupę.

Opis

Jesteście aktywistkami i aktywistami, ale możecie działać skutecznie tylko, gdy zadbacie o siebie i osoby wokół was. Zmęczenie aktywistów to realne zjawisko, które wpływa na nas wszystkich. Brak postępów w walce o słuszną sprawę to trudne doświadczenie, więc postarajmy się zrozumieć, jak możemy mierzyć sukces oraz nagradzać siebie i innych, gdy dokonujemy czegoś przełomowego, a także upewnijmy się, że rozumiemy, w jaki sposób presja roli aktywistki/aktywisty wpływa na nas i na innych.

Metodyka krok po kroku

Krok 1. (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2. (15 min.) Refleksja indywidualna

1. Poproś uczestników o listę warunków, które muszą być spełnione, by czuli się dobrze i byli produktywni podczas codziennych czynności – w szkole/pracy/w czasie wolnym/podczas wolontariatu itp.;
2. Poproś ich o zapisanie tego na kartce/ w narzędziach cyfrowych.

Krok 3. (30 min.) Praca w małych grupach

Poproś uczestników o dyskusję w małych grupach i odpowiedź na pytania:

- Czym jest dobrostan i troska o siebie?
- Czy jest grupowa troska o siebie?
- Jaki ma to związek z aktywizmem?
- Co możemy zrobić, by zatroszczyć się o siebie, będąc aktywistką/aktywistą?

Krok 4. (25 min.) Prezentacja wyników dyskusji w małych grupach

Każda grupa powinna zaprezentować rezultaty dyskusji (maks. 3 min. na grupę). Po prezentacji zapytaj uczestników, na ile ich dyskusja wiąże się z listami warunków, które przedstawili na początku sesji.

Krok 5. (25 min.) Porcja wiedzy teoretycznej o kulturze grupy, sposobach na prowadzenie dobrych spotkań i podejmowaniu decyzji w grupach

Sugestie, w jaki sposób ustrukturyzować wiedzę teoretyczną i poruszyć 3 tematy, co może zaowocować oszczędnością czasu, energii i motywacji.

Wiedza dotycząca kultury grupy

- Jaka jest wasza „kultura grupy”? Każda grupa, w tym rodzina, organizacja i zbiorowość, ma swoją kulturę dominującą;
- Ważne jest, by przyszłe aktywistki i przyszli aktywiści wiedzieli, że nie są sami i mogą lepiej zmieniać świat, jeżeli będą działać razem (więcej na ten temat w sesji 7), co oznacza, że będą musieli działać w grupach/zespołach;
- Grupy/zespoły przechodzą określone etapy – fazę formowania, burzy, stabilizacji, dużej efektywności i zamknięcia – znane jako etapy rozwoju grupy Tuckmana²⁸;
- Gdy tworzy się nową grupę lub nawet pracuje w ugruntowanych grupach, potrzeba czasu, by porozmawiać ze wszystkimi jej członkami i omówić, jaką kulturę grupy chcecie wspólnie tworzyć. Aby lepiej przeprowadzić tę dyskusję, można kierować się prostym procesem złożonym z pięciu kroków:
 - Pomyśl o ćwiczeniu, które pozwala wejść w przestrzeń grupy. Może być to gra lub coś zabawnego, co pomaga w przełamaniu lodów;
 - Poproś każdą osobę, by pomyślała o jakiejś chwili, gdy czuła się mile widziana i czuła się częścią grupy, w której mogłaby się rozwijać;
 - Zbierz wszystkich i poproś, by podzielili się wspomnieniem, które przyszło im do głowy;
 - Poproś uczestników, by w małych grupach zastanowili się nad tym, co usłyszeli. Jakie główne zasady mają być przestrzegane w grupie?
 - Poproś uczestników, by podzielili się tym, jak ich zdaniem przebiegła rozmowa i ustalili, jaka powinna być kultura grupy.
- Gdy ustalicie kulturę grupy, należy zadbać o to, by każdy zobowiązał się do praktykowania ustalonych zasad. Więcej materiałów można znaleźć na stronie poświęconej kulturze grupy²⁹.

²⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Tuckman%27s_stages_of_group_development

²⁹ <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/group-culture/>

Wiedza o prowadzeniu dobrych spotkań

- Zapytaj uczestników, czego potrzebują. Najlepszym sposobem na zapewnienie, aby spotkanie służyło zaspokojeniu potrzeb wszystkich osób w nim uczestniczących jest zapytanie, czego te osoby potrzebują. Można wysłać e-mail lub ankietę przed datą spotkania. Uczestnicy mogą dać znać, czy potrzebują czasu na zastanowienie się, tłumaczenia na język migowy, tłumaczenia na inny język, dostępności dla osób o ograniczonej sprawności ruchowej itp. Świetnym pomysłem jest wyznaczenie facylitatora spotkania i dopilnowanie, aby przebiegało ono zgodnie z harmonogramem czasowym i porządkiem.
- Wskazówki dotyczące dobrej organizacji spotkań online:
 - Ma być krótko (maksymalnie godzina);
 - Należy wyznaczyć osobę odpowiedzialną za sprawy techniczne, np. przydział do „pokojów” i wpuszczanie uczestników na spotkanie;
 - Prezentacje powinny być krótkie, a materiały do czytania rozesłane wcześniej, jeżeli do przekazania jest dużo informacji;
 - Warto korzystać z oddzielnych pokojów do pracy w mniejszych grupach, tak by każdy miał okazję by zabrać głos;
 - Warto eksperymentować z interaktywnym powerpointem lub tablicami interaktywnymi (np. jamboard), aby można było przeprowadzić wirtualną burzę mózgów.
- Więcej materiałów można znaleźć na stronie poświęconej dobrej organizacji spotkań online³⁰.

Wiedza na potrzeby procesu decyzyjnego w grupie

- Podejmowanie decyzji nie jest łatwe, nawet jeżeli grupie przyświeca ten sam cel. Należy wdrażać otwarty proces decyzyjny, który pozwala na osiągnięcie równowagi między podejmowaniem decyzji w drodze konsensusu a podejmowaniem mniejszych decyzji przez poszczególne osoby odpowiedzialne za dane aspekty kampanii;
- Podejmowanie decyzji w drodze konsensusu ma miejsce, gdy decyzja zapada, gdy zaakceptują ją wszyscy członkowie grupy. Pomaga to grupie dzielić się władzą, pozwala budować silną wspólnotę i podejmować lepsze decyzje dzięki uwzględnieniu opinii każdej osoby;
- Podejmowanie decyzji większością głosów ma miejsce, gdy na daną rzecz zgadza się większość osób. Może być to pomocne, gdy pewne zagadnienia wywołują silną polaryzację i są kontrowersyjne. Ustalenie wspólnego stanowiska jest ważne, ale jeżeli kilka osób o zdecydowanych poglądach blokuje grupę przed posuwaniem się naprzód, wówczas zdecydowanie większością głosów może być dobrym rozwiązaniem;
- Ważne jest, aby facylitator aktywnie słuchał tego, co mówi każda osoba i zadbał, by podjęta decyzja odzwierciedlała ich punkty widzenia. Pamiętajcie: czasem będzie łatwo dojść do porozumienia. Czasem konieczne będzie zrobienie kilku kroków wstecz, ponowna analiza zagadnienia i przedstawienie nowych propozycji, a dopiero wówczas będzie można podjąć decyzję;
- Tym, co pomaga we wspólnym podejmowaniu decyzji, jest zaufanie. Dobra wiadomość jest taka, że jeżeli zbudowaliście już silne relacje, stworzyliście pozytywną kulturę grupy i skłoniliście innych do inwestowania w zdecydowaną, wspólną wizję, macie już pewną pulę zaufania, którą będzie można wykorzystać, gdy nadejdzie czas decyzji;

30 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/running-good-meetings/>

- Więcej materiałów można znaleźć na stronie poświęconej podejmowaniu decyzji w grupie³¹.

Na koniec serwowania tej porcji wiedzy pamiętaj o powiązaniu przedstawionych informacji z kwestią dobrego samopoczucia poszczególnych osób i grup, ponieważ negatywna kultura grupy może powodować frustrację, lęk i brak cierpliwości.

Krok 6. (15 min.) Podsumowanie

Aktywiści i liderzy zmian społecznych zazwyczaj pracują zbyt dużo. W pewnym badaniu ustalono, że 10–50% działaczy związków zawodowych i aktywistów na rzecz pokoju doświadczyło wypalenia zawodowego, a do 87% aktywistów na rzecz pokoju zrezygnowało ze swojej działalności w ciągu sześciu lat od jej rozpoczęcia. W celu uniknięcia wypalenia i zapewnienia, by grupa nie czuła się przeciążona zadaniami, które sobie narzuciła, ważne jest praktykowanie troski o siebie i troski zbiorowej.

Wykorzystajcie te pomysły, by opracować własny plan zadbania o siebie:

- Ograniczaj godziny swoich działań, a poza tymi godzinami blokuj wszystkie kanały komunikacji;
- Poświęć całą godzinę na przerwę lunchową i unikaj pośpiesznego edzenia przy pracy;
- Realistycznie oceniaj, iloma zadaniami możesz się zająć;
- Wyznacz sobie czas na inne aktywności, które sprawiają ci przyjemność i które mogą dać ci okazję do uwolnienia emocji i pomyślenia o innych sprawach (sport, spędzanie czasu z przyjaciółmi).

Wykorzystajcie te pomysły, by opracować plan zbiorowej troski o grupę:

- Uważaj na drażliwe kwestie lub tematy, które mogą wymagać wcześniejszego ostrzeżenia, że w rozmowie mogą pojawić się niepokojące treści;
- Pamiętaj o poważnych problemach w życiu prywatnym innych osób, które mogą wymagać ich uwagi lub wpływać na ich życie lub pracę;
- Szanuj to, gdy inne osoby informują, że nie mogą być online;
- Naucz się odmawiać i daj innym możliwość sygnalizowania, że oczekiwania i terminy są nierealne;
- Jasno komunikuj się w sprawie nierozwiązanych problemów z poszczególnymi członkami zespołu;
- Ograniczaj kanały komunikacji związane z pracą; nie korzystaj z Messengera ani WhatsAppa do bieżących konwersacji na temat pracy;
- Poświęć 10 min. na początku każdej rozmowy (calla), by dowiedzieć się, co słyhać w życiu prywatnym osoby z zespołu, z którą rozmawiasz.

31 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/decision-making-in-groups/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Przygotowanie i materiały

Poniżej zamieszczono informacje o dodatkowych materiałach, które mogą się przydać. Można polecić je grupie lub zadać jako zadanie domowe.

- Self care and collective care³²;
- Integrate what you have learned into your activism³³.

Wskazówki dla trenerów

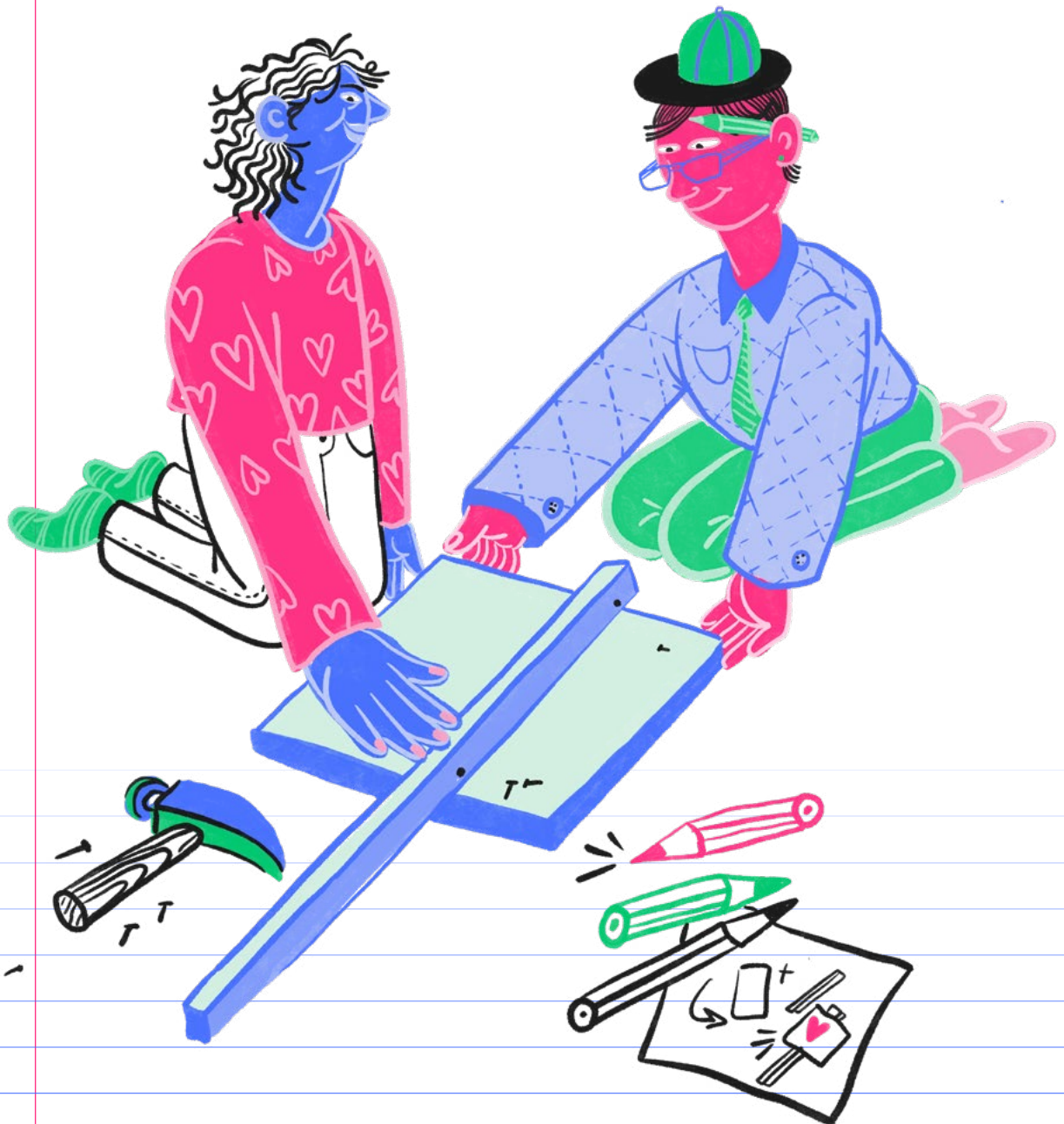
Na tym etapie znasz już lepiej grupę i jesteś w stanie przewidzieć, ile czasu potrzeba na dyskusję/ pracę w grupie. Możesz odpowiednio dostosować przedziały czasowe.

32 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-2/self-care-and-collective-care/>

33 <https://www.youthforum.org/activism-inside-out/integrating-what-you-learned-into-your-activism>

Sesja 5

Naucz się opracowywać własną kampanię





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Jak zacząć

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Nakreśl podstawową wiedzę na temat prowadzenia kampanii;
- Ucz się przez działanie: analizuj istniejące kampanie;
- Stwórz pomysły na przyszłe kampanie;
- Zapoznaj się z różnymi taktykami kampanii.

Opis

Budowanie strategii służącej osiągnięciu pożądaney zmiany nie zawsze jest łatwe. Aby zrozumieć, jak możemy osiągnąć nasz cel, zawsze dobrze wiedzieć, co już istnieje, co działa, a co nie i z kim możemy porozmawiać, ponieważ dzięki temu możemy zgłaszać problemy, które są dla nas ważne, osobom, które mogą zmienić sytuację.

N
O
T
E
S

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (30 min.) Analiza istniejących kampanii

Uczestnicy pracują w małych grupach. Każdej grupie przypisuje się jedną kampanię. Każda grupa powinna zastanowić się nad tym:

- Jak zaczyna się kampania;
- Rozwiązaniu jakiego problemu służy kampania;
- Co jest głównym problemem;
- Kim są zainteresowane strony;
- Jaki jest konkretnie cel kampanii;
- Jakie taktyki zastosowano;
- Jaki jest główny przekaz i jak jest zakomunikowany;
- Jakie role są konieczne do realizacji kampanii.

Zachęć uczestników do przeprowadzenia poszukiwań i sprawdzenia, czego mogą dowiedzieć się o kampanii z samej oficjalnej strony internetowej.

Niektóre przykłady kampanii:

- Ban unpaid internships³⁴
- Fridays for future³⁵
- Free periods³⁶
- Black lives matter³⁷

Krok 3 (25 min.) Prezentacja analizy kampanii każdej grupy

- Max. 4–5 min na grupę
- Należy zostawić czas na pytania i komentarze.

Krok 4 (20 min.) Ideacja przyszłych kampanii

Zapytaj uczestników, co zapisali jako problem w kroku 3.4 drugiej sesji i poproś, by przeanalizowali to jeszcze raz, tym razem precyzując to możliwie jak najdokładniej. Doprecyzowanie problemów i zmiany.

34 <https://www.youthforum.org/collective-complaint-on-unpaid-internships>

35 <https://fridaysforfuture.org/>

36 <https://www.freeperiods.org/>

37 <https://blacklivesmatter.com/>

Krok 5 (20 min.) Taktyka kampanii

14. Przedstaw uczestnikom listę taktyk kampanii³⁸ (np. zdecentralizowana akcja masowa, strajki, kampanie polityczne itp.) na wydrukach/rzutniku/ekranie i poproś o zapoznanie się z nią. Gdy to zrobią, zapytaj, czy o którejs z nich nie słyszeli i omów ją.
15. Wykorzystaj różne problemy z poprzedniego kroku i zapytaj uczestników, które taktyki zastosować w odpowiedzi na dany problem i dlaczego. Ćwiczenie to można wykonać w małych grupach, aby zapewnić lepszą interakcję, zwłaszcza, gdy grupa jest większa.

Krok 6 (15 min.) Podsumowanie

16. Zapytaj uczestników, która z taktyk wydaje im się najbardziej realna w ich przypadku;
17. Poproś uczestników, by pomyśleli o 3 rzeczach: jednej, która im się podobała; jednej, która im się nie podobała; i jednej, którą by poprawili;
18. Poproś o zapisanie tego na karteczce samoprzylepnej/tablicy i przeanalizuj informację zwrotną. W miarę możliwości dokonaj zmian podczas kolejnej sesji, by lepiej dostosować się do ich potrzeb w zakresie uczenia się.

Przygotowanie i materiały

Na tę sesję potrzebne będą karteczki samoprzylepne i tablica (prawdziwa lub wirtualna). Należy zapisać lub wydrukować wcześniej pytania i wydrukować listę taktyk.

Istnieje wiele wspaniałych narzędzi wyjaśniających, jakie osoby pracują przy rzecznictwie i kampanii. Jeżeli chcesz poczytać na ten temat więcej, zalecamy zapoznanie się z następującymi materiałami:

- Setting a campaign objective³⁹
- UNICEF Advocacy toolkit⁴⁰
- YFJ – Advocacy Handbook⁴¹

Wskazówki dla trenerów

Można wybrać inne przykłady kampanii, które będą lepiej odpowiadały realiom lokalnym.

38 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-4/campaign-tactics-pros-and-cons-of-each-where-they-fit-in-a-strategy/>
 39 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/setting-a-campaign-objective/>
 40 <https://www.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf>
 41 <https://www.youthforum.org/files/220201-Advocacy-Toolkit.pdf>

Sesja 6

Działanie w praktyce część 1: Tworzenie kampanii



Jak to się robi

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Bądź świadomy ryzyka w kampanii;
- Przygotuj się na pewne rodzaje ryzyka w kampanii;
- Przejdź od wstępnego pomysłu do całej kampanii (przejdźcie od „dlaczego” do „jak”)

Opis

Jak ma wyglądać kampania? Wiecie już na czym wam zależy, ale jeżeli chcecie coś z tym zrobić, potrzebne będzie stworzenie kampanii. Niezależnie czy rozpoczynacie samodzielnie, czy dołączacie do innych, musicie nauczyć się, jak wywierać pożądany wpływ, podejmując działania i – również – ponosząc porażki. To absolutnie normalne. Dowiedzcie się, jakich narzędzi można użyć, włączając w to różne metody zaangażowania obywatelskiego. Jak planować te aktywności? Co wziąć pod uwagę? Jakie metody pasują najlepiej do sytuacji? Będziemy tu rozważać takie praktyczne aspekty.

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (10 min.) Porcja wiedzy: pułapki i zarządzanie ryzykiem.

Poproś uczestników, by samodzielnie, w ciszy wypisali na kartce kilka zagrożeń i pułapek, które mogą napotkać przy przygotowywaniu i realizacji kampanii. Następnie poproś o zaprezentowanie tego, co zapisali, a jednocześnie pamiętaj o zapisaniu i pogrupowaniu tego, o czym mówią. Na koniec przeprowadź głosowanie, by ustalić, co jest najbardziej prawdopodobne, a co budzi największy strach. W przypadku małej liczby uczestników można poprosić o zagłosowanie poprzez zaznaczenie wybranej opcji markerem. W przypadku licznej grupy lub sesji online, można zagłosować poprzez podniesienie rąk. Na koniec przeprowadź dyskusję na temat tych zagrożeń, które uczestnicy uważają za budzące największy strach lub najbardziej prawdopodobne.

Krok 3 (45 min.) Moja kampania.

Posłuż się arkuszem „Moja kampania” zawartym w materiałach dodatkowych⁴². Najlepiej byłoby, gdyby każdy wypełnił go samodzielnie, ale można też robić to w małych grupach, w których są osoby, które mają podobny cel, aby mogły wspierać się wzajemnie w całym procesie. Należy przypomnieć, co uczestnicy już zrobili i co jeszcze przed nimi. Powinni oni zacząć myśleć o całej kampanii na rzecz ich sprawy i postarać się wypełnić jak największą część arkusza. Później będzie czas na to, by dokonać zmian.

Krok 4 (30 min.) Wymiana uwag

Należy poprosić niektórych uczestników (jeżeli czas pozwoli), by podzielili się tym, co zapisali w arkuszu. Poproś uczestników, by podzielili się swoimi zapiskami i zachęć wszystkich do dyskusji i przedstawienia pomysłów. Jeżeli praca odbywała się w grupach, prezentować można również grupowo. Celem jest to, by uczestnicy przedstawili tyle pomysłów, na ile starczy czasu i porozmawiali o nich, co da im okazję, by usłyszeć więcej pomysłów lub uzyskać informację zwrotną, która pomoże im udoskonalić własne pomysły.

Krok 5 (15 min.) Podsumowanie

- Zgodnie z opisem zawartym w części „Informacje ogólne” w sekcji „Podsumowanie”.

Przygotowanie i materiały

Nie potrzeba nic specjalnego poza arkuszem „Moja kampania” i standardowymi materiałami, które wymieniono w części ogólnej. Źródłem dodatkowej wiedzy mogą być materiały zamieszczone pod linkami poniżej. Ostatnie dwa są dość szczegółowe, ale bardzo przydatne, jeżeli nie jest się zaznajomionym z tematem z pierwszego ćwiczenia.

- Strategy stepping stones⁴³
- Campaign tactics⁴⁴
- Campaign strategy⁴⁵
- Types of risks⁴⁶ (odnosi się tylko do rzecznictwa, nie generalizować)
- Risks in advocacy – użyteczne⁴⁷ (odnosi się tylko do rzecznictwa, nie generalizować)

Wskazówki dla trenerów

Warto wspomnieć, że wszystko wymaga czasu i przed podjęciem działania powinniśmy się najpierw zastanowić. W obliczu wszystkich kryzysów, z którymi mamy do czynienia, często

42 <https://drive.google.com/drive/folders/1nWoGvJOdYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

43 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/strategy-stepping-stones/>

44 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-4/campaign-tactics-pros-and-cons-of-each-where-they-fit-in-a-strategy/>

45 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/campaign-strategy/>

46 <https://www.careemergencytoolkit.org/topics-issues/2-advocacy/8-criteria-for-deciding-to-engage-in-advocacy/8-2-assessing-risks-of-advocacy/>

47 <https://www.share4rare.org/library/share4rare-toolkit-patient-advocacy/risks-advocacy>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

jesteśmy skłonni działać pochopnie i bez przemyślenia naszych kroków. Ważne jest, aby od samego początku ograniczać presję i działać, kierując się zdrowym rozsądkiem, a nie emocjami.

Zadanie domowe

Wpisz sytuacje budzące największy strach i te najbardziej prawdopodobne z kroku 2 do formularza Google⁴⁸ i poproś uczestników, by zastanowili się nad rozwiązaniami i zapisali je. W ten sposób uczestnicy mają odpowiedzi wszystkich pozostałych uczestników, co stanowi doskonałą bazę wiedzy tworzoną przez wszystkich.

48 <https://www.google.com/forms/about/>

Sesja 7

Działanie w praktyce część 2: Budowanie sieci kontaktów





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Z kim działamy

Czas trwania: 120 minut

Cele sesji

- Stwórz listę potencjalnych zwolenników i współpracowników;
- Stwórz projekt tekstu rekrutacyjnego/ służącego pozyskaniu zwolenników;
- Przygotuj organigram kampanii.

Opis

Wiecie już, o co chodzi, ale ważne jest, by stworzyć wyjątkowy sposób angażowania innych w kwestię, której ma dotyczyć kampania. Musicie stworzyć własną sieć ekspertów, współpracowników i organizacji. Podczas tej sesji dowiemy się, jak znaleźć tych, którzy do nas dołączą, jak pozyskać wsparcie i jak organizować pracę swoją i innych.

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (50 min.) Znajdź tych, którzy do ciebie dołączą

2.1 (10 min.) Kogo potrzebujesz/chcesz?

Połącz uczestników w grupy w oparciu o podobieństwo problemu, który wybrali na temat swojej kampanii. Poproś, by przeprowadzili burzę mózgów na temat tego, jakie osoby potencjalnie mogłyby ich poprzeć lub do nich dołączyć i jaki wkład mogłyby wnieść w ich kampanię.

2.2 (40 min.) Jak do nich mówić/ jak ich przekonać? (te same grupy jak poprzednio, aż do podsumowania)

Wróćmy do ćwiczenia wykonywanego w kroku 2 sesji 3. Skoro już wiemy to i owo, nadeszła pora, by pójść o krok dalej i nieco to dopracować.

Zadajcie sobie pytanie, co skłania potencjalnych zwolenników lub współpracowników, aby wesprzeć waszą sprawę (pamiętajcie o „mapie wartości” i zaczynaniu od „dlaczego”) i zbudujcie z tego krótki tekst, który przyciągnie uwagę i zachęci innych, by przyłączyli się was.

N

O

T

E

S

Jeżeli pozwala na to czas, należy wykonać to ćwiczenie z myślą o każdej grupie docelowej. Pamiętajcie o dodaniu wezwania do działania i wskazaniu łatwych sposobów kontaktu (formularz google⁴⁹, numer telefonu, godziny pracy, możliwość pozostawienia e-maila, aby można było się skontaktować z zainteresowanymi osobami).

Wezwanie do działania służy wywołaniu natychmiastowej reakcji lub ma zachęcać do natychmiastowej decyzji. Wezwania do działania na ogół wiążą się ze stosowaniem słów lub zwrotów, które mogą być zawarte w scenariuszach sprzedażowych, komunikatach reklamowych lub na stronach internetowych, a które skłaniają odbiorców do określonego działania. Należy stosować wezwanie do działania, które jest możliwie jak najbardziej bezpośrednie. Nie piszcie „porozmawiaj z nami” na ulotce, która zmusza do szukania danych kontaktowych w innym miejscu. Zamiast tego napiszcie „Zadzwoń na ten numer między 9:00 a 18:00 i zapytaj, kiedy możemy się spotkać, by lepiej się poznać i ustalić, czy możemy coś zrobić wspólnie”.

W środku sesji poświęć kilka minut, by zachęcić uczestników do rozmowy i omówienia rozwiązań, o ile już nie pomagają sobie wzajemnie w ten sposób.

Krok 3 (30 min.) Zorganizuj się i twórz relacje

Indywidualnie lub w grupach, w których będziecie pracować po szkoleniu, przygotujcie organigram osób potrzebnych do tego, by wasz pomysł można było pomyślnie zrealizować. Uwzględniajcie priorytety (np. kto musi się zaangażować w pierwszej kolejności?). Zapiszcie, w jaki sposób każdy z nich może przyczynić się do kampanii. Można to zrobić w podziale na dwie lub trzy części, które odzwierciedlają postęp zespołu. Możliwe, że na początkowym etapie będziecie potrzebować tylko dwójki przyjaciół, ale na potrzeby konkretnego celu, który nadejdzie później, konieczne może być pięciu dodatkowych. Podejmijcie decyzję, jakich ludzi potrzebujecie (co powinni (umieć) zrobić) i jak wielu ich potrzeba.

W środkowej części sesji poświęć kilka minut, by zachęcić uczestników do rozmowy i omówienia rozwiązań, o ile już nie pomagają sobie wzajemnie w ten sposób.

Krok 4 (15 min.) Podsumowanie

- Zgodnie z opisem zawartym w części „Informacje ogólne” w sekcji „Podsumowanie”.

Przygotowanie i materiały

Nie potrzeba żadnych szczególnych materiałów poza standardowymi, ale sugerujemy, by przygotować być może większy przykład lub po swojemu przedstawić części tekstu, które są ważne (pogrubienia w sesji 3 krok 3.5 + wezwania do działania) i organigram.

Wskazówki dla trenerów

Ta sesja opiera się w pewnym stopniu na sesji 3 i jest zaplanowana jako sesja do realizacji indywidualnej lub w małych grupach, jeżeli składają się one z osób pracujących nad wspólnym

49 <https://www.google.com/forms/about/>



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

pomysłem/projektem. Na początku można, w razie potrzeby, odnieść się do tekstu autorstwa Tammy Day⁵⁰.

Pomysł: Jeżeli jest na to czas lub w ramach zadania domowego, można poprosić uczestników o zaprojektowanie ulotki lub posta do mediów społecznościowych, który będzie zawierać stworzony komunikat (można wykorzystać w tym celu canwę, powerpointa lub inne narzędzie). To również coś namacalnego, co zmotywuje uczestników do dalszego działania.

Pomysł: jeżeli jest na to czas lub w ramach zadania domowego, można poprosić uczestników o dalsze rozwijanie organigramu. Stwórzcie listę zadań, które powinny być wykonane i dla każdego zadania zapiszcie: kto odpowiada za dane zadanie (nie oznacza to, że ta osoba ma je wykonać, ale oznacza, że ma zapewnić wykonanie zadania), co należy osiągnąć, do kiedy należy to zrobić. Jeżeli są to złożone zadania, należy zachęcić uczestników, by rozbili je na mniejsze, tak aby łatwiej można było uzyskać pełny obraz i realizować poszczególne kroki.

50 <https://www.nebcommfound.org/news/build-your-social-capital-and-build-your-community/>

Sesja 8

Działanie w praktyce część 3: Nagłaśnianie przekazu i znalezienie sojuszników





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Aktywizm a dyplomacja

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Poznaj różnice między aktywizmem a dyplomacją i rzecznictwem;
- Poznaj zalety i wady aktywizmu odróżnianego od dyplomacji i rzecznictwa;
- Miej świadomość pułapek polaryzacji

Opis:

Macie swoją kampanię. Stworzyliście projekty przekazu. Wiecie, w jaki sposób chcecie wywrzeć wpływ na otoczenie, ale pytanie brzmi: jak możecie wykorzystać komunikację, by budować wsparcie wśród różnych grup odbiorców? W jaki sposób osadzacie swoje komunikaty w kontekście, jak odnajdujecie swój głos? Wyróżnienie się na tle innych kampanii i tworzenie komunikatu, który sprawi, że wasz głos zostanie usłyszany we wszechobecnym napływie dźwięków, nie jest łatwe: musimy zrozumieć, jak się przebić i zakomunikować nasz przekaz. Musimy zrozumieć, jak wyartykułować to, co mamy do powiedzenia i jak zachować zwięzłość. Musimy dać się usłyszeć, a jednocześnie jednoczyć ludzi, a nie ich dzielić.

N
O
T
E
S

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (35 min.) Aktywizm a dyplomacja i rzecznictwo

2.1 (10 min.) Wprowadzenie

W ciekawy sposób o tej różnicy pisała Olivia Flavell⁵¹ z amerykańskiego instytutu dyplomacji i praw człowieka:

„Aktywistę definiuje się jako „osobę, która mocno wierzy w zmianę polityczną lub społeczną i bierze udział w działaniach takich jak protesty publiczne, by spróbować ją urzeczywistnić”. Dla młodych osób bycie aktywistą jest często bardziej kuszące niż wkroczenie w świat rzecznictwa. Dlaczego? Rzecznictwo przedstawia się jako dużo bardziej wyrafinowaną praktykę niż aktywizm i w pewnym sensie jest to prawda. Bycie rzecznikiem to „publiczne popieranie lub sugerowanie pomysłu, rozwoju wypadków lub sposobu podejmowania działania. Rzecznik to zatem osoba, która słucha i która posiada specjalistyczną wiedzę, a aktywiści to, ci, którzy robią dużo szumu. Protesty, marsze, wydarzenia powodujące zmianę i zmuszające ludzi do słuchania, niezależnie, czy ci ludzie tego chcą czy nie.

Rzecznicy to osoby działające, jak wspomniano, „w ramach systemu”; to osoby, które pracują z politykami i starają się podejść do problemu w sposób, który skłania ludzi do zaangażowania w mniej ostentacyjny sposób. Jak elokwentnie przedstawia to Eva Lewis:

„Bycie aktywistą to mówienie. Bycie rzecznikiem to słuchanie”.

W rzecznictwie chodzi o to, by przekonywać innych do słuszności tego, co dla nas ważne, słuchając ich myśli, uświadamiając im nasze i w polubowny sposób rozwiązując nieporozumienia”.

2.2 (15 min.) Różnice + zalety i wady aktywizmu i dyplomacji (rzecznictwa)

Przygotuj dwa flipczarty (lub białą tablicę, lub tablicę internetową) w orientacji poziomej. Jedna tablica przeznaczona jest dla aktywizmu, a druga dla dyplomacji i rzecznictwa. Każdy flipczart należy podzielić na dwie kolumny: zalety i wady. Jeżeli uczestnicy są w grupach, można poprosić, by omówili zalety i wady takich podejść między sobą. Jeżeli nie, poproś, by utworzyli pary lub trójki (lub przydziel ich losowo do oddzielnych pokoiów online), w których to omówią. Następnie poproś, by podzielili się swoimi przemyśleniami na forum całej grupy i zapisali je.

51 <https://usidhr.org/activism-vs-advocacy/>

2.3 (10 min.) Wkład: Polaryzacja

To od ciebie zależy, jak przekażesz wiedzę w ramach tej sesji, ale istnieją dwie możliwości, które mogą okazać się przydatne.

- Można podzielić uczestników na małe grupy, a każdej z nich dać fragment poniższej informacji, być może jedno stwierdzenie. Następnie uczestnicy powinni poświęcić minutę lub dwie na omówienie ich i własnymi słowami opisać polaryzację. Ponieważ jest to trudniejsze do realizacji w trybie online, można skorzystać też z drugiej opcji.
- Przedstaw to tak, jakby był to wykład, ale przygotuj kluczowe fragmenty na kartce papieru, aby można było je pokazywać w miarę mówienia.
 - Czym jest polaryzacja? Głęboki podział społeczny między dwiema lub większą liczbą (ideologicznie) różnych grup, potencjalnie prowadzący do nienawiści. Innymi słowy, brak zdrowej lub zniuansowanej debaty.
 - Przykładowo można by się zastanawiać, dlaczego jest to problem w kontekście klimatu? Młodzieżowy ruch klimatyczny zapoczątkowany przez Gretę Thunberg i Extinction Rebellion (ang. rebelia przeciwko wymieraniu) z pewnością przyczyniły się do tego, że działania na rzecz klimatu znalazły się wysoko na liście zagadnień politycznych. Doprowadziły jednak również do zwiększonej polaryzacji w społeczeństwie ze względu na większą ekspozycję w mediach. Dlaczego zatem jest to złe dla klimatu? Kryzys klimatyczny to złożona sprawa. Wynika nie tylko ze złożonego charakteru systemu klimatycznego, ale również złożonych czynników, które go tworzą. Z tego względu potrzeba zniuansowanego dialogu, w którym wezmą udział osoby z różnym doświadczeniem, reprezentujące różne perspektywy i pomysły. Niestety przestrzeń na to jest bardzo ograniczona i ciągle się kurczy, a same inicjatywy na rzecz klimatu są bardzo homogeniczne. Angażują się w nie głównie dobrze wykształceni młodzi ludzie z miast Zachodu, a duże części społeczeństwa, takie jak młodzież wiejska Europy Środkowo-Wschodniej, pozostają wyłączone z tego procesu. Z tego względu, by zaradzić problemom takim jak kryzys klimatyczny, potrzeba bardziej zniuansowanego dialogu.

Krok 3 (20 min.) Rozmowa o polaryzacji

Podziel uczestników na małe grupy. Każda osoba ma 2–3 minuty, by powiedzieć, jak rozumie polaryzację i bańki ideologiczne. Zapytaj, czy uważają, że społeczeństwo stało się bardziej spolaryzowane, a jeżeli tak, poproś, by pomyśleli o sytuacjach świadczących o polaryzacji w gronie ich przyjaciół lub organizacji. Zapytaj o ich reakcję na sytuacje, w których debata jest bardzo spolaryzowana. Jaki jest efekt polaryzacji na szczeblu osobistym, międzyludzkim i społecznym? Jako inspirację możesz przedstawić diagram poniżej, jeżeli uznasz to za pomocne.

Ta część nie ma charakteru rozmowy, uczestnicy powinni dać danej osobie się wypowiedzieć i słuchać. Nie ma tu złego lub dobrego kierunku, uczestnicy mogą po prostu dać się ponieść swoim myślom.

Gdy każdy uczestnik podzieli się swoimi przemyśleniami, można przeprowadzić dyskusję grupową (choć nie trzeba).

OSOBISTE**CO?**

Ograniczone możliwości niesablonowego myślenia, wyjścia poza nasze standardowe wzorce oraz myśli i zachowanie. W konsekwencji: brak rozwoju osobistego

INTERPERSONALNE**CO?**

Niezdolność do budowania relacji, podział społeczny i nienawiść.

DLACZEGO?

Brak dialogu i ekspozycji na różne ideologie, ciągłe postrzeganie świata przez pryzmat podziału my/oni, stereotypizacja i dyskryminacja osób spoza własnej grupy.

Polaryzacja i Kryzys Klimatyczny**SPOŁECZNE****CO?**

Brak możliwości zbiorowego nadawania znaczenia, uzyskania pełniejszego obrazu rzeczywistości i znajdowania rozwiązań problemów społecznych, takich jak kryzys klimatyczny.

DLACZEGO?

Bańki ideologiczne i brak dialogu nasilają się pod wpływem rozwoju technologii, np. mediów społecznościowych.

Krok 4 (20 min.) Refleksja

Gdy uczestnicy są znowu całą grupą (online) lub skończą, niektóre osoby mogą podzielić się swoimi przemyśleniami. Nie ma zasady co do sposobu prezentacji, nie ma dobrych ani złych wypowiedzi. Dowiemy się, co naszym zdaniem oznacza polaryzacja i czym są bańki ideologiczne, jak wpływają na nas i na nasze zachowanie i na nasze przekonania. Można to zrobić w kręgu, ale równie dobrze sprawdzi się wymiana w utworzonych wcześniej grupach.

Krok 5 (20 min.) Komunikowanie się z osobami, z którymi się nie zgadzamy: Tak i...

Uczestnicy podzieleni na grupy po 5–7 osób zostaną poproszeni o udział w ćwiczeniu zakładającym współtworzenie i współpracę, a nie atakowanie cudzych pomysłów bez ich rozważenia. Dwie rundy będą służyły zaprezentowaniu różnicy między przeciwdziałaniem, a współdziałaniem. Uczestnicy zabierają głos w kolejności alfabetycznej według imienia.

Jedna osoba zaczyna słowami: „Aby poradzić sobie z kryzysem klimatycznym, powinniśmy moim zdaniem...”. Kolejna osoba odpowiada „Nie, nie chcę tego zrobić. Myślę, że powinniśmy...”. Gdy wszyscy się wypowiedzą, runda dobiega końca.

Jedna osoba zaczyna słowami: „Aby poradzić sobie z kryzysem klimatycznym, powinniśmy moim zdaniem...”. Kolejna osoba odpowiada „Tak i myślę, że powinniśmy też...”. Zatem uczestnicy rozwijają pomysł poprzedniej osoby. Nie trzeba powtarzać wszystkich wcześniejszych pomysłów, ale opierać się na nich.

Gdy wszyscy skończą, należy zebrać wszystkich uczestników i zastanowić się nad tym doświadczeniem. Zapytaj, jak się czuli? Czy zauważyli coś interesującego? Jaki jest ich werdykt?

Krok 6 (15 min.) Podsumowanie

- Zgodnie z opisem zawartym w części „Informacje ogólne” w sekcji „Podsumowanie”.

N

O

T

E

S



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Przygotowanie i materiały

W trakcie tej sesji nie potrzebujemy żadnych specjalnych materiałów. Flipczarty, karteczki samoprzylepne, papier, markery lub ich odpowiedniki dostępne online. W ramach wprowadzenia można przeczytać więcej o różnicy między aktywizmem a rzecznictwem według Olivii Flavell⁵² z amerykańskiego instytutu dyplomacji i praw człowieka i na temat spektrum wsparcia⁵³, o ile pasuje to do programu.

Wskazówki dla trenerów

- Sesja jest dość intensywna. Można swobodnie zmieniać jej organizację lub przedziały czasowe. Chociaż wypowiedzanie się jest ważne, ważniejsze może być przydzielenie dostatecznie dużej ilości czasu na myślenie o taktykach i słowach w interakcjach z osobami, które nie mają takich samych poglądów;
- Można podejść do tego tematu na różne sposoby. Wybierz ten, który ci odpowiada. Można wybrać odgrywanie ról w parach z „advokatem diabła”: jedna osoba stara się znaleźć sposób, by przekonać drugą, a druga stara się wyszukiwać przeszkody, wymówki lub choćby kłamstwa, aby zdyskredytować pierwszą. Można poprosić uczestników, by przeprowadzili burzę mózgów na temat potencjalnych przeszkód i rozwiązań lub nawet zrobili research na temat decydentów. Nie będzie czasu na wszystko, więc należy postanowić, co wybrać, a co może być zadaniem domowym. Jeżeli celem jest zmotywowanie uczestników do faktycznego rozpoczęcia realizacji kampanii, jest to wspaniały sposób, by to zrobić. Im bardziej uczestnicy zagłębią się w kampanię w ćwiczeniach i więcej przeszkód przejdą, tym łatwiej będzie im wizualizować, jak wykonywać kolejne kroki i tym większą będą czuć pewność, że da się to zrobić, gdy będą musieli to zrobić w przyszłości.

52 <https://usidhr.org/activism-vs-advocacy/>

53 <https://the25percent.eu/hub/handbook/chapter-3/spectrum-of-support/>

Sesja 9

Działanie w praktyce część 4: Zarządzanie kampanią





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Systemy wsparcia

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Pozyskaj wiedzę o praktycznych aspektach zarządzania kampanią;
- Pozyskaj wiedzę o monitorowaniu i ewaluacji oraz sposobie prawidłowego włączania tych elementów w kampanię.

Opis

Kampania musi trwać; gdy już się zacznie, trzeba ją prowadzić. Dowiedzcie się, jak zarządzać kampanią – od finansowania po organizację, zarządzanie i logistykę. Istnieje wiele elementów kulisów kampanii, które sprawiają, że może ona istnieć. Musimy zrozumieć wszystkie działania, na których opiera się kampania.

N

O

T

E

S

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (35 min.) Kulisy aktywizmu

- Przedstaw uczestnikom różne obszary pracy, o których muszą pamiętać, myśląc o kampanii:
 - Planowanie zadań/pracy;
 - Rekrutacja i zarządzanie zespołem (opis różnych ról koniecznych do realizacji kampanii/ osób o specjalnych umiejętnościach);
 - Komunikacja (wewnętrzna i zewnętrzna);
 - Logistyka;
 - Budżet/ zbieranie funduszy;
 - Prośba o wsparcie/nawiązanie kontaktów (przyjaciele i rodzina)
- Poproś uczestników, by w małych grupach wybrali dwa tematy z listy i wspólnie omówili, co oznacza dany temat, jaki ma związek z aktywizmem, jakie mogą być konkretne zadania/ osiągnięcia/etapy (kamienie milowe) w obrębie każdego z tych tematów, które należałoby wziąć pod uwagę. Zachęcaj uczestników, by pomyśleli o kampaniach, które opracowywali podczas sesji 6, 7 i 8;
- Poproś, by zapisali odpowiedzi na filpczarcie, tak aby były widoczne dla innych/ na wirtualnej tablicy.

Krok 3 (40 min.) Prezentacja efektu pracy grupowej + sesja pytań i odpowiedzi

Każda grupa powinna zaprezentować wynik swojej pracy, pozostali powinni uważnie słuchać, a na koniec dodać, czego ich zdaniem zabrakło. Zachęcaj do zadawania pytań, jeżeli coś jest niejasne, gdy inne grupy prezentują swój owoc pracy. W razie konieczności doprecyzuj każdy temat, tak aby nikt nie czuł się zagubiony. Należy przewidzieć czas na pytania i odpowiedzi; ta część może być bardzo ważna dla wielu uczestników, jeżeli nie mają wcześniejszego doświadczenia.

Krok 4 (20 min.) Porcja wiedzy teoretycznej na temat monitorowania i ewaluacji.

Monitorowanie i ewaluacja to procesy, które służą mierzeniu pewnych aspektów działań względem ustalonych wcześniej kryteriów, co ma służyć poprawie, zmianie lub dostosowaniu podejmowanych kroków. Są one ze sobą ściśle powiązane, ale odnoszą się do konkretnych etapów działania.



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Czym jest monitorowanie?

Monitorowanie to rutynowe zbieranie i analizowanie informacji, które pozwala śledzić postęp względem uzgodnionych planów i sprawdzać zgodność z ustanowionymi normami. Pomaga to w określeniu tendencji i wzorców, dostosowaniu strategii i świadomym podejmowaniu decyzji związanych z zarządzaniem projektem/programem. Monitorowanie to ciągły proces prowadzenia różnego rodzaju ocen.

Czym jest ewaluacja?

Ewaluacja obejmuje zidentyfikowanie efektów podejmowanych działań, zastanowienie się nad nimi i dokonanie oceny ich wartości. Ustalenia wynikające z ewaluacji pozwalają osobom zarządzającym projektem/programem, beneficjentom, partnerom, darczyńcom i innym zainteresowanym stronom wyciągać wnioski z określonych doświadczeń i doskonalić interwencje podejmowane w przyszłości. Ewaluację można przeprowadzić w każdym momencie.

Monitorowanie i ewaluacja – dlaczego to ważne:

Sprawny system monitorowania i ewaluacji to niezwykle ważna część dobrego zarządzania projektem/programem i jego rozliczalności. Terminowe i rzetelne monitorowanie i ewaluacja zapewniają dostęp do informacji, które pozwalają:

- wspierać realizację projektu/programu dokładnymi sprawozdaniami opartymi na dowodach, które dostarczają kierownictwu i osobom decyzyjnym informacji na potrzeby ukierunkowania i poprawy wyników projektu/programu;
- przyczynić się do rozwoju wiedzy organizacji i wymiany wiedzy poprzez refleksję nad zdobytymi doświadczeniami, wymianę doświadczeń i wyciąganie wniosków, co pozwala w pełni korzystać, z tego co robimy i w jaki sposób;
- zapewnić rozliczalność i zgodność z zasadami poprzez wykazywanie, czy nasza praca została wykonana zgodnie z ustaleniami i ustalonymi standardami oraz innymi wymogami darczyńców.
- zapewnić możliwość uzyskania informacji zwrotnej od zainteresowanych stron, w szczególności beneficjentów, co daje okazję, by uzyskać opinię na temat postrzegania naszej pracy, kształtuje otwartość na krytykę i skłonność do wyciągania wniosków oraz dostosowywania się do zmieniających się potrzeb;
- promować i celebrować naszą pracę poprzez podkreślanie naszych zasług i osiągnięć, kształtowanie morale i przyczynianie się do mobilizacji zasobów.

Porównanie monitorowania i ewaluacji

Główna różnica między monitorowaniem a ewaluacją kryje się w ramach czasowych i tym, na co kładzie się nacisk w ocenie. Monitorowanie trwa na bieżąco i dotyczy głównie tego, co dzieje się w danej chwili. Z kolei ewaluację prowadzi się w określonych momentach, by ocenić, na ile dobrze potoczyły się określone rzeczy i co zmieniły. Dane z monitorowania są wykorzystywane na ogół przez osoby zarządzające na potrzeby bieżącej realizacji projektu/programu, monitorowania rezultatów, budżetu, zgodności z procedurami itp. Ewaluacje (np. ewaluacje śródkresowe) również można wykorzystać przy wdrażaniu, ale są mniej częste i służą analizowaniu

N

O

T

E

S



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

większych zmian (rezultatów), co wymaga większego rygoru metodycznego przy analizie, np. oddziaływania i znaczenia interwencji.

Mając na uwadze te różnice, należy też pamiętać, że monitorowanie i ewaluacja są ze sobą wzajemnie powiązane; monitoring zazwyczaj jest źródłem danych na potrzeby ewaluacji, a elementy ewaluacji (oceny) pojawiają się przy okazji monitorowania. Przykładowo z monitorowania możemy uzyskać wiedzę, że przeszkolono 200 facylitatorów środowiskowych (co się wydarzyło), ale możemy również włączyć w to testy poszkoleniowe (oceny), by dowiedzieć się, na ile dobrze zostali przeszkoleni. Przy ewaluacji można wykorzystywać tego rodzaju informacje pochodzące z monitorowania, by ocenić, jaki wpływ miało szkolenie na osiągnięcie ogólnego celu lub przeprowadzenie zmiany, do której miało ono doprowadzić, np. zwiększone stosowanie prezerwatywy i znaczenie w zmniejszeniu przenoszenia wirusa HIV.

Metody monitorowania i ewaluacji

- Metoda 1: Kwestionariusze i ankiety
- Metoda 2: Grupy fokusowe
- Metoda 3: Mocne i słabe strony, możliwości i zagrożenia (analiza SWOT)
- Metoda 4: Zrealizowane marzenia lub snucie wizji
- Metoda 5: Drama i ogyrywanie ról
- Metoda 6: (Szkiec) Mapowanie
- Metoda 7: Koło monitorowania i ewaluacji („Pajęczyna”)

Czym są wskaźniki?

Wskaźniki są pomiarem wyników stosowanym do oceny postępu projektu/działania. Wskaźniki pokazują, czy doszło do osiągnięcia zaprojektowanego wyniku, a także stanowią pomiar zmiany w działaniach realizowanych w projekcie. Mogą być ilościowe (liczba, procent, stosunek) i jakościowe (fakt, wiedza).

- Wskaźniki ilościowe służą dokonaniu pomiaru kwoty lub wartości dostępnych nakładów lub zasobów. Mają wartość liczbową i są miarą ilości: np. liczba mężczyzn i kobiet na stanowiskach decyzyjnych, poziom dochodów w ujęciu rocznym w podziale na płeć. Z tego względu „ilościowy” charakter oznacza tu wymiar liczbowy, np. liczbę uczniów, nauczycieli, obiektów lub podręczników.
- Wskaźniki jakościowe odzwierciedlają oddziaływanie – w większości przypadków osady, opinie, spostrzeżenia i postawy wobec danej sytuacji lub tematu. Służą mierzeniu „jakości” nakładów, procesu lub produktów programu. Termin „jakość” może oznaczać różne rzeczy w zależności od kontekstu. Przykłady obejmują: poczucie dobrostanu; zastosowanie informacji lub wiedzy; stopień otwartości; jakość uczestnictwa; charakter dialogu; poziom świadomości.

N
O
T
E
S



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Plan monitorowania i ewaluacji

Plan monitorowania i ewaluacji to dokument, który pomaga śledzić i oceniać wyniki interwencji przez cały cykl życia kampanii. Jest to żywy instrument, do którego należy się na bieżąco odwoływać i który należy regularnie aktualizować.

Monitorowanie i ewaluacja w trakcie planowania projektu

Krok 1

Określ cele programu

Krok 2

Określ wskaźniki

Krok 3

Określ metody weryfikacji danych i ramy czasowe

Krok 4

Określ role i obowiązki

Krok 5

Określ ramowy plan

N

O

T

E

S



Activist
Network

20-godzinny
program
szkoleniowy

Krok 5 (15 min.) Podsumowanie

Poproś uczestników, by zastanowili się, co mogłoby być największym wyzwaniem w zarządzaniu kampanią.

Przygotowanie i materiały

Aby dowiedzieć się więcej o monitorowaniu i ewaluacji, warto zajrzeć do następujących źródeł:

- YFJ – Advocacy Handbook⁵⁴
- Tools for project planning in community development⁵⁵

Wskazówki dla trenerów

Należy mówić w sposób prosty i zrozumiały dla uczestników, stosować proste słowa i wyjaśnienia. Powyższa wiedza jest przeznaczona dla Ciebie jako prowadzącego, jeżeli być może potrzebujesz poczytać więcej, ale uczestnicy powinni zrozumieć podstawy.

54 <https://www.youthforum.org/files/220201-Advocacy-Toolkit.pdf>

55 <https://www.thegrassrootscollective.org/monitoring-evaluation-nonprofit>

N
O
T
E
S

Sesja 10

Co dalej?

Przygotowanie się do kolejnych kroków





Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

(Kolejne kroki)

Czas trwania: 120 minut

Cele

- Podsumuj najważniejsze wnioski ze szkolenia;
- Zaplanuj kolejne kroki i wprowadzaj w życie to, czego się nauczyliśmy;
- Przeprowadź ewaluację szkolenia i samoocenę na podstawie wiedzy uzyskanej podczas szkolenia.

Opis

Musicie podtrzymywać zapał, kontynuować kampanię, ewoluować, rosnąć i rozwijać się. Ważne jest, by rozumieć, co działa, kiedy trzeba coś zmienić, kiedy reagować, a kiedy się zastanowić. Nie możemy dźwigać kampanii wyłącznie na własnych barkach – zastanówcie się, jak rozszerzyć kampanię, inspirować innych oraz kształtować zmianę dziś i w przyszłości. Ostatnia sesja będzie również okazją, by spojrzeć wstecz na proces uczenia się i zrozumieć, jak przebiegało i jak można wykorzystać w przyszłości to, czego się nauczyliście.

Metodyka krok po kroku

Krok 1 (10 min.) Wprowadzenie i powitanie

Krok 2 (10 min.) Podsumowanie całego szkolenia – główne osiągnięcia i uczenie się

Przygotuj podsumowanie całego programu szkoleniowego i przypomnij uczestnikom o głównym celu i rezultatach zdobytej wiedzy.

Każdy uczestnik powinien zastanowić się indywidualnie nad tym, czego nauczył się podczas szkolenia i zapisać to na karteczce samoprzylepnej oraz przyczepić do tablicy (lub wirtualnej tablicy, jeżeli jest to sesja online). Gdy każdy zakończy indywidualne przemyślenia, przyjrzyj się, czy istnieją jakieś punkty wspólne i podsumuj cały przebieg szkolenia i jego główne osiągnięcia.

N
O
T
E
S

Krok 3 (20 min.) Planowanie kolejnych kroków

3.1 (10 min.) Praca indywidualna

Na karteczce samoprzylepnej zapiszcie, jakie będą wasze trzy kolejne kroki, w ramach których zastosujecie w praktyce to, czego nauczyliście się na szkoleniu i podtrzymacie swoją kampanię.

3.2 (10 min.) Prezentacja grupowa

Zachęć uczestników, by podzieli się swoimi planami kolejnych kroków. Nie każdy musi się wypowiedzieć, mogą być to tylko chętni, którzy będą chcieli się podzielić swoimi planami i zmotywować innych.

Krok 4 (25 min.) Co wiesz na temat aktywizmu?

- Formularz samooceny (część 2);
- Najlepiej byłoby przetłumaczyć pytania na język, w którym prowadzone jest szkolenie, i skorzystać z formularzy Google⁵⁶ (lub podobnego narzędzia), co pozwoli zebrać odpowiedzi, by porównać je z pierwszą samooceną przeprowadzaną podczas sesji nr 1 i udokumentować w cyfrowej formie.

Pytania samooceny

Ustosunkuj się do poniższych stwierdzeń, posługując się skalą od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą, a 5 najwyższą.

- Znam tematykę aktywizmu.
- Aktywnie uczestniczę w życiu społeczeństwa.
- Wiem, jakie są moje wartości i jakie tematy są dla mnie ważne.
- Wiem, czym są zainteresowane strony i jestem w stanie określić je w mojej społeczności.
- Potrafię zadbać o własne potrzeby i potrzeby grupy, z którą pracuję.
- Znam różne taktyki prowadzenia kampanii.
- Mam świadomość, że tworzenie kampanii wymaga czasu.
- Rozpoznaję dobry przekaz, który motywuje mnie do działania.
- Znam pojęcie „polaryzacja”
- Wiem, że przy zarządzaniu kampanią ludzie mogą mieć różne role.
- Jestem zmotywowany/zmotywowana, by zmienić coś w swojej społeczności.
- Pojęcie aktywizmu jest dla mnie jasne.
- Jestem w stanie tworzyć kampanie razem z innymi zwolennikami danej rzeczy.

Krok 5 (20 min.) Ewaluacja szkolenia

Ewaluacja może odbywać się pisemnie lub ustnie i powinna obejmować najważniejsze elementy, takie jak proces uczenia się, jakość treści, dynamika grupy, komunikacja itp.

⁵⁶ <https://www.google.com/forms/about/>

Masz do wyboru różne opcje ewaluacji szkolenia, ale pamiętaj o zanotowaniu spostrzeżeń, jeżeli musisz napisać sprawozdanie na temat szkolenia.

Ewaluacja pisemna

Przygotuj formularz lub arkusz papieru na filpczarcie i zapisz różne pytania, na które chcesz uzyskać odpowiedzi:

- Jakie ćwiczenia lub sesje szczególnie się wam podobały, a które byście pominęli i dlaczego?
- Na ile prawdopodobne jest to, że zastosujecie to, czego się nauczyliście, w codziennym życiu?
- Co konkretnie zastosujecie w codziennym życiu?
- Jak podobała wam się dynamika grupy?
- Jakie są trzy rzeczy, które wynosicie z tego szkolenia?
- Co było najbardziej przydatne?
- Jak odbieracie przygotowanie i komunikację w związku ze szkoleniem?

Barometr opinii

Możesz wykorzystać te same pytania lub dodać nowe; zapisywać plusy i minusy na dwóch kartkach, umieścić kartki w dwóch przeciwległych kątach pomieszczenia i poprosić uczestników, by usytuowali się na wyobrażonej linii między + a - stosownie do własnej odpowiedzi: bliżej +, jeżeli są w pełni zadowoleni, w środku, jeżeli ani tak, ani nie, bliżej „-”, jeżeli są niezadowoleni. Poproś uczestników z różnych miejsc, by wypowiedzieli się na temat swojego usytuowania. To ok, jeżeli ktoś nie chce zabierać głosu.

Krok 6 (20 min.) OPCJONALNIE – Wprowadzenie „systemu dwójkowego” (ang. buddy system).

Zapytaj uczestników, czy są zainteresowani uczestnictwem w „systemie dwójkowym”. Gdy zaczną przekładać swoje następne trzy kroki na konkretne pomysły (kampanię), które chcieliby wdrożyć, mogą umówić się na kawę/herbatę z „dwójką”, aby przedstawić pomysł i uzyskać szczerą informację zwrotną i świeże pomysły.

Krok 7 (15 min.) Zakończenie i podsumowanie

To czas na krótkie motywacyjne zakończenie programu szkoleniowego, w którym należy przypomnieć uczestnikom, by wierzyli w zmianę i byli aktywnymi członkami społeczności.

- Przypomnij, co działo się podczas 10 sesji;
- Poproś, by uczestnicy powiedzieli/wpisali jedno słowo, które wyraża ich odczucia na temat szkolenia;
- Zmotywuj ich do działania/dołączenia do istniejących kampanii.

N

O

T

E

S



Activist Network

20-godzinny program szkoleniowy

Przygotowanie i materiały

Na potrzeby tej sesji potrzebne są karteczki samoprzylepne i tablica lub tablica wirtualna (jeżeli sesja odbywa się online).

Wskazówki dla trenerów

Nie trzeba wprowadzać „systemu dwójkowego” (ang. buddy system); powinno to służyć wzajemnemu wsparciu, jeżeli jest taka potrzeba.

N

O

T

E

S



Activist Network

20-godzinny
program
szkoleniowy

Zeskanuj, aby
wyświetlić wszystkie
dodatkowe materiały



Kliknij ten link, aby uzyskać dostęp do wszystkich dodatkowych materiałów:
<https://drive.google.com/drive/folders/1nWoGvJODYZwaTa2GQj3vmLslhbhF7SEf>

