



# Pop globalno izobraževanje Priročnik za mladinske delavce

2020



# Pop globalno izobraževanje

## Priročnik za mladinske delavce

Avtorice:

Indre Augutiene

Aga Byrzcek

Diana Nedeva

Dolores Grigorova

Tanja Leskovar

Merle Webe

Katharina Wogg

Kerstin Wittig-Fergeson

Prevod in slovenska priredba:

Inštitut za afriške študije, Ljubljana 2020

Lektoriranje:

Anja Tomazin

Urednica:

Kerstin Wittig-Fergeson

Koordinator:

Emil Metodiev

Oblikovanje: Inker Media Ltd ®

Založila: C.E.G.A. Foundation

Izvirni naslov: Global education goes pop

Sofia, Bolgarija 2020

Vse pravice pridržane © C.E.G.A. Foundation, Future Worlds Center, Global Citizens Academy, Asociación Cazalla Intercultural, Südwind Entwicklungspolitiv Steiermark, Institute for African Studies, Young people We care.

Naklada: 200

ISBN 978-954-9630-64-0



Publikacija je nastala s finančno podporo Evropske unije v okviru projekta Lokalno globalno učenje (#GEGL).

Za vsebino je v celoti odgovorna C.E.G.A. Foundation in ni nujno, da odraža uradna stališča Evropske unije.

# KAZALO

<b>UVOD .....</b>	<b>5</b>
Nameni in ciljne skupine priročnika Pop globalno učenje.....	7
Opis projekta.....	8
Partnerske organizacije.....	9
<b>MLADI, POP KULTURA IN GLOBALNO IZOBRAŽEVANJE.....</b>	<b>12</b>
Kaj zanima mlade?.....	13
Pojem pop kulture.....	15
Globalno izobraževanje in cilji trajnostnega razvoja.....	18
Učni rezultati in ogroditve globalne kompetence.....	21
<b>KAKO UPORABLJATI PRIROČNIK.....</b>	<b>23</b>
Struktura priročnika.....	24
Matrica.....	26
Nasveti za izvajalce.....	27
<b>UČENJE S POPOM.....</b>	<b>28</b>
<b>Zvok in beseda.....</b>	<b>29</b>
Memi.....	30
Svet stripov.....	33
Zapoj.....	35
Sposojene besede.....	37
<b>Fotografija in vizualno izražanje.....</b>	<b>40</b>
Delo s fotografijami – zbirka orodij.....	41
Izbra fotografije.....	41
Opis fotografije .....	42
Obdelava fotografije.....	43
Onkraj okvirja.....	44
Besedilo v oblakih .....	45
Naslovi.....	46
Grafiti, ulična umetnost.....	48
Raziskovanje grafitov.....	48
Naslikaj lokalno.....	50
Trajnostni kompas.....	52
Globalni vtisi.....	53
Kartice držav.....	56
Pravila ravnanja s podobami in sporočili.....	57
Prvi del – analiziranje fotografij in podob.....	58
Drugi del – lastna kampanja.....	59
Kartice za analizo fotografij.....	62
Vrednotne kartice .....	63
<b>Gibajoča umetnost.....</b>	<b>64</b>
Globalni superheroji.....	65





Če bi bil film skupnost.....	67
Lastnosti trajnostnih in netrajnostnih skupnosti.....	70
Moškost – ženskost.....	71
V scenariju.....	73
Premišljevanje o izzivih.....	75
<b>Družabni mediji/digitalni aktivizem.....</b>	<b>78</b>
Digitalni aktivizem.....	80
GEGL POP ID kartice.....	83
Individualna digitalna orodja.....	84
Spletno – nespletno.....	87
Tradicionalni aktivizem – orodja in oblike.....	87
Povezovanje digitalnih orodij in tradicionalnega aktivizma.....	89
Nevarnosti digitalnega aktivizma.....	91
Aktivistične kartice.....	92
Pripravimo digitalno kampanjo.....	95
<b>Urbana in ulična umetnost.....</b>	<b>98</b>
Komentiraj.....	100
Umetnost ali smeti.....	103
Moj prostor.....	106
<b>POP V AKCIJI.....</b>	<b>109</b>
Izbiranje izziva: Snežna kepa.....	112
Instaposvet.....	114
Časopis Zine.....	117
Fotografije Zinov.....	119
Srečanje globalnih voditeljev.....	120
Vključujoč plakat.....	122
Primeri aktivnosti.....	125
<b>EVALVACIJA.....</b>	<b>133</b>
<b>SLOVARČEK.....</b>	<b>137</b>
Primeri grafitov.....	139



# UVOD





Živimo v soodvisnem in spreminjajočem se svetu, ki je poln priložnosti in izzivov. Da bi mladim pomagali pri razumevanju in soočanju s temi globalnimi izzivi, jim moramo ustvariti možnosti, da se o njih poučijo in jih raziščejo. Poznavanje in razumevanje globalnih problemov, spoštovanje drugih ljudi in njihovih kultur ter okolja tvorijo ogrodje pojma globalno izobraževanje.

Globalno izobraževanje mladim ne daje odgovorov na vsa vprašanja našega časa, ponuja pa jim možnost, da postanejo ozaveščeni in vprašujoči globalni državljani, predani svojim idealom.

Družbe se vse hitreje razvijajo zaradi globalizacije in razvoja digitalnih tehnologij, ki mladim dajejo državljanski glas in jim omogočajo povezovanje preko tradicionalnih meja.

Mladi menijo, da je pop kultura kul. Pop kulturo definiramo kot odnos, povezan z vsakodnevnim interesom mladih za glasbo, umetnost, splet, medije in modo. Gre za odnos, ki omogoča kreativnost, izzive, sodelovanje in vključenost. Ko gledate glasbeni video Lady Gaga, ga verjetno ne dojemate kot učni material, vendar je pop kultura uporabno orodje, s katerim lahko mlade spodbudimo k učenju, je pa tudi vir boljšega razumevanja globalnih vprašanj.

---

### **Cilji priročnika Pop globalno izobraževanje so naslednji:**

- predstaviti globalne perspektive v lokalnih kontekstih mladih,
- na lokalnih ravneh okrepiti sposobnosti za učenje mladih o globalnih vprašanjih,
- z uporabo pop kulture spodbuditi nastanek mladim prijaznih pristopov in metodologij za procese izobraževanja in udejstvovanja pri globalnih vprašanjih.

Priročnik smo namenili lokalnim organizacijam, strukturam in mladinskim delavcem, ki mlade s pomočjo pop kulture učijo o globalnem izobraževanju.

Priročnik je razdeljen na šest poglavij, ki obravnavajo različne vidike vključevanja mladih v globalno izobraževanje preko tematik pop kulture in globalnega izobraževanja, učenja s popom in popa v akciji. Šesto poglavje na kratko obravnava pomen evalvacije v okviru globalnega učnega procesa in vključuje primere, ki jih je mogoče kombinirati z ostalimi aktivnostmi.

V priročniku so na voljo tudi kontaktni podatki partnerske ekipe in posameznih partnerjev projekta. Predlagamo, da priročnik priporočite tudi kolegom in sodelavcem, ki bi jim pri delu lahko koristil.



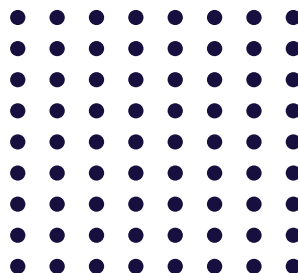


## Nameni in ciljne skupine priročnika Pop globalno izobraževanje

Priročnik je zasnovan tako, da s pomočjo pristopov in metodologij pop kulture mlade pritegne k globalnim učnim procesom. Čeprav je mladim na voljo že več dobrih virov, se priročnik Pop globalno izobraževanje osredotoča na elemente pop kulture in na načine, kako pop kulturo uporabiti, da pri mladih vzbudimo pozornost in interes za ukvarjanje z globalnimi problemi na pomenljiv način. Razvit je bil na podlagi metodologij, ki v ospredje postavljajo udeležence, sodelovanje, dialog in praktične izkušnje. Pri mladih si prizadeva okrepiti poznavanje in razumevanje ciljev trajnostnega razvoja (CTR), še posebej treh izmed skupno sedemnajstih ciljev: CTR 5 – enakost spolov, CTR 11 – trajnostna mesta in skupnosti ter CTR 12 – odgovorna poraba in potrošnja.

Priročnik prvenstveno namenjamo mladinskim delavcem za delo z mladimi med 14. in 30. letom starosti v neformalnem izobraževanju, velja pa dodati, da je priročnik mogoče uporabljati tudi v formalnem izobraževanju. Glede na to, da se projekt osredotoča na organizacije in strukture v majhnih krajih, ki nimajo več kot 50.000 prebivalcev, je temu prilagojen tudi priročnik, vsekakor pa je vse aktivnosti mogoče izvajati tudi v večjih krajih in mestih.

V projektni skupini GEGL želimo ostati povezani s sodelujočimi skupnostmi, nadaljevati s sodelovanjem v njihovih dejavnostih ter tako prispevati h globalni skupnosti državljanov, ki si prizadeva doseči trajnosti razvoj. Prosimo vas, da uporabljate ključnika #GEGL in #GlobalEducationGoesPop vsakič, ko preko družabnih medijev delite vsebine in projektne aktivnosti, povezane s priročnikom. Pomen evalvacije v okviru globalnega učnega procesa vključuje primere, ki jih je mogoče kombinirati z ostalimi aktivnostmi.





## Opis projekta

Lokalno globalno učenje (#GEGL) je triletni projekt globalnega izobraževanja (2017–2020), ki ga financira Evropska unija. V projektu, ki evropske državljane spodbuja k prevzemu aktivne vloge pri soočanju z izzivi medsebojno odvisnega sveta, sodeluje sedem partnerskih organizacij. V projektne aktivnosti so večinoma vključeni mladi iz več kot 30 manjših krajev (z manj kot 50.000 prebivalci). Dvig ozaveščenosti, izgradnja sposobnosti lokalnih struktur in izvajanje konkretnih aktivnosti so bistveni poudarki projekta. Projekt ima dva ključna pristopa – Gremo lokalno in Gremo pop.

### Gremo lokalno

Čeprav projekt vključuje veliko mednarodnih dejavnosti, je projekt usmerjen predvsem na majhne skupnosti (z največ 50.000 prebivalcev) v šestih državah Evropske unije: Avstriji, Cipru, Litvi, Sloveniji in Spaniji. Rdeča nit projekta je prizemljitev globalnih problemov in procesa globalnega izobraževanja na lokalno raven. S tem projekt odgovarja na pomanjkanje osredotočenih ukrepov za vključevanje skupnosti v manjših krajih (ponavadi bolj izoliranih od sodobnih trendov in zapostavljenih pri učnih priložnostih ter komunikaciji) v procese razvijanja ozaveščenosti o globalnih vprašanjih. Kombinacija učnih prizadevanj in dejavnosti omogoča boljšo povezanost lokalnih okoliščin z globalnimi vprašanji in razvoj lokalnih dejavnosti za globalno spremembo. Poleg tega projekt vlaga znatna prizadevanja v izgradnjo osebnih in institucionalnih kapacitet za učenje in delovanje na področju globalnih problemov tudi po koncu projekta.

### Gremo pop

Zamisel, da bi pop kulturo uporabili kot izhodišče in medij za raziskovanje globalnih problemov, je precej obetajoča in inovativna, saj se je do sedaj globalno ozaveščanje mladih večinoma izvajalo v šolah preko formalnih učnih vsebin. Mladim prijazen priročnik in spletni tečaj, ki globalna vprašanja povezujeta s popularno glasbo, filmi, serijami, televizijskimi oddajami, memi, youtuberji, vlogerji, videoigrami, stripi, ulično umetnostjo in družabnimi omrežji, smo razvili na podlagi priljubljenih trendov med mladimi, s čimer projektni pristop prinaša nove vidike v pedagoškem procesu podajanja globalnega izobraževanja. Za dvig ozaveščenosti o globalnih problemih in promocijo CTR bodo mladi lahko na podlagi znanj, pridobljenih z uporabo priročnika, uporabili pop kulturo, ki jim je blizu.

Več informacij o projektu, projektne aktivnosti in partnerjih lahko najdete na spletni strani: [www.globalgoeslocal.cega.bg](http://www.globalgoeslocal.cega.bg)







## Partnerske organizacije



### **C.E.G.A. Foundation (Bolgarija)**

(Creating Effective Grassroots Alternatives –  
Ustvarjanje učinkovitih osnovnih alternativ)

C.E.G.A. je projektna koordinacijska partnerska organizacija. Je neprofitna organizacija, ki že od leta 1995 s svojimi aktivnostmi dvigovanja kapacitet ter spreminjanja odnosov in mnenj deluje na področju politik socialnega vključevanja prikrajšanih skupnosti. Poleg tega organizacija deluje tudi na področju mednarodnega sodelovanja mladinskih delavcev. Prednost daje temam, kot so globalno izobraževanje, odpravljanje globalne revščine, človekovim pravicam, enakosti spolov in trajnostnemu življenju. Najpomembnejše ciljne skupine so lokalne organizacije in skupine, javni organi na lokalni in nacionalni ravni ter šole. Ključna populacija za vse aktivnosti v vseh ciljnih skupinah so mladi.

Spletna stran organizacije: [www.cega.bg](http://www.cega.bg)



### **Inštitut za afriške študije (Slovenija)**

Inštitut za afriške študije (IAS) je migrantska nevladna in neprofitna organizacija, ki je bila ustanovljena leta 2004. Že od začetka deluje na področju dviga ozaveščenosti in zagovorništva. IAS si prizadeva postati središče za globalno učenje, raziskovanje, razvojno izobraževanje, trajnostni razvoj in zagovorništvo raznolikosti. Izvaja projekte s prosilci za azil, priseljenci, begunci in manjšinami na nacionalni in mednarodni ravni. Pri tem sodeluje z lokalnimi nevladnimi organizacijami, lokalnimi in nacionalnimi organi, osnovnimi in srednjimi šolami ter mladinskimi centri. Aktivno je tudi vključena v delovanje evropske afriške diaspore. Spletna stran organizacije: [www.african-studies.org](http://www.african-studies.org)



### **Cazalla Intercultural (Španija)**

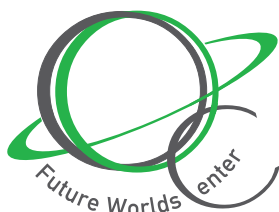
Cazalla Intercultural je lokalna nevladna organizacija iz Lorce, Murcia, ki se nahaja v jugovzhodni Španiji. Ustanovljena je bila leta 2007. Njeno poslanstvo je spodbujanje aktivnega državljanstva, socialnega vključevanja, mobilnosti mladih, prostovoljstva, trajnostnega razvoja, aktivnega zavzemanja za človekove pravice, boja proti diskriminaciji ter boja proti spolnemu nasilju. Aktivnosti organizacije so osredotočene na neformalno izobraževanje, informiranje mladih in





mednarodno sodelovanje. Delo organizacije je osredotočeno na prostovoljstvo, izgradnjo kompetenc, mednarodno sodelovanje na področju mladih in lokalno mladinsko delo.

Spletna stran: [www.cazalla-intercultural.org](http://www.cazalla-intercultural.org)



### **Future Worlds Center (Ciper)**

Future World center je inkubator socialnih podjetnikov, ki pripravljajo, izvajajo in oblikujejo projekte, ki promovirajo kulturo sožitja, človekovih pravic in miru, znanost o oblikovanju dialoga in demokratični dialog. Poslanstvo centra je ljudem ponuditi priložnost, da premislijo in razrešijo družbene izzive na lokalni in evropski ravni. Aktivnosti centra so pozicionirane na robovih potencialnih družbenih sprememb. FWC je organizacija, v kateri so ideje, projekti, metodologije in ljudje medsebojno povezani. Future Worlds Center sestavljajo tri operativne enote: enota za globalno učenje, enota za oblikovanje prihodnosti in laboratorij za nov medij.

Spletna stran: [www.futureworldscenter.org](http://www.futureworldscenter.org)



Globalcitizen.it

### **Global Citizens' Academy (Litva)**

Global Citizens' Academy (GCA) je nevladna organizacija, ki izvaja aktivnosti za spodbujanje aktivnega globalnega državljanstva in blagostanja med mladimi v Litvi in drugih državah. Njeno delovanje je zgrajeno na temeljnih vrednotah socialne pravičnosti, solidarnosti, spoštovanja, odgovornosti do sebe in drugih, odprtosti, aktivne participacije, sodelovanja in prepričanja v možnost sprememb. GCA je posebej usposobljena organizacija za delovanje na področju globalnega izobraževanja in globalnega državljanstva, izobraževanja o človekovih pravicah, spodbujanja enakosti in socialne vključenosti mladih, medkulturnega dialoga in spodbujanja osebnega razvoja in blagostanja mladih.

Spletna stran: [www.globalcitizen.it](http://www.globalcitizen.it)





### **Südwind Entwicklungspolitik Steiermark (Avstrija)**

Südwind Entwicklungspolitik Steiermark je politično razvojna nevladna organizacija, ki je že več kot trideset let predana delovanju v smeri trajnostnega globalnega razvoja, človekovih pravic in poštenih delovnih pogojev v državah globalnega juga. Njene glavne dejavnosti so izobraževalno delo v šolah in izven njih, obveščanje in kampanje. S pomočjo partnerskih organizacij z vsega sveta je Südwind Steiermark zelo dobro informirana za komuniciranje globalnih tem na lokalni ravni. Središčne teme so: bolj poštena globalizacija, CTR in izobraževanje za globalno državljanstvo, pravična trgovina, pravični pogoji dela, pravičnejši ekonomski sistem, pa tudi migracije in razvoj.

Spletna stran: [www.suedwind.at](http://www.suedwind.at)

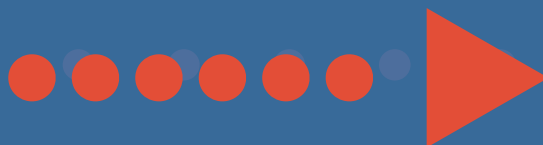


### **Young People We care (Gana)**

Young People We care (YPWC) je mladinska organizacija, ki svoje dejavnosti osredotoča na mlade. Vodijo jo mladi med 15. in 30. letom starosti, ki jim pomagajo odrasli z izkušnjami z mladinskim delom in razvojnimi dejavnostmi. YPWC si goreče prizadeva za trajnostni razvoj, za uresničitev ciljev trajnostnega razvoja in za spodbujanje kulture miru in univerzalnih človekovih pravic. Vizija organizacije je, da bi z učinkovito uporabo domiselnega in iznajdljivega uma mladih bodočim voditeljem priskrbeli glas mladih pri številnih problemih, s katerimi se soočajo. Poslanstvo YPWC je zagotavljanje orodij in virov mladim za učinkovito delovanje, spodbujanje sodelovanja mladih v globalnih izzivih ter identifikacija in gradnja trajnostnih partnerstev za razvoj mladih.

Spletna stran: [www.ypwc.org](http://www.ypwc.org)





MLADI,  
POP KULTURA  
IN GLOBALNO  
IZOBRAŽEVANJE





## Kaj zanima mlade?

V spletni raziskavi Mlada Evropa 2019<sup>1</sup> je 8220 mladih med 16. in 30. letom starosti iz Nemčije, Velike Britanije, Francije, Španije, Italije, Grčije, Poljske, Danske, Švedske, Finske in Norveške odgovarjalo na vprašanja o njihovem bivanjskem okolju, identitetah in stališčih. Med glavnimi ugotovitvami raziskave je tudi ta, da so glavni izzivi, ki jih je treba nasloviti na EU, migracije in azilne politike, okolje ter ekonomske in fiskalne politike. Raziskava kaže, da se je eden od petih mladih Evropejcev v zadnjih dvanajstih mesecih udeležil demonstracij. Tudi število mladih, ki določenih izdelkov ne uporabljajo oziroma jih uporabljajo zaradi političnih ali etičnih razlogov, je podobno. Mladi so postali politično aktivni, še posebej na področju zaščite okolja, enakega plačila in spolne enakosti. Politično delujejo najpogosteje na spletu (všečkanje in deljenje političnih prispevkov na družabnih medijih, sodelovanje pri spletnih peticijah). Okoljske politike in klimatsko zaščito mladi vidijo predvsem kot priložnost in ne toliko kot grožnjo, imigracije in migracije pa bodisi kot priložnost zase bodisi kot grožnjo. Vse večjo digitalizacijo življenja mladi večinoma dojemajo kot priložnost, le redki jo vidijo kot grožnjo. Kar zadeva Evropo, je po eni strani jasno izražena želja mladih po močnejšem povezovanju evropskih držav, po drugi strani pa, kot kaže raziskava, udeležba mladih na volitvah in na evropskih volitvah še pada, mladi pa volitev ne razumejo več kot dolžnost. Vse več je dvomov glede zagotovil politikov, da si prizadevajo za tesne stike z ljudmi in v trditve, da ustrezno predstavljajo njihove interese.

Nadaljnji vpogled v interese današnje mladine predstavlja poročilo Cilji mladih, ki je del evropske mladinske strategije 2019–2027. V Ciljih mladih so poudarjena področja, kjer so potrebne spremembe, da bi mladi v Evropi lahko uresničili svoje potenciale. Leta 2018 je približno 50.000 mladih iz vseh držav EU sodelovalo v vseevropski raziskavi. Na podlagi raziskave je bilo formuliranih enajst ciljev mladih<sup>21</sup>:

1. povezovanje EU in mladih,
2. enakost vseh spolov,
3. vključujoče družbe,
4. obveščanje in konstruktivni dialog,

<sup>1</sup> [www.tui-stiftung.de/unsere-projekte/junges-europa-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/junges-europa-2019-diejugendstudie-der-tui-stiftung/](http://www.tui-stiftung.de/unsere-projekte/junges-europa-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/junges-europa-2019-diejugendstudie-der-tui-stiftung/) (Pridobljeno februarja 2020).

<sup>2</sup> [www.youthconf.at/wp-content/uploads/2018/04/YouthGoalsHandout.pdf](http://www.youthconf.at/wp-content/uploads/2018/04/YouthGoalsHandout.pdf) (Pridobljeno februarja 2020).



5. mentalno zdravje in blagostanje,
6. napredovanje mladine iz ruralnih okolij,
7. kvalitetna zaposlitev za vse,
8. kvalitetno izobraževanje,
9. prostor in sodelovanje za vse,
10. trajnostna zelena Evropa,
11. mladinske organizacije in evropski programi.

Reprezentativna raziskava, opravljena v Nemčiji na vzorcu 818 mladih med 12. in 19. letom starosti na temo ponudb kulturnega izobraževanja na digitalnih kulturnih straneh, podaja odgovore na to, kako se mladi radi učijo in vpijajo na nove vsebine.

Avdiovizualno učenje v obliki spletnih videov je za mlade zelo pomembno in predstavlja sestavni del njihovega vsakdanjega življenja. Video platforma YouTube je za mlade najpomembnejši digitalni medij, saj ga skoraj polovica vprašanih uporablja tudi za formalno učenje. Za veliko najstnikov so videi spodbuda za umetniško aktivnost – počutijo se navdihnjeni za posnemanje in sodelovanje na področjih, kot so ples, film, glasba, igranje iger in risanje. Pri videovodnikih in razlagah je privlačno to, da jih je mogoče gledati tako pogosto, kot želimo, in takrat, kadar želimo, kar odgovarja željam mladih po tem, da sami določajo hitrost poteka učenja in čas učenja. Poleg tega imajo mladi občutek, da je veliko prikazanega uresničljivega in dovolj preprostega, da lahko naredijo tudi sami. Za večino vprašanih je pomembno tudi, da so videi razvedrilni, zabavni in sodobni. Pri izbiri videov se zanašajo na priporočila prijateljev, spletnih vplivnežev, družine in učiteljev. Večina vprašanih mladih je tudi izrazila željo po močnejšem odzivu, kritični analizi in pomoči pri produkciji spletnih videov v šoli<sup>3</sup>.



# Pojem pop kulture

V tem priročniku pop kulturo opredeljujemo kot trenutno kulturo mladih. Gre za kulturo, ki se nenehno spreminja in je podvržena številnim in raznolikim vplivom: kar je danes priljubljeno, je jutri lahko že zastarelo. Izraz pop kultura je najbolj poznan iz glasbene industrije; gre za glasbo, ki jo predvajajo na priljubljenih radio postajah.

Vsaka generacija mladih si ustvari lastno pop identiteto, ki je povezana z glasbo, športom, igrami, hrano, življenjskim stilom in celo z občutkom za življenje. Zaradi spleta in preprostega dostopa do informacij in medijev je pop kultura postala širša in bolj mešana, kar je spremenilo samo pop kulturo. Na začetku je bila pop kultura zelo politična, zdaj pa se zdi, da je postala večinski trend in je velikokrat reducirana le na prodajo in potrošnjo. Umetniki poskušajo le prodajati, ne pretresti (šokirati).

Na splošno so za pop kulturo značilni:

- protislovja, na primer virtualnost – realnost ali tehnologija – čustva, so odpravljena,
- načelo sledenja novemu in biti aktualen, kar kaže na to, da je pop kultura usklajena z načelom mode,
- uporaba množičnih medijev, ki so najpomembnejše sredstvo za predstavitev in širjenje stvaritev pop kulture. Množični mediji vplivajo in/ali interaktivno vključujejo potrošnike (na primer Wikipedija, eBay, ali podkast),
- stalne transgresije, hitre spremembe in s tem povezana subkulturalna revolucionarna podoba, ki jo uporabljajo velike blagovne znamke,
- zadovoljitev potreb po zabavi in intenzivnih doživetjih.

## Vpliv medijev

Vpliv medijev na naše življenjske stile in na pop kulturo se še vedno krepi. Mediji nam vsiljujejo idejo, da moramo stalno trošiti več in več. Vplivneži na YouTubu so zaradi nenehne prisotnosti in visokega ugleda v socialnih omrežjih predvsem nosilci trženja in oglaševanja. Drug trend v pop kulturi so fenomeni, kot so npr. losos izziv, desetletni izziv ali izziv ledeno vedro, v katerih morajo običajni ljudje opraviti nenavadne, nore naloge, se pri tem posneti in posnetke objaviti na





## Mladi in pop kultura

Pri mladih ima pop kultura pomembno vlogo v odnosu do njihove identitete, ustvarjanja lastne kulture, samoizražanja, možnosti pretvarjanja, da so pomembna oseba, izražanja čustev, samoraziskovanja in želje po opaženosti. Na splošno lahko rečemo, da današnje mlade zanimajo različni elementi pop kulture, da so le privlačni, zanimivi, vizualni, dosegljivi, preprosti za razumevanje (npr. 30-sekundni videi) in zasnajajoči. Želijo takojšnjo povratno

informacijo. Zbiranje všečkov je nadomestilo

socialno odobravanje. Mladi želijo imeti možnosti izbire in ne želijo, da jih drugi omejujejo pri tem, kar želijo reči. Radi se izražajo s pomočjo slik in čustvenčkov, radi preprosto in hitro komunicirajo, si ustvarjajo različne identitete in eksperimentirajo s svojo identiteto. Želijo si priložnosti za delovanje na anonimen način v prostorih, ki jih njihovi starši ne nadzorujejo, poleg tega pa si želijo tudi več priložnosti za učenje.

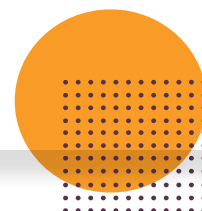


## Pop kultura na spletu

Najpomembnejši kanal za širjenje pop kulture med mladimi je svetovni splet. Še posebej priljubljen je video kanal YouTube, na katerem najdejo prispevke vlogerjev in vplivnežev, ki se dotikajo različnih vsebin. Priljubljena kanala sta še Instagram (brezplačna spletna aplikacija za deljenje fotografij, ki omogoča tudi urejanje in objavljanje krajših videov) in Snapchat (brezplačna aplikacija za pametne telefone in tablice, ki omogoča pošiljanje sporočil).



Poleg vlogerjev so pomembni tudi blogerji, ki delujejo na podoben način kot vlogerji, le da svojih prispevkov ne snemajo, ampak pišejo. Ameriško podjetje Netflix, ki se ukvarja s plačanim pretakanjem in produkcijo filmov in serij, omogoča mladim, da gledajo filme, ki jih želijo, in takrat, ko jih želijo. Tudi Amazon Instant Videos prodaja pretočne ponudbe za filme in TV-serije.







## Nespletna pop kultura

Nespletni kanali, preko katerih mladi lahko pridejo v stik s pop kulturo, so raznoliki in številni: stripi, videoigre, filmi, pogovorne oddaje, resničnostni šovi, tekmovanja v pesnjenju, kvizi, blagovne znamke, glasba in umetnost.



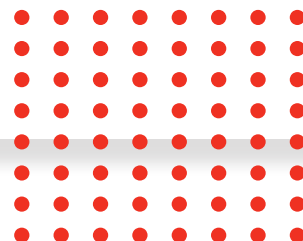
## Priljubljena družbena gibanja med mladimi

Podnebje je tema, ki zanima večino mladih. Blogi, fotografije, kratki prispevki, videi na družabnih omrežjih, ki zadevajo trajnostni način življenja, so postali zelo trendovski in so že del pop kulture mladih (npr. blog in videi DARIADARIA). Trenutno vsesplošno razširjeno gibanje Petki za prihodnost kaže, da približno dva milijona mladih na svetu želi biti del velike spremembe, želi izkusiti samozadostnost in želi aktivno delovati za lastno prihodnost. Gibanje kaže tudi, da se zelo veliko mladih želi družiti v realnem in ne le spletnem življenju. V boju za resnične spremembe se želijo povezovati z resničnimi osebami: skupaj ustvarjajo plakate, prapore ter organizirajo sestanke, proteste in delavnice.



Gibanje uporablja tako spletne kot nespletne kanale za širjenje prepričanj, da je trajnostni način moderen, za povezovanje mladih in za spodbujanje sprememb k bolj trajnostnemu svetu.

Gibanje lahko razumemo tudi kot poskus mladih, da se ločijo od generacije staršev in svojega otroštva. Torej ne gre samo za protest za bolj zdravo okolje, ampak tudi za protest proti življenjskemu stilu njihovih staršev. Morda sta uporništvo in revolucionarnost današnji obliki izražanja mladih.



# Globalno izobraževanje in cilji trajnostnega razvoja

## Globalna povezanost – od koristi do izzivov

Živimo v svetu, kjer smo socialno, politično, ekonomsko in okoljsko povezani z drugimi ljudmi. Povečano trgovanje med državami, migracijski tokovi, rast mednarodnih in političnih organizacij ter spremembe v transportni in komunikacijski tehnologiji pomenijo hitro rast medsebojnih povezav.

Ljudem, ki so del globalizirane in tesno povezane skupnosti, ta prinaša veliko koristi, saj prispeva k širitvi človekovih obzorij, povečuje možnosti za potrošnja blaga, narejenega na različnih delih sveta, zagotavlja dostop do znanj in produktov znanstvenega in tehnološkega razvoja, pri ljudeh pomaga razvijati razumevanje raznolikosti v družbah, povečuje število priložnosti za osebni in družbeni razvoj ter možnosti za deljenje idej ter skupno delovanje za reševanje skupnih problemov. Vendar pa procesi globalizacije ustvarjajo tudi veliko družbenih, ekonomskih in okoljskih izzivov, kot so povečana stopnja revščine v družbah, rast neenakosti med revnimi in bogatimi državami, neskladja med privilegiranimi in neprivilegiranimi ljudmi, prisilne migracije, kršitve človekovih pravic, izkoriščanje ranljivih skupin, rasizem in ksenofobija, oboroženi konflikti, negotovost in rast individualizma, klimatske spremembe, ekološka neravnovesja, onesnaževanje, izkoriščanje naravnih virov in še mnogo drugih.

## Spoprijemanje z največjimi globalnimi izzivi, Agenda 2030 za trajnostni razvoj

Da bi se soočili z največjimi problemi današnje globalne družbe, so svetovni voditelji sklenili sporazum, ki bo pomagal spodbujati trajnostni razvoj na planetu. Septembra 2015 je Generalna skupščina Združenih narodov sprejela Agendo za trajnostni razvoj 2030, ki je znana tudi kot cilji trajnostnega razvoja (CTR). Agenda je namenjena vsem državam, saj je njen namen pritegniti vse države k boju za odpravo vseh oblik revščine, boju proti neenakostim in spopadanju s klimatskimi spremembami ter zagotavljanju, da nihče ne ostane sam in pozabljen. Agenda vključuje 17 glavnih in 169 pridruženih ciljev trajnostnega razvoja, ki naslavlja glavne socialne, ekonomske in okoljske izzive današnjega sveta. Agenda spodbuja ukrepe na petih ključnih področjih:



**Ljudje** – z uresničitvijo CTR bi odpravili revščino in lakoto ter vsem ljudem zagotovili možnosti za uresničevanje njihovih potencialov, dostojanstva in enakosti v zdravem okolju;





**Planet** – uresničitev CTR bi pomenila vpeljavo trajnostne potrošnje in proizvodnje dobrin, trajnostnega ravnanja z naravnimi viri ter izpeljavo nujnih ukrepov glede klimatskih sprememb, torej konec degradacije našega planeta;



**Blaginja** – uresničitev CTR bi zagotovila vsem ljudem, da bi lahko živeli uspešna in uresničujoča življenja v okolju z naravo usklajenega tehnološkega, družbenega in ekonomskega napredka;



**Mir** – z uresničitvijo CRT bi spodbujali razvoj miroljubnih, pravičnih in vključujočih družb, v katerih ni prostora za strah in nasilje, saj trajnostni razvoj ni mogoč brez miru, mir pa ni mogoč brez trajnostnega razvoja;



**Partnerstvo** – z uresničitvijo CTR bi zagotovili sredstva za izvedbo programa s prenovljenim partnerstvom za trajnostni razvoj. Sodelovanje držav, ljudi in drugih deležnikov mora temeljiti na okrepljeni globalni solidarnosti, ki je osredotočena na najrevnejše in najranljivejše.

V okviru projekta Globalno lokalno izobraževanje smo z našimi aktivnostmi dali prednost trem CTR:

- CTR 5 – **enakost spolov**

Cilj je uresničitev enakosti spolov in opolnomočenje vseh žensk in deklet. Zakaj je cilj pomemben? Razlogov je več: enakost spolov je temeljna človekova pravica in nujen temelj za miroljuben, cvetoč in trajnostni svet; spodbujanje enakosti spolov in zagotavljanje enakih možnosti za vse ne glede na spol je ključno za zmanjševanje revščine in neenakosti, povečanje dostopa do izobraževanja ter zagotavljanja zdravja in blaginje za vse, torej za polno razvito družbo;

- CTR 11 – **trajnostna mesta in skupnosti**

Mesta morajo postati vključujoča, varna, prožna, odporna in trajnostna. Svet se vse bolj urbanizira, število ljudi, ki živi v urbanih središčih, pa narašča, zato je zagotavljanje enakosti in vključevanje vseh, zagotavljanje ustreznih stanovanj, učinkovito upravljanje z odpadki, zmanjševanje onesnaževanja in porabe energije, krepitev zmogljivosti za ustrezne odzive na naravne nesreče ter učinke klimatskih sprememb ključnega pomena za graditev močnih in trajnostnih skupnosti;

- CTR 12 – **trajnostna potrošnja in proizvodnja**

S širšim svetom smo vsakodnevno povezani preko naših vzorcev potrošnje. Preko njih imamo velikanski (pozitiven ali negativen) vpliv na tri razsežnosti trajnostnega razvoja, in sicer na družbo, gospodarstvo in okolje. Iskanje poti, s katerimi bi lahko spremenili našo potrošnjo in proizvodnjo v bolj trajnostno, in vpeljevanje že majhnih sprememb v tej smeri ima torej lahko pozitiven vpliv na ljudi in planet.



Čeprav so partnerji GEGL projekta osredotočeni le na tri zgoraj omenjene CTR, je potrebno opozoriti, da je 17 CTR medsebojno odvisnih in povezanih – na primer: zagotavljanja trajnostne potrošnje in proizvodnje (CTR 12) ni mogoče uresničevati brez zagotavljanja primernih delovnih pogojev (CTR 8), zagotavljanje primernih stanovanj in bivanjskega okolja (CTR 11) lahko vodi v zmanjševanje revščine (CTR 1). Zagotavljanje kvalitetnega izobraževanja (CTR 4) je v središču Agende 2030 za trajnostni razvoj in je bistveno za uspešnost vseh CTR.

## **Globalno državljanstvo in globalno izobraževanje**

Uresničevanje ciljev trajnostnega razvoja je skupna odgovornost vseh – vlad, podjetij, civilne družbe, pa tudi vsakega posameznika, ki ima pri izvajanju agende 2030 pomembno vlogo. Individualne navade, vedenja in delovanja učinkujejo na ljudi in planet, zato je nujno, da vsi ljudje na svetu ravnajo kot aktivni in odgovorni globalni državljani.

Kdo je globalni državljan? To, da smo del globalne skupnosti, prinaša številne koristi. Kako pa se spoprijemamo z globalnimi izzivi? Kakšna je naša odgovornost do njih?

Obstaja več opredelitev globalnega državljana. Navajamo opredelitev, ki jo uporabljajo avtorji priročnika Šest korakov do globalnega državljanstva: »Za globalnega državljana lahko štejemo vsakega, ki priznava koristi, ki jih ima kot del globalne skupnosti, in hkrati sprejema osebno odgovornost do slednje in ustrezno tudi ravna. Vedenje globalnega državljana temelji na razumevanju globalne povezanosti in predanosti skupnemu dobremu«.

CTR 4.7 prepoznava pomembnost za vsakega, da si pridobi znanja in spretnosti, potrebne za promocijo trajnostnega razvoja. Globalno izobraževanje je eden od celostnih izobraževalnih pristopov, ki lahko pomaga posamezniku, da raste in se razvija kot aktivni in odgovorni državljan ter da lokalno in globalno prispeva k pozitivni spremembi v smeri bolj trajnostnega in pravičnejšega planeta. Globalno izobraževanje je aktivni učni proces, zgrajen na vrednotah solidarnosti, enakosti, pravičnosti, vključitvi in sodelovanju. Prispeva k odpravljanju revščine in spodbujanju trajnostnega razvoja. Globalno izobraževanje omogoča vsakemu, da napreduje skozi proces učenja do delovanja in razvije lastne razmisleke, spretnosti in vrednote, potrebne za razvijanje trajnosti lokalnih in globalnih skupnosti.



# Učni rezultati in ogrodje globalne kompetence

Globalna kompetenca je sposobnost in naravnost v razumevanju in delovanju glede problemov globalnega pomena.

Globalno izobraževanje je učni proces in je kot tak namenjen razvijanju specifičnih sposobnosti pri učečih se. Kaj torej želimo doseči z globalnim izobraževanjem? Ljudi želimo popeljati na učno potovanje, katerega končni cilj je razvoj sposobnosti in motivacije za delovanje za trajnosti razvoj in boj proti globalnim nepravilnostim.

Uresničitev tega cilja zahteva od mladih in mladinskih delavcev, da poglobijo svoje razumevanje povezanosti v sodobnem globalnem svetu. Razumevanje vključuje sposobnost raziskovanja in zavedanje vpliva lastnih ravnanj na ljudi na drugem koncu planeta; kritično mišljenje, ki pomeni sposobnost kritičnega ocenjevanja, preizpraševanja in premišljevanja pridobljenih pisnih in avdiovizualnih informacij; razviti morajo sposobnosti, kot so empatija, solidarnost, ustvarjanje in vzdrževanje pomenljivih razmerij in kritično soočanje s stereotipi in predsodki. Le razvoj teh sposobnosti bo mlade in mladinske delavce spodbudil k delovanju.

Razvitih je bilo več različnih ogrodij globalnega izobraževanja, opozoriti pa želimo na ogrodje, razvito pri CCSSO in Asia Society, ki v ospredje postavlja štiri skupine kompetenc:



**raziskovanje sveta:** učeči se morajo biti usposobljeni in motivirani za postavljanje vprašanj glede povezanosti sveta in globalnih problemov. Razviti morajo sposobnosti kritičnega mišljenja in razvijanja argumentov, temelječih na prepričljivih dokazih, ter pri tem upoštevati različne perspektive;



**prepoznavanje perspektiv:** medkulturne kompetence, se pravi zmožnost prepoznavanja, da so pogledi na vrednote, dostop do informacij, izobraževanje, kvaliteta življenja idr. med akterji lahko različni;



**posredovanje zamisli:** zmožnost delovanja in komuniciranja z različnimi skupinami, aktivno poslušanje in sodelovanje;



**delovanje:** učeči se potrebujejo pogum, motivacijo in znanja ter spretnosti za načrtovanje in izvajanje aktivnosti, ocenjevanje njihovega vpliva in upoštevanje morebitnih posledic na druge.





### Raziskovanje sveta

- Identifikacija problema, postavljanje vprašanj in pojasnjevanje njihovega pomena.
- Uporaba različnih jezikov, virov in medijev za identifikacijo in tehtanje pomembnih dokazov.
- Analiza, integracija in sinteza dokazov ter priprava koherentnih odgovorov.
- Razvijanje argumentacije, temelječe na prepričljivih dokazih, in oblikovanje argumentov.

### Delovanje

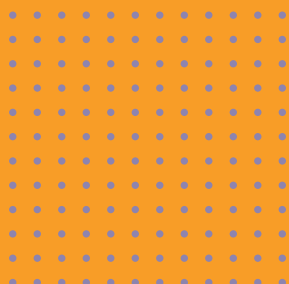
- Identifikacija in ustvarjanje priložnosti za individualno ali skupno delovanje za izboljšanje pogojev življenja.
- Ocenjevanje možnosti in načrtovanje delovanja na podlagi dokazov in potenciala za vplivanje na pogoje življenja.
- Individualno ali skupno ustvarjalno in etično delovanje za izboljšanje življenjskih pogojev in za ocenjevanje učinkov izvedenih aktivnosti.
- Refleksija sposobnosti zagovorništva in prispevkov k izboljševanju življenjskih pogojev.

### Prepoznavanje perspektiv

- Prepoznavanje in izražanje lastnih pogledov in identifikacija njihovih posledic.
- Pregledovanje pogledov drugih in identifikacija vplivov.
- Pojasnjevanje medsebojnih kulturnih vplivov.
- Artikulacija vplivov različnega dostopa do znanj, tehnologije in virov na kvaliteto življenja in poglede na svet.



### Komunikacija zamisli

- Prepoznavanje in izražanje razlik v dojetanju pomenov pri različnih javnostih in njihov vpliv na komunikacijo.
- Učinkovito poslušanje in komuniciranje z različnimi ljudmi.
- Izbiranje in uporaba ustreznih tehnologij in medijev za komuniciranje z različnimi javnostmi.
- Refleksija vplivov učinkovite komunikacije in sodelovanja v medsebojno povezanem svetu.



# KAKO UPORABLJATI PRIROČNIK





Priročnik je zasnovan tako, da ga lahko mladi med 14. in 30. letom starosti uporabljajo v različnih učnih okoljih. Namenjen je predvsem mladinskim delavcem v neformalnem izobraževanju, vendar se ga lahko s pridom uporablja tudi v formalnem izobraževanju. Aktivnosti so zasnovane tako, da jih je mogoče prilagoditi starosti udeležencev. Večina aktivnosti je prilagojena manjšim skupinam, je pa aktivnosti mogoče izpeljati tudi v skupinah z do 35 udeležencev.

Za dvig motivacije udeležencev in njihove pripravljenosti za nadaljnje delovanje priporočamo uporabo različnih orodij in aktivnosti, predstavljenih v priročniku.

## Struktura priročnika

Priročnik je razdeljen na šest poglavij, ki obravnavajo različne vidike vključevanja mladih v globalno izobraževanje s pomočjo pop kulture. V uvodnem poglavju so na kratko opisani projekt Globalno lokalno izobraževanje in partnerji projekta. V drugem poglavju so pojasnjeni interesi mladih in različni elementi pop kulture in pomen pop kulture za mlade. Dodan je kratek uvod v cilje trajnostnega razvoja, globalno izobraževanje in okvir globalnih kompetenc. Tretje poglavje vsebuje napotke, kako najučinkoviteje uporabljati priročnik. V četrtem poglavju so predstavljene učne aktivnosti. Poglavje je razdeljeno na pet enot (zvočnik in beseda, fotografija in vizualno izražanje, gibajoče se umetnost, družabni mediji in digitalni aktivizem ter ulična umetnost in urbana pop kultura), ki so tematsko in metodološko povezane s pop kulturo in interesi mladih. Peto poglavje je osredotočeno na vprašanja delovanja kot rezultat globalnega učenja. Zadnje šesto poglavje pa je posvečeno kratki razpravi o vlogi evaluacije v okviru globalnega učenja in vključuje primere, ki jih je mogoče uporabiti v kombinaciji z vsemi ostalimi aktivnostmi. Poglavjem sledi slovar s ključnimi izrazi, uporabljenimi v priročniku.

### Aktivnosti

Vse aktivnosti v priročniku so zasnovane na praktičen način. Aktivnosti so zelo ustvarjalne, pozitivno naravnane in temeljijo na različnih elementih pop kulture. Njihov namen je vzbuditi interes in radovednost mladih. Učni cilji aktivnosti so povezani z vsaj enim od treh ciljev trajnostnega razvoja (CTR 5, 11, 12), ki so srce projekta Globalno lokalno izobraževanje. Več aktivnosti vključuje možnost izvedbe aktivnosti zunaj na prostem, kar med drugim pri udeležencih spodbuja raziskovanje njihovega mesta, skupnosti ali soseske.

Da bi zagotovili lažjo in hitrejšo orientacijo med množico aktivnosti, so vse aktivnosti predstavljene na enak način. Opis vsake aktivnosti vsebuje:







Uvod – podane so kratke informacije o aktivnosti in informacije, na kakšen način je aktivnost povezana s tematskimi sklopi priročnika;



Splošni namen – predstavljeno je, kaj nameravamo z izvajanjem aktivnosti doseči;



Učni cilji – predstavljeno je, kaj se bodo udeleženci tekom aktivnosti naučili;



Velikost skupine – podano je približno število udeležencev aktivnosti;



Trajanje aktivnosti – opredeljuje okvirni čas trajanja aktivnosti (dejanski čas trajanja aktivnosti lahko od okvirnega odstopa zaradi specifik udeležencev, angažiranosti udeležencev ter načinov vodenja skupine);



Pripomočki in kraj izvajanja aktivnosti – predstavljeno je, kateri pripomočki so potrebni za izvajanje aktivnosti, in kje se aktivnost izvaja (notri, v zaprtem prostoru ali zunaj, na prostem v lokalni skupnosti);



Opis aktivnosti – podana so podrobna navodila, kako izvesti aktivnost. Vključujejo opozorila o tem, kdaj je treba udeležencem podati dodatna specifična navodila oziroma informacije in v kakšni obliki (pisni, ustni, slikovni);



Razmislek – predstavljeni so primeri vprašanj, ki so lahko v pomoč pri usmerjanju razprave in razmišljanju udeležencev po izpeljavi aktivnosti;



Nasveti za izvajanje in priporočila za prilagajanje aktivnosti – predstavljeni so praktični predlogi možnih sprememb aktivnosti in predlogi za krepitev specifičnih učinkov aktivnosti.

Aktivnosti se lahko izvede posamično (eno aktivnost) ali v kombinaciji (več aktivnosti).



# Matrica

	Memi	Svet stripov	Zapoj	Sposojene besede	Delo s fotografijami – zbirka orodij	Grafiti, ulična umetnost	Globalni vtisi	Pravila ravnanja s podobami	Globalni superheroji	Če bi bil film skupnost	Moškost – ženskost	V scenariju	Premišljevanje o izzivih	Digitalni aktivizem	Individualna digitalna orodja	Spletno – nespletno	Pripravimo digitalno	Komentiraj	Umetnost ali smeti	Moj prostor
CTR 5: Enakost spolov	x		x		x		x	x	x		x	x		x	x	x	x	x		x
CTR 11: Trajnostna mesta in skupnosti		x		x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x	x	x		x
CTR 12: Trajnostna potrošnja in proizvodnja		x		x	x			x	x			x		x	x	x	x	x	x	x
Splošni globalni problemi/globalno izobraževanje					x			x	x				x							

# Nasveti za izvajalce

Vloga izvajalcev aktivnosti je kompleksna, najpomembnejša pa je, da udeležencem zagotavljajo podporo tekom celotnega učnega procesa. Obstaja več priročnikov o tem, kako razviti in izboljšati svoje mentorske in izvajalske sposobnosti. Tu podajamo nekaj priporočil, ki so utemeljena na vsebini in metodologiji našega priročnika in ki upoštevajo tudi značilnosti ciljne skupine:

- aktivnosti so zasnovane za udeležence med 14. in 30. letom starosti. Predlagamo, da aktivnosti prilagodite glede na starost, kulturne specifikke in predznanje udeležencev;
- preverite morebitne zakonske omejitve;
- bodite prilagodljivi in ustvarjalni:



pripomočke in materiale, predstavljene v priročniku, lahko uporabite na različne načine;



izbor kraja izvajanja aktivnosti naj bo takšen, da podpre izvajanje aktivnosti in olajša njihovo izvajanje; torej kraj brez omejitev za udeležence, izvajalce in celoten učni proces;

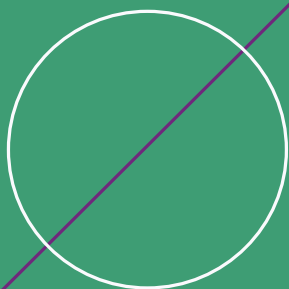
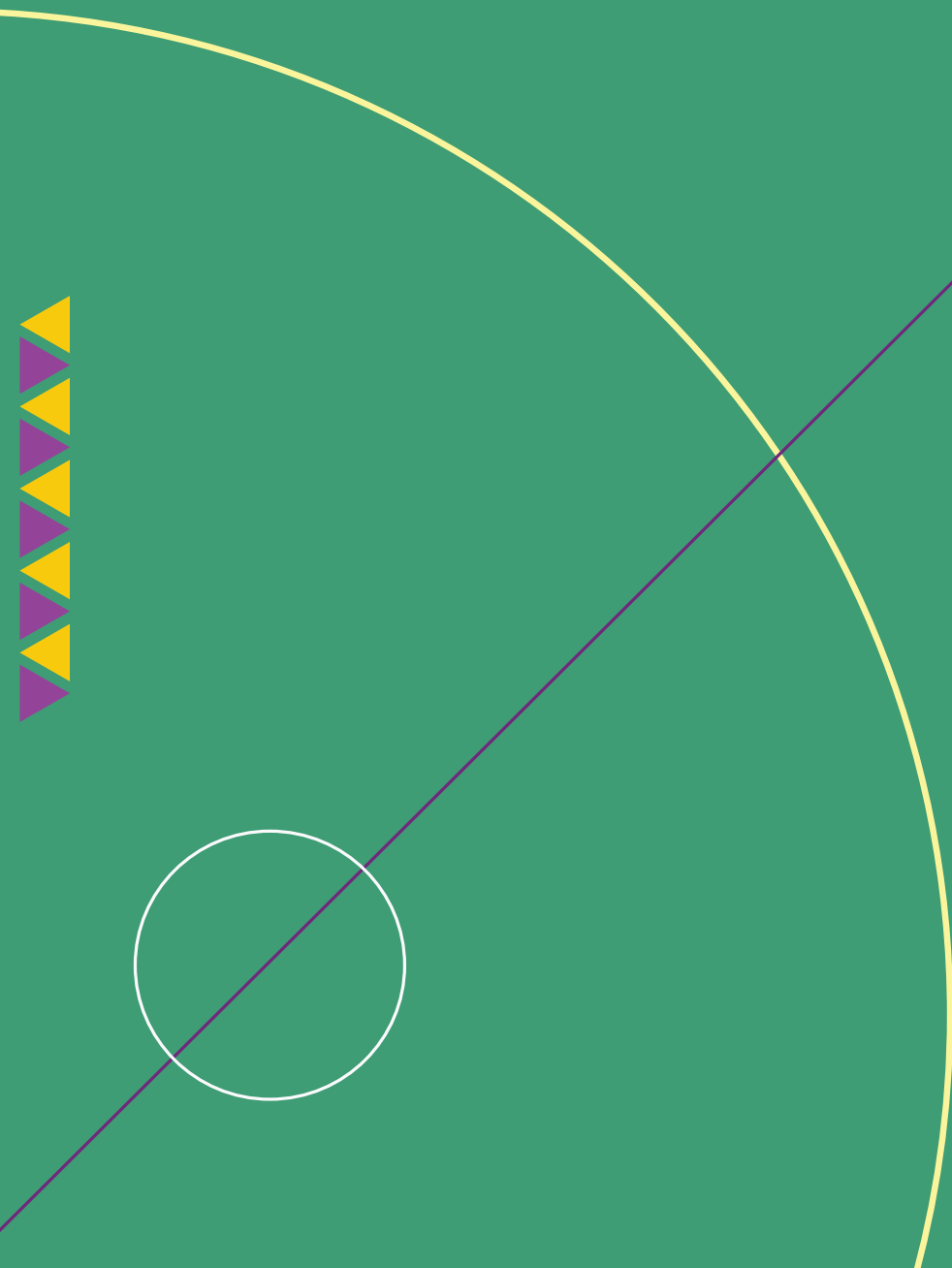
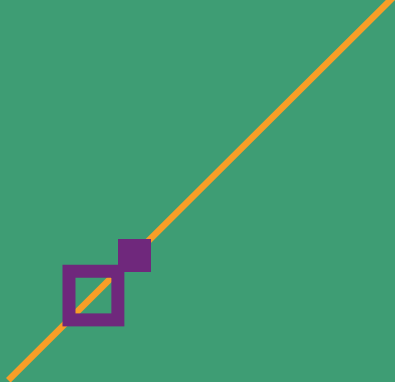


čas trajanja aktivnosti je okvirno priporočilo, saj je potrebno trajanje aktivnosti prilagajati specifikam udeležencev;

- prilagodite težavnost in število vprašanj glede na potrebe in značilnosti skupine, s katero izvajate aktivnost;
- priročnik je bil zasnovan leta 2019, zato se lahko zgodi, da nekateri primeri morda ne bodo več aktualni in priljubljeni med mladimi in jih boste morali ustrezno prilagoditi;
- bodite pozorni in previdni pri izbiri javnih oseb kot primerov, saj so lahko njihova sporočila in delovanja protislovna in sporna (npr. oseba se lahko zavzema za trajnostno proizvodnjo, vendar je hkrati lastnica podjetij, katerih proizvodnja praksa trajnosti ne upošteva);
- razmislite, kako ustvariti zaupanje in učno klimo, da bodo udeleženci lahko (po potrebi anonimno) neobremenjeno postavljali vprašanja glede CTR ali izpostavljali druge probleme, na katere se nanašajo izvajane aktivnosti. Za zagotavljanje anonimnosti lahko uporabite lahko škatlo (ali ovojnico ipd.);
- pred objavo prispevkov (slikovnih ali besedilnih) se prepričajte, da imate za to izrecno dovoljenje vseh, ki jih to zadeva. To pomeni, da morate po potrebi zagotoviti tudi dovoljenje staršev udeležencev, kar je še posebej pomembno pri objavi vsakršnega avdiovizualnega gradiva na spletu.



# UČENJE S POPOM



# Zvok in beseda

Aktivnosti za mlade Zvok in beseda so aktivnosti, pri katerih sta zvok in beseda uporabljena za raziskovanje CTR. S pripovedovanjem zgodb in njihovim preišljevanjem ter prepisovanjem lahko udeleženci aktivno sodelujejo v procesu kritičnega dialoga, ki povezuje njihove osebne izkušnje s širšimi globalnimi vprašanji.

Aktivnosti omogočajo udeležencem deljenje zgodb in interpretacijo izkušenj, poleg tega pa udeležence popeljejo tudi v svet zgodb, kjer lahko sodelujejo pri njenem dokončanju. Aktivnosti zagotavljajo široko paleto učnih priložnosti: učenje z delovanjem, preišljevanje o specifičnih dejanjih in vzajemno učenje.

Izvajalec se lahko odloči, ali bo za širjenje oziroma spodbijanje določene ideje uporabil znane in priljubljene osebe iz realnega življenja, knjig ali filmov.





# Memi



## UVOD

Aktivnost je povezana z uporabo memov, ki so zelo priljubljeni med mladimi in s katerimi je mogoče prenašati različna sporočila.



## SPLOŠNI NAMEN

Raziskati temelje in oblike diskriminacije deklet in žensk (CTR 5).



## UČNI CILJI:

- soočiti udeležence z realnostjo spolnih stereotipov in predsodkov ter seksizma
- razviti kritično mišljenje in sposobnosti argumentirane razprave
- širiti solidarnost, enakost in medsebojno spoštovanje



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem povejte, da bodo potrebovali pametne telefone ali druge naprave, s katerimi bodo lahko brskali po spletu. Če vsi udeleženci nimajo omenjenih pripomočkov, morate zagotoviti, da bodo skupine zasnovane tako, da bosta v vsaki skupini vsaj dva udeleženca, ki pripomočke imata.

### Aktivnost

#### Prvi korak

- S tehniko viharjenja možganov naj udeleženci poiščejo čim več idej za odgovor na vprašanje, kaj so stereotipi in seksizem. Po končanem viharjenju možganov oba pojma tudi skupaj definirajte.



## VELIKOST SKUPINE

5–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

60–90 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- papir
- lepilo
- škarje
- pisala
- primeri memov

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### Drugi korak

- Udeležence prosite, naj zasnujejo svoje lastne meme. V pomoč jim dajte revije, iz katerih lahko izrezujejo fotografije ali dodajajo besedilo. Prosite jih, naj napišejo nekaj, kar so prebrali ali slišali o vsakem spolu, lahko pa napišejo tudi svoje mnenje.

### Tretji korak

- Udeleženci naj meme, ki so jih ustvarili, pokažejo drugim. Vzpodbudite razpravo med udeleženci glede vsebine memov in njihove oblike (zakaj so npr. izbrali določeno fotografijo oziroma podobo).
- Odprite razpravo, v kateri naj udeleženci povedo o svojih srečanjih z memi pred aktivnostjo (v šoli, doma, med prijatelji). So kdaj v njih prepoznali seksizme, spolne stereotipe in predsodke? Kako so se ob tem počutili?
- Lahko jih prosite, da meme poiščejo na spletu in o njih razpravljajo.



### RAZMISLEK

- Kaj je vplivalo na vašo izbiro mema? Kaj je vplivalo na podobo/obliko mema?
- O kom govorijo/poročajo memi? Ali je več memov o ženskah ali moških?
- Zakaj je temu tako?
- Kaj bi pri svojem memu lahko spremenil, da bi njegovo sporočilo postalo drugačno ali celo nasprotno od zdajšnjega?
- Ali obstajajo pozitivne in negativne posledice uporabe memov?
- Ali bi na svojem memu zdaj, ko ste videl meme drugih in meme na spletu, kaj spremenili?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Meme lahko skupaj ustvarite tudi na spletu z uporabo spletnih strani za kreacijo memov. Obstajajo spletne strani s prednaloženimi podobami, možnostmi dodajanja besedil ter dodajanja lastnih podob. Če obstaja možnost izvedbe, lahko pripravljalna faza aktivnosti vključuje tudi:

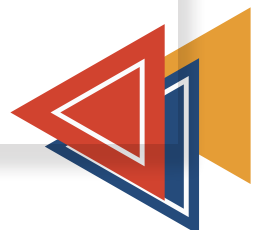
- Kahoot kviz z vprašanji, povezanimi s CTR 5;
- Ženskost – moškost (več o aktivnosti v poglavju Premikajoča se umetnost);



- Viharjenje možganov besed fant/moški, dekle/ženska. Vključite lahko tudi razpravo o družbeno konstruiranih vlogah spolov, ki so povezane s seksizmi, stereotipi in spolno neenakostjo.

### Različice

- Kot podlago za razpravo o CTR 5 lahko uporabite že obstoječe meme, poskrbeti pa morate, da bodo primerni in nedvoumni.







## Svet stripov

### **UVOD**

Stripi so lahko močno orodje za izražanje idej s pomočjo podob in besedil, saj lahko kompleksne in abstraktne koncepte prikažejo jasneje s pomočjo podob in tudi vizualnih ter besednih metafor. Udeleženci lahko uporabijo obstoječe stripovske junake ali ustvarijo svoje.

### **SPLOŠNI NAMEN**

Vključiti udeležence v reševanje problemov CTR 11 in CTR 12.

### **UČNA CILJA:**

- razviti kritično mišljenje, sposobnost reševanja problemov in argumentiranega razpravljanja

### **OPIS AKTIVNOSTI**

#### **Priprave**

Zagotovite dovolj pripomočkov za vsakega udeleženca.

- spodbuditi odprtost duha in občutek družbene odgovornosti

### **VELIKOST SKUPINE**

5–25 udeležencev

### **ČAS AKTIVNOSTI**

100–120 minut

### **PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI**

- papir
- markerji in pisala
- škarje
- radirke in šilčki

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## Aktivnost

### Prvi korak

- Udeležencem predstavite glavne elemente stripa (npr. naslov, sličice, besedilo v oblakih, spremno besedilo).

### Drugi korak

- Osredotočite se na en CTR in ga z udeleženci dobro predebatirajte. Kaj natančno pomeni izbrani CTR? Zakaj je pomemben? Kdo je odgovoren oz. kdo bi moral poskrbeti za njegovo uresničitev?
- Nato naj se udeleženci individualno ali v skupinah odločijo, kdo bodo njihovi junaki v stripu ter kakšna bo njihova vloga.

### Tretji korak

- Udeleženci naj začnejo izdelovati lasten strip.
- Ko udeleženci izdelajo strip, naj ga dajo drugim udeležencem na vpogled. Razvijte razpravo, še posebej o zgodbah.



## RAZMISLEK

- Ali se je bilo težko odločiti za temo stripa?
- Na podlagi česa ste izbrali glavne junake stripa? Katere osebnostne značilnosti imajo? Katere družbene vloge imajo? Ali so junaki realistični?
- Kako ste se odločili glede konca stripovske zgodbe?
- Ali je konec realističen? Če ni, kako bi lahko postal?



## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Stripi naj ne bodo predolgi. Glede na značilnosti udeležencev (število, starost ipd.) lahko aktivnost organizirate tudi na naslednja načina:

- Udeležence prosite, naj strip zasnujejo z odprtim koncem, se pravi tako, da problem ni rešen. Ko udeleženci zasnovajo stripa končajo, s pomočjo skupinske razprave poiščite rešitev problema, po razpravi pa skupaj dokončajte strip.
- Udeležence prosite, naj poiščejo vse deležnike in definirajo njihove potrebe. Udeležence nato razdelite v skupine. Vsaka skupina naj izdelajo strip za specifičnega deležnika in njegove potrebe. Na koncu preglejte vse stripe in razpravljajte o možnih rešitvah problema z upoštevanjem potreb vseh deležnikov, predstavljenih v stripih. Svetujemo, da udeležencem dobro pojasnite razliko med potrebami in hotenji (željami).





# Zapoj



## UVOD

Priljubljena pop skladba lahko vsebuje besedilo, ki namiguje na seksizem, nasilje in objektivizacijo žensk ali jih ponižuje na kakšen drug način. Ta aktivnost udeležence spodbudi, da raziščejo pogosto zanemarjeno kompleksno sporočilnost priljubljenih pop skladb.

- razviti spretnosti kritične analize in argumentirane razprave pri analizi spolnih stereotipov in spolne diskriminacije
- spodbuditi solidarnost, enakost in spoštovanje razpravljanja



## VELIKOST SKUPINE

5–15 udeležencev



## SPLOŠNI NAMEN

Kritična analiza spolnih stereotipov v pop kulturi.



## ČAS AKTIVNOSTI

60–90 minut



## UČNI CILJI:

- soočiti udeležence z realnostjo spolnih stereotipov in seksizmov



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- pop pesem, zvočnik
  - besedila pop pesmi
  - pisala
- Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnost niso potrebne, priporočamo pa, da pred aktivnostjo ugotovite, ali je za branje besedila pesmi kot zgodbe potrebna prilagoditev besedila pesmi.

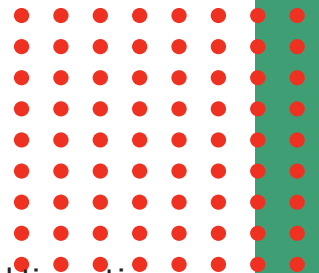
### Aktivnost

#### Prvi korak

- Izberite pop pesem z besedilom, ki je nespoštljivo do žensk ali moških in ki spodbuja seksizem.

#### Drugi korak

- Udeležencem preberite besedilo pesmi kot zgodbo (verjetno bo potrebna prilagoditev besedila).





- Udeležence prosite, naj razmislijo o izvoru prebrane zgodbe.

Tretji korak

- Udeležence razdelite v skupine. Besedilo pesmi naj ponovno napišejo tako, da ne bo več nespoštljivo in da ne bo vsebovalo seksizma in diskriminacije.
- Vsaka skupina naj predstavi svojo različico izvirnega besedila. Če je mogoče, naj besedilo zapojejo na melodijo izvirne pesmi. Spodbudite razpravo o tem, ali bi sprememba besedila vplivala na splošno kakovost pesmi in kako bi mladi spremenjeno (popravljeno) različico pesmi sprejeli.



### RAZMISLEK

- Ali je preprosto/zapleteno najti besedila pesmi, ki so nespoštljiva do žensk?
- Ali ste že slišali pop pesmi, ki so nespoštljive do moških?
- Ali ste bili presenečeni nad katerimi koli verzi izvirnega besedila?
- V čem se spremenjena verzija pesmi razlikuje od izvirne?
- Kolikšen delež pop pesmi po vašem mnenju vsebuje nespoštljive izjave, stališča in trditve?
- Zakaj poslušate skladbe te vrste?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Udeležence lahko tudi spodbudite, da poiščejo pop pesmi z besedili, ki spodbujajo spoštovanje, spolno enakost in spolno nediskriminacijo. O tovrstnih besedilih pop pesmi si izmenjajte mnenja s pomočjo skupinske razprave.



# Sposojene besede



## UVOD

Aktivnost je osredotočena na pesništvo, zasnovana je tako, da se udeleženci igrajo z besedami in pomeni na način, da ustvarijo lastno poezijo z drugačnimi pomeni.

- razpravljanja
- spodbujati občutek družbene odgovornosti in predanost aktivizmu



## VELIKOST SKUPINE

5–25 udeležencev



## SPLOŠNI NAMEN

Aktivnost uvaja udeležence v globlje razumevanje CTR 11 in 12.



## ČAS AKTIVNOSTI

45–60 minut



## UČNI CILJI:

- izvedeti več o konceptih vključujočega, varnega in trajnostnega mesta ter o trajnostni potrošnji in proizvodnji
- razviti kritično mišljenje in spretnosti argumentiranega



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- popularne revije
- listi
- škarje
- pisala

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Pred izvedbo aktivnosti morate zagotoviti zadostno količino revij z besedili za vse udeležence, besedila lahko natisnete tudi s spleta. Za vsak CTR lahko pripravite svoje besedilo.

### Aktivnost

#### Prvi korak

- Udeležencem pojasnite pomen sposojenega pesništva (sposojeno pesništvo pomeni, da uporabimo besede iz besedil v časopisih, knjigah, revijah ipd. za pisanje pesmi). Obseg in oblika pesmi sta prepuščena presoji udeležencev.





### Drugi korak

- Udeležencem razdelite revije oziroma drugo tiskano gradivo, povezano s specifičnim CTR, ki ga bodo obravnavali.

### Tretji korak

- Udeleženci naj napišejo svojo pesem z uporabo razdeljenih besedil. To storijo tako, da v besedilih prečrtajo besede, ki jih ne želijo uporabiti, lahko pa besedam, ki ostanejo, dodajo nove. Za lažji pregled lahko pesem prepisejo na list papirja.
- S pesmijo naj odgovorijo na eno od naslednjih vprašanj: Kako je ta CTR povezan z mano? Kaj slabega se lahko zgodi, če tega CTR ne bomo dosegli? Kaj dobrega se lahko zgodi, če dosežemo ta CTR?



### RAZMISLEK

- Kako ste se počutili med aktivnostjo?
- Menite, da je pesem, ki ste jo napisali, pomembna za današnji svet?
- Menite, da je pesništvo pomembno za reševanje sodobnih težav?
- Kako nam poezija pomaga pri razmišljanju o določenih temah?
- Ali so teme, pomembne za CTR, popularne v najbolj branih revijah in časopisih?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Če delate z udeleženci, ki niso seznanjeni s CTR 11 in 12, jih morate s CTR 11 in 12 seznaniti pred izvedbo aktivnosti.

#### Različice:

- udeleženci lahko namesto pesmi napišejo kratko zgodbo. To bo verjetno lažje za udeležence, ki niso navajeni branja poezije;
- udeležencem naročite, naj napišejo govor, v katerega morajo vključiti določene ključne besede. Z udeleženci lahko razpravljate tudi o pomembnih govorih znanih osebnosti, ki so jih posvetili temam CTR 11 in 12 (npr. Emma Watson, Malala Yousafzai, Stephen Hawking);
- udeležencem lahko daste na voljo nekaj besed, povezanih s CTR 11 ali CTR 12 (npr. zemlja, milijon ljudi, viri, trajnostno mesto ipd.), in jih prosite, da z njihovo uporabo napišejo kratko zgodbo ali pesem.



# Spremembe

Svet je preveč prevežet,  
z odpadnimi stvarmi objet.  
Ampak mi takešnega ne moremo sprejet.

Na svetu je preveč lačnih ljudi,  
Enakopravnosti sploh ni,  
zato ukrepati moramo vsi.

Ljudje se ne zavedamo,  
okoli sebe ne pogledamo.  
Podnebne spremembe so že tu,  
kmalu ne bo več miru.

Gozdovi nam gorijo,  
živali pa bežijo.  
Politiki le sedijo  
in s tem nič ne naredijo.

ženske so podrejene,  
stvari so za majhen denar narejene.  
Cene izdelkov niso pošene,  
kmetom so samo v breme.

Tehnologija bo napredovala,  
in s tem nas oškodovala,  
vse naravne stvari nam bo pobrala  
in nas s tem pokopala.

Begunci k nam bežijo,  
boljše razmere želijo,  
ampak tega ne dobijo,  
ker brez dokumentov prihitijo.

Da mira po svetu ni,  
zavedati se moramo prav vsi,  
da človeštvo res trpi,  
z vsemi temi spremembami.

Pesem so na Zimski GEGL šoli na Ptujju 26. 1. 2020 napisali Klara Lamovšek, Domen Drobež, Tina Žibert, Matej Goričanec in Ana Frangež.

## Fotografija in vizualno izražanje

Fotografija in vizualno izražanje vključujeta širok nabor sredstev dokumentiranja in izražanja. Po eni strani gre za sredstva, namenjena čisti in stvarni dokumentaciji, po drugi strani pa za sredstva, namenjena ilustraciji zgodb, umetnosti in spodbujanju k razmišljanju in delovanju.

Fotografijo, »zapis podobe objekta s pomočjo lastnosti svetlobe ali podobnega sevanja na svetlobno občutljiv material«, so začeli uporabljati v tridesetih letih devetnajstega stoletja. Naravo dokumentiranja sveta je spremenila za vedno, saj je fotografija takojšnji in navidezno avtomatični zapis, pridobljen s pomočjo leč, ki opazovalcu za razliko od risbe daje vtis avtentičnosti. Znan rek – Fotografija ne laže – kaže na to, da so fotografije pogosto pravzaprav povsem objektivni zapis zunanje realnosti.

Vendar pa, kot boste lahko videli na naslednjih straneh, je pri fotografijah veliko prostora za manipulacije. Okvirjanje, osvetlitev, perspektiva, čas osvetlitve in različne tehnike razvijanja filma so bile in so še metode iskanja umetniškega izraza v fotografiji, uporabljajo pa se tudi v časopisni (dokumentarni) fotografiji kot sredstvo poudarjanja določenih zgodb ali njihovih vidikov ter za spodbujanje točno določenih odzivov pri naslovniku.

Z razširitvijo digitalne fotografije so se odprle nove možnosti in novi načini ustvarjalnega poustvarjanja fotografij. Vsi poznamo fotografije, obdelane z Photoshopom, ki so videti povsem avtentične in realistične.

S pametnimi telefoni je fotografiranje in obdelovanje fotografij dostopno vsakemu; tudi mlajši najstniki imajo dostop do pametnih telefonov in vgrajenih fotografskih aparatov in kamer, družabni mediji pa jim omogočajo hitro in enostavno širjenje in javno objavo nastalih fotografij. Fotografije in vizualni opisi dogajanj so postali vseprisotni, zelo preprosto jih je izdelati in preprosto si jih je ogledati. Poleg fotografij so postali vsem dostopni tudi videi, saj je vse več vsebin na voljo v obliki kratkih videov.

V tem poglavju si bomo ogledali nekaj osnovnih oblik manipulacije in okvirjanja podob in njihovih sporočil. Ocenili bomo tudi njihov vpliv na naslovnike. Udeleženci aktivnosti bodo imeli priložnost razmišljati in razpravljati o lastni percepciji vizualnega gradiva. Poglavje vključuje tudi aktivnost, neposredno povezano s Pravili vedenja glede podob in sporočil, ki jih uporablja vse več organizacij na svetu. Namen pravil je zagotavljanje visokega standarda spoštovanja človekovega dostojanstva v fotografskih in drugih vizualnih predstavitev ljudi in njihovih življenj.



# Delo s fotografijami – zbirka orodij



## UVOD

Z aktivnostjo udeleženci spoznajo nekaj koristnih orodij za obdelovanje, izrezovanje in zakrivanje fotografij oz. drugega vizualnega gradiva.



## SPLOŠNI NAMEN

Namen aktivnosti je spodbuditi udeležencev k raziskovanju in analizi fotografij z upoštevanjem njihovega konteksta.



## UČNI CILJI:

- krepitev kritičnega mišljenja
- refleksija lastne perspektive in individualnih okvirjev ob pogledu na določene situacije oziroma tematike
- krepitev sodelovanja in ustvarjalnega mišljenja



## VELIKOST SKUPINE

5–30 udeležencev

## Izbira fotografije



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
  - barvni samolepilni listki
- Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## ČAS AKTIVNOSTI

15 minut



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem pokažite fotografije oz. druge vrste tiskanih podob.

### Aktivnost

Prvi korak

- Vsak udeleženeec naj dobi dva barvna samolepilna listka.
- Vsak udeleženeec naj izbere dve fotografiji/tiskani podobi in ju označi s svojima listkoma.





Drugi korak

- Udeleženec, ki si je fotografijo eno minuto ogledoval, drugemu udeležencu v paru fotografijo opiše, ta pa jo na podlagi opisa poskuša narisati.
- Z udeleženci primerjajte (prvotne) fotografije z risbami, nastalimi na podlagi opisa fotografij.



### RAZMISLEK

- Katere stvari so bile dobro opisane in zakaj?
- Kaj je bilo iz opisov izpuščeno in zakaj?
- Je bilo v opisih kaj, česar ni bilo na (prvotni) fotografiji?

## Opis fotografije



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
  - papir
  - markerji ali barvice
- Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### ČAS AKTIVNOSTI

15 minut



### OPIS AKTIVNOSTI

#### Priprave

Udeleženci se razdelijo v pare. Vsak par dobi potrebne pripomočke (fotografije oz. druge tiskane podobe, papir, markerje ali barvice).

#### Aktivnost

Prvi korak

- Eden od udeležencev v paru si eno minuto ogleduje fotografijo.



Drugi korak

- Udeleženec, ki si je fotografijo eno minuto ogledoval, drugemu udeležencu v paru fotografijo opiše, ta pa jo na podlagi opisa poskuša narisati.
- Z udeleženci primerjajte (prvotne) fotografije z risbami, nastalimi na podlagi opisa fotografij.
- 



### RAZMISLEK

- Katere stvari so bile dobro opisane in zakaj?
- Kaj je bilo iz opisov izpuščeno in zakaj?
- Je bilo v opisih kaj, česar ni bilo na (prvotni) fotografiji?

## Obdelava fotografije



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
- papir in lepilna masa
- markerji in barvice



### ČAS AKTIVNOSTI

15 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### OPIS AKTIVNOSTI

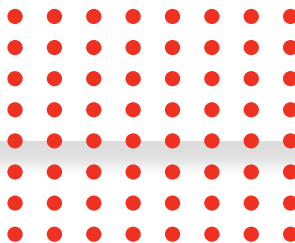
#### Priprave

Udeležence razdelite v manjše skupine. Na sredino papirja postavite fotografijo (oz. drugo tiskano podobo) tako, da je le-ta delno zakrita.

#### Aktivnost

Prvi korak

- Vsaka skupina naj dobi eno delno zakrito fotografijo.
- Vsaka skupina naj poskuša uganiti, kaj/kdo je na zakritem delu fotografije.





Drugi korak

- Skupine naj poskusijo narisati zakriti del fotografije.
- Skupine razkrijejo zakriti del fotografije.



### RAZMISLEK

- Kaj ste dodali fotografijam oz. kako ste zakriti del fotografije dopolnili?
- Zakaj ste fotografije dopolnili ravno tako?
- V čem se original razlikuje od dopolnitve?
- Kaj vas je presenetilo na fotografiji?

## Onkraj okvirja



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
- večji list papirja in lepljiva masa
- markerji in barvice



### ČAS AKTIVNOSTI

15 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.

---



### OPIS AKTIVNOSTI

#### Priprave

Posebne priprave na aktivnost niso potrebne.





## Aktivnost

Prvi korak

- Skupini pokažite vse fotografije in razpravljajte o njihovi vsebini. Udeležence spodbujajte k temeljitemu ogledu fotografij.

Drugi korak

- Fotografije nalepite na sredino večjega lista.
- Udeležence razdelite v pare. Vsak par naj fotografijo razširi s pomočjo risbe.



## RAZMISLEK

- Na podlagi česa ste fotografijo razširili?
- Zakaj mislite, da je nastala ta fotografija?

# Besedilo v oblačkih



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
- večji list papirja in lepljiva masa
- markerji in barvice

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## ČAS AKTIVNOSTI

15 minut



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Iz papirja izstrizite velike oblačke. Udeleženci naj se razdelijo v pare ali manjše skupine.

### Aktivnost

Prvi korak

- Vsaka skupina oz. par naj izbere fotografijo in razpravlja o njeni vsebini in občutkih oseb na njej.





Drugi korak

- Skupine/pari naj se odločijo, o čem osebe na fotografijah govorijo in besedilo vpišejo v oblačke, ki ste jih izstrigli iz papirja.



### RAZMISLEK

- Kaj je v vašem življenju podobno stvarim na fotografijah in kaj ne?
- Ali je vsebina fotografije povezana z vašim osebnim življenjem ali življenjem lokalne skupnosti, v kateri živite?
- Kako ste se določili, o čem govorijo osebe na fotografiji?
- Kaj bi vprašali osebe s fotografij?

## Naslovi



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije oziroma druge vrste tiskanih podob
  - večji list papirja in lepljiva masa
  - markerji in barvice
- Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### ČAS AKTIVNOSTI

20 minut



### OPIS AKTIVNOSTI

#### Priprave

Udeležence razdelite v majhne skupine. Vsaka skupina dobi fotografijo, list, markerje in lepilno maso.





## Aktivnost

### Prvi korak

- Vsaka skupina naj si ogleda fotografijo. Udeleženci naj znotraj skupine razpravljajo o vsebini fotografij. Za fotografijo naj določijo tri naslove, in sicer:
  - \* opisni oziroma nevtralni naslov (primer so lahko naslovi fotografij v časopisih);
  - \* naslov, ki je značilen za naslove fotografij v družabnih medijih (vključijo naj tudi lojtre);
  - \* naslov, ki izraža pogled lokalnih NVO oziroma mladinskih centrov, ki poskušajo dobiti finančne donacije.

### Drugi korak

- Fotografije z naslovi predstavite vsem udeležencem. Ugotovite, kako je percepcija fotografije določena z različnimi naslovi.



## RAZMISLEK

- Kaj je različno v naslovih? Kaj je presenetljivega?
- Kaj si mislite o fotografiji, če ima različne naslove?
- Kateri naslov je najbolj pritegnil vašo pozornost?
- Čigave perspektive so izražene v naslovih?



## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnosti so zelo splošne in so lahko prilagodljive različnim starostnim skupinam udeležencev. Namesto risanja dodatka fotografijam ga udeleženci lahko le opišejo.
- Fotografije izberite skladno z vsebino, ki jo obravnavate, pri čemer uporabite eno ali več zgoraj predstavljenih orodij.
- Fotografije lahko uporabite kot uvodno aktivnost ali kot nadgradnjo že obravnavanih vsebin.
- Z uporabo te metode spodbujate kritično in ustvarjalno mišljenje, metodo pa lahko uporabite tudi za refleksijo že izvedenih aktivnosti.





# Grafiti, ulična umetnost



## UVOD

S to aktivnostjo udeleženci raziskujejo ulično umetnost različnih mest po svetu in poskušajo razvozlati njeno sporočilnost in njen družbeni kontekst. Kaj se lahko o skupnosti naučimo iz ulične umetnosti? Preizpraševanje podob ulične umetnosti udeležencem pomaga razvijati kritično mišljenje. Ob koncu aktivnosti lahko udeleženci ustvarijo lasten primer ulične umetnosti.



## SPLOŠNI NAMEN

Aktivnost udeležence spodbuja k raziskovanju in analiziranju fotografij in podob ter njihovih sporočil v kontekstu CTR 11.



## UČNI CILJI:

- spodbujati kritično mišljenje
- razmisliti o lastnih perspektivah in individualnih omejitvah pogleda na določene teme in vsebine
- spodbujati sodelovanje in ustvarjalno mišljenje



## VELIKOST SKUPINE

5–30 udeležencev

## Raziskovanje grafitov



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotografije grafitov
- večji listi papirja, lepilna masa
- flomastri, markerji
- fotokopije trajnostnega kompasa (fotokopija trajnostnega kompasa je lahko tudi večja, da bo vidna vsem udeležencem)



## ČAS AKTIVNOSTI

60 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.







## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležence razdelite v skupine s tremi do petimi udeleženci. Vsaka skupina dobi fotografijo, prilepljeno v središče večjega lista papirja. Uporabite lahko fotografije iz priročnika ali fotografije, ki so prosto dostopne na svetovnem spletu ali Instagramu. Vsaka skupina dobi tudi fotokopijo trajnostnega kompasa.

### Aktivnost

Prvi korak

- Vsaka skupina naj si pozorno ogleda fotografijo in jo opiše. Odgovorijo naj na vprašanja, kje mislijo, da se nahaja, in v kakšnem družbenem kontekstu.
- Vsaka skupina naj nariše trajnostni kompas okrog fotografije in razmisli o vprašanih za vsak razdelek trajnostnega kompasa (narava, družba, družbeno, ekonomsko, finančno, odločevalci, politika idr.). Udeležence spodbujajte, da zastavijo čim večje število vprašanj.

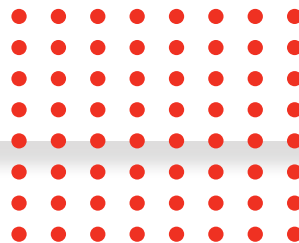
Drugi korak

- Po dve skupini udeležencev naj skupaj razpravljata o podobah na fotografijah in opišeta, kaj vidita. Kje se grafit nahaja? Kakšen je njegov družbeni kontekst?
- Udeleženci naj premislijo o vzporednicah z njihovim lastnim družbenim kontekstom, soseškami in mestom.
- Na koncu naj vsaka skupina na kratko predstavi fotografijo.



## RAZMISLEK

- Ali je bilo težko zastaviti vprašanja? Zakaj? S katerimi razdelki ste imeli največ težav?
- So si fotografije med sabo podobne ali različne?
- Na kakšen način je ulična umetnost povezana s CTR, še posebej s spolno enakostjo, trajnostnimi mesti in skupnostmi ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo?
- Kakšen je prispevek ulične umetnosti k trajnostnim mestom? Kako je ulična umetnost povezana z družbeno-ekonomskim kontekstom mesta oziroma lokalno skupnostjo?



# Naslikaj lokalno



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- barvni papir, večji listi papirja
- lepilna masa
- markerji
- fotoaparati oziroma pametni telefoni
- barvice, flomastri



## ČAS AKTIVNOSTI

5 ur (vključno z aktivnostmi v lokalni skupnosti)

Aktivnost se izvaja notri in zunaj na prostem v lokalni skupnosti.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Pri tej aktivnosti boste z udeleženci raziskali lastno lokalno skupnost, zato si zagotovite dovolj časa. Vsak udeleženec ali vsaj vsaka skupina udeležencev mora imeti fotoaparat oziroma pametni telefon.

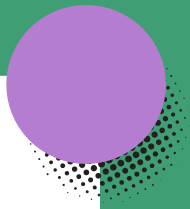
### Aktivnost

#### Prvi korak

- Udeleženci naj individualno ali v manjših skupinah raziščejo mesto ali sosesko, v kateri živijo, in poiščejo primere ulične umetnosti. Kaj so našli? Grafite? Morda kakšne druge oblike ulične umetnosti? Politično umetnost? Primere ulične umetnosti naj udeleženci fotografirajo.
- Skupaj si oglejte nastale fotografije. Kakšne so? So podobne primerom ulične umetnosti, ki so jih udeleženci že poznali? V čem so si podobne? V čem se razlikujejo? Kakšna je sporočilnost primerov ulične umetnosti, ki so jih našli udeleženci? Koga naslavlja? Kakšen učinek, če kakšen, imajo?

#### Drugi korak

- Zasnujte lasten primer ulične umetnosti (npr. grafit). Udeleženci naj se razdelijo v skupine. Vsaka skupina naj izbere enega od CTR in premisli o njegovem lokalnem pomenu. Svoje izsledke naj napišejo na barvni papir.
- Vsaka skupina naj izmed zaznanih problemov izbere tistega, za katerega misli, da je najpomembnejši, in razmisli o tem, kaj bi želeli sporočiti glede izbranega problema. Ko se o tem skupinsko dogovorijo, naj sporočilo upodobijo preko ulične umetnosti.



### Tretji korak

- Če le imate možnost, naj skupine svoje primere ulične umetnosti realizirajo v naravi, če pa to ni mogoče, naj udeleženci primere ulične umetnosti predstavijo na večjem listu papirja.
- Udeleženci naj svoje izdelke fotografirajo, lahko jih tudi objavijo na Instagramu, pri objavi naj uporabijo #streetart, #G EGL, #GlobalEducationGoesPop.

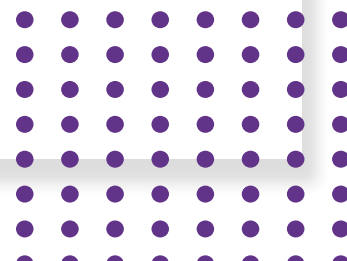
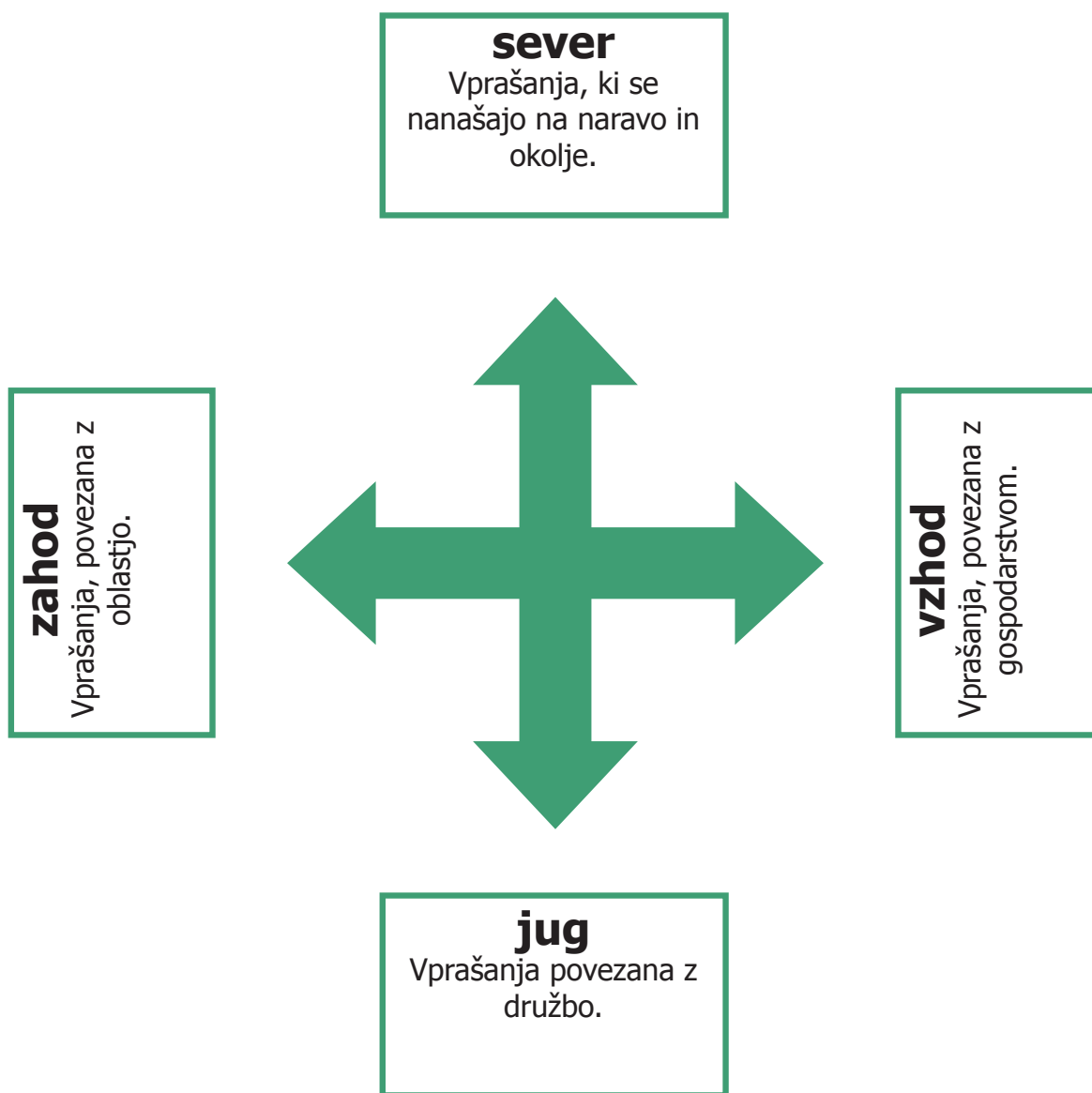


### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnost lahko razširite in dopolnite s fotografijami ulične umetnosti po svetu. Poskrbite pa, da uporabite fotografije, s katerimi ne boste kršili avtorskih pravic.
- Mlajši otroci imajo lahko težave z razumevanjem trajnostnega kompasa, zato naj preprosto napišejo vsa vprašanja na navaden list papirja.
- Če imate priložnost na aktivnost povabiti uličnega umetnika, ne oklevajte.



# Trajnostni kompas



# Globalni vtisi



## UVOD

Za to aktivnost uporabite prosto dostopne fotografije, ki dokumentirajo določene vidike življenja v različnih delih sveta. Fotografije udeležence spodbudijo k raziskovanju stereotipov oziroma k primerjavi fotografij med sabo in k primerjavi fotografij z lastnim okoljem. Tu je uporabljen primer fotografij Kje otroci spijo avtorja Jamesa Mollisona. Fotografije portretirajo otroke iz različnih delov sveta v njihovih spalnicah.



## SPLOŠNI NAMEN

Aktivnost spodbuja udeležence h kritični razpravi o podobah, ki prikazujejo vidike osebnih življenj v različnih delih sveta. Udeleženci lahko spoznajo in se opredelijo do lastnih stereotipov in do stereotipov drugih (vključno avtorjev). Primer iz priročnika se nanaša na CTR 5 in CTR 11.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Fotografije natisnite in ločite fotografije otrok od fotografij njihovih spalnic. Udeležence razdelite v tri skupine, vsaka skupina dobi en niz fotografij.



## UČNI CILJI:

- krepiti kritično mišljenje
- spodbuditi razmišljanje o lastnih vidikih in predpostavkah
- povečati medijsko pismenost udeležencev



## VELIKOST SKUPINE

5–20 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

45 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- trije nizi tiskanih fotografij Kje otroci spijo ([jamesmollison.com/books/where-childrensleep/](http://jamesmollison.com/books/where-childrensleep/))
- samolepilni listki različnih barv
- večji list papirja, lepljiva masa in markerji
- trije nizi kartic držav

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.





## Aktivnost

### Prvi korak

- Udeležencem razložite osnovni kontekst in namen fotografskega niza. Fotografije naj si dobro ogledajo, nato pa naj poiščejo ustrezne pare otrok – spalnica.
- Udeleženci naj pare otrok – spalnica nalepijo na večji papir tako, da bo med njimi dovolj prostora za komentarje oz. razloge, zakaj so združili ravno ti dve fotografiji. Dodajo naj tudi mnenje o tem, v kateri državi živi otrok, prikazan na fotografiji.

### Drugi korak

- Vsaka skupina naj predstavi svoje rezultate. Spodbudite razpravo in vprašanja med skupinami, hkrati pa to priložnost izkoristite tudi za razpravo o stereotipih in predsodkih.
- Skupine naj si ponovno ogledajo fotografije in zabeležijo podobnosti in razlike med njimi. Napišejo naj tudi vprašanja, ki bi jih radi zastavili otrokom na fotografijah in vprašanja o fotografijah.

### Tretji korak

- Vsaki skupini razdelite kartice držav in udeležence prosite, naj jih razvrstijo k fotografskim parom.
- Razkrite dejanske fotografske pare. Spodbudite razpravo o tem.



## RAZMISLEK

- Kaj vas je najbolj presenetilo?
- Je bilo težko uskladiti fotografije otrok in njihovih spalnic? Po čem ste sklepali, da fotografije spadajo skupaj? Ste iskali kakšne posebne namige?
- Kaj ste si mislili, ko ste odkrili, da ste pare razvrstili narobe?
- Na podlagi česa ste države razvrstili k parom fotografij?
- Kakšen je vaš odnos do fotografij? Ali vas spominjajo na vašo lastno spalnico?
- Katere so podobnosti in razlike med vsemi fotografijami?
- Ali fotografije ustrezajo našim predstavam o različnih državah? Kaj bi vi pričakovali glede spalnic otrok v različnih državah?





## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Na spletu so na voljo tudi drugi nizi fotografij, primerni za uporabo: "What Kids Around the World Eat for Breakfast" ([www.nytimes.com/interactive/2014/10/08/magazine/eaters-all-over.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/interactive/2014/10/08/magazine/eaters-all-over.html?_r=1)), "Hungry Planet – What the World Eats" ([www.theguardian.com/lifeandstyle/gallery/2013/may/06/hungry-planet-whatworld-eats](http://www.theguardian.com/lifeandstyle/gallery/2013/may/06/hungry-planet-whatworld-eats)), "Mother and Daughters" ([www.america.aljazeera.com/multimedia/photo-gallery/2014/3/photosmothers-anddaughtersforinternationalwomensday.html](http://www.america.aljazeera.com/multimedia/photo-gallery/2014/3/photosmothers-anddaughtersforinternationalwomensday.html)).
- Udeležence lahko prosite, naj za primerjavo prinesejo fotografijo lastne spalnice ali spalnice njihovih otrok. Nato lahko primerjate fotografije spalnic udeležencev in ugotavljate, v čem so si podobne in v čem si razlikujejo? Spodbudite razpravo o razlogih za razlike.



## Kartice držav

Tajska	ZDA	Japonska
ZDA	Italija	Kitajska
Zahodni breg	Lesoto	Nepal
ZDA	Kambodža	ZDA
Senegal	ZDA	Braziliya
Kitajska	Slonokoščena obala	Braziliya
ZDA	ZDA	Nepal
Zahodni breg	Zahodni breg	Kolumbija
Kitajska	Japonska	ZDA
Braziliya	Senegal	ZDA
Nepal	Nepal	Braziliya
Škotska	Kenija	Japonska





# Pravila ravnanja s podobami in sporočili



## UVOD

Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili je razvila irska razvojna nevladna platforma Dochas. V svoje delovanje pa jo je vključila tudi CONCORD (Evropska konfederacija NVO za pomoč in razvoj) in vse njene članice. S pravilnikom je NVO zagotovljen referenčni okvir, na katerega se lahko obrnejo vsakič, ko pri svojem delu uporabljajo ali objavljajo fotografije in drugo vizualno gradivo. Z upoštevanjem pravilnika lahko lažje sledijo in vzdržujejo načela spoštovanja človekovega dostojanstva. Pravilnik namreč temelji na načelih, ki zagotavljajo izogibanje senzacijskim in stereotipnim podobam. Organizacije, ki spoštujejo načela pravilnika, so obvezane, da pri objavi fotografij in sporočil ustrezno predstavijo vso kompleksnost situacije in pridobijo dovoljenja fotografiranih oseb za objavo. Še posebej pomembna so tri načela: 1. spoštovanje dostojanstva vseh oseb; 2. prepričanje v enakost vseh ljudi; 3. nujnost promocije pravičnosti, solidarnosti in pravičnosti. Aktivnost udeležence vpelje v pravilnik in jih spodbuja, da fotografije in sporočila

uporabljajo v skladno z načeli pravilnika. Poleg tega aktivnost udeležence spodbuja, da na podobe in sporočila pogledajo iz različnih perspektiv in razmislijo ter presežejo stereotipe in evrocentrične poglede na zadevno situacijo.



## SPLOŠNI NAMEN

Udeleženci se seznanijo s Pravilnikom ravnanja s podobami in sporočili in z načeli, iz katerih izhaja. S pomočjo pravilnika lahko udeleženci raziskujejo poglede na situacije, oblastne odnose in sporočila s pomočjo podob in njihove izbire.



## UČNI CILJI:

- raziskati in razumeti Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili
- spodbujati kritično mišljenje
- premišljeno izbirati podobe in sporočila na podlagi lastnih pogledov in vrednot



## VELIKOST SKUPINE

5–30 udeležencev



## Prvi del – analiza fotografij in podob



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili, ki naj bo viden vsem udeležencem
- niz fotografij iz različnih spletnih virov (podan je seznam predlogov, fotografije pa lahko poiščete tudi sami)
- niz kartic za analizo fotografij za vsako skupino udeležencev
- niz vrednotnih kartic za vsako skupino udeležencev
- večji list papirja in lepilna masa
- markerji in pisala
- fotoaparati/pametni telefoni za vsako skupino udeležencev

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### ČAS AKTIVNOSTI

45 minut



### OPIS AKTIVNOSTI

#### Priprave

- Udeležence razdelite v skupine, velike od štiri do pet udeležencev. Vsaka skupina naj dobi niz fotografij, niz kartic za analizo fotografij in niz vrednotnih kartic, lepilno maso, večji list papirja in markerje ter pisala.

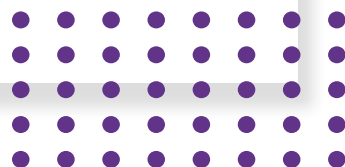
#### Aktivnost

##### Prvi korak

- Na kratko predstavite Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili. Udeležence prosite, naj razmislijo o primerih, ko so se že soočili z načeli pravilnika, in sicer tako s primeri spoštovanja kot kršenja načel pravilnika.
- Skupine naj si pozorno ogledajo fotografije, ki ste jim jih razdelili. Analizirajo naj jih s pomočjo kartic za analiziranje. Ugotovitve naj zapišejo na papir.

##### Drugi korak

- Udeleženci naj poskušajo uskladiti vrednotne kartice s fotografijami. Razmislijo naj o vzrokih ujemanja podobe in vrednotnega sporočila.
- Katere fotografije so v skladu s pravilnikom?
- Vsaka skupina naj na kratko predstavi svoje ugotovitve, zaželeno pa je tudi razprava med skupinami in udeleženci.





## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Kaj je bilo pri aktivnosti najbolj zanimivo?
- Je bilo zapleteno analizirati fotografije?
- Katere vrednote so najslabše predstavljene na fotografijah?
- Kateri stereotipi so najbolj opazni in najpogostejši na fotografijah? Zakaj menite, da je tako?
- Katera načela pravilnika so za vas najpomembnejša? Zakaj?
- Ste kdaj sodelovali v kampanji? Katere podobe in sporočila ste (so) uporabili?
- Katera načela in vodila bi bilo najtežje uresničiti v vaši lastni kampanji oziroma katera načela in vodila bi bilo najtežje uresničiti, če bi poskušali objaviti lastno zgodbo?

## Drugi del – lastna kampanja



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili, ki naj bo viden vsem udeležencem
- niz fotografij iz različnih spletnih virov (lahko uporabite fotografije iz seznama predlogov, lahko pa jih poiščete tudi sami)
- niz kartic za analizo fotografij za vsako skupino udeležencev
- niz vrednotnih kartic za vsako skupino udeležencev
- papir in lepilna masa
- markerji in pisala
- fotoaparati/pametni telefoni za vsako skupino udeležencev

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### ČAS AKTIVNOSTI

2 uri





## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležence razdelite v skupine. Vsaka skupina naj dobi papir, markerje in pisala, skupina pa mora imeti na voljo tudi vsaj en fotoaparatus.

### Aktivnost

Prvi korak

- Vsaka skupina udeležencev naj izbere problem, ki je prisoten v njihovi lokalni skupnosti in za katerega mislijo, da potrebuje nujno ukrepanje.
- Prosite jih, naj naredijo načrt za kampanjo zbiranja sredstev ali kampanjo splošnega seznanjanja. Kampanja, ki jo bodo pripravili, mora temeljiti na načelih in vodilih pravilnika. Načrt kampanje naj skicirajo na list.
- Skupine naj svoje načrte predstavijo druga drugi.

Drugi korak

- Udeleženci lahko za kampanjo uporabijo lastne fotografije ali pa fotografije s spleta.
- Skupine naj končajo svoje kampanje. Pri tem jih opozarjajte, naj pri delu uporabijo tako kartice za analizo kot tudi vrednotne kartice.
- Vse skupine naj predstavijo svoje kampanje.



## RAZMISLEK

- Se je bilo zahtevno zediniti glede problema kampanje?
- Se je bilo zahtevno zediniti glede načina reprezentacije problema s fotografijo in sporočilom? Kaj je bilo najtežje?
- Na kakšen način ste v kampanjo vključili vrednote?
- Katero načelo pravilnika je bilo najlažje uresničiti in katero najtežje?
- Ali bi bilo kampanjo lažje pripraviti in bi bila potencialno uspešnejša, če vam ne bi bilo treba upoštevati pravilnika?
- Ali bi pravilnik lahko uporabljali pri vašem vsakdanjem delu?



## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Vprašanja in nivo razprave prilagodite predhodnemu znanju in starosti udeležencev. Pri mlajših udeležencih bi bilo verjetno primernejše, da za pripravo kampanje izvedete skupno ekskurzijo, tekom katere posnamete potrebne





fotografije. Če imate na voljo nekaj več časa in udeleženci dobro razumejo angleško, si oglejte TED predstavitev Chimamanda Ngozi Adichie z naslovom *The Danger of a Single Story*. Po ogledu začnite razpravo o predstavitvi. Poskušajte najti vzporednice z vašim lokalnim okoljem in povezave s CTR.

## Pravilnik ravnanj s podobami in sporočili

Naša organizacija je podpisala Dochas Pravilnik vedenja glede podob in sporočil.

S podpisom pravilnika se zavezujemo, da bomo v našem komuniciranju upoštevali naslednja načela:

1. Spoštovanje dostojanstva oseb pri uporabi vseh podob in sporočil.
2. Prepričanje, da so vsi ljudje enaki.
3. Nujnost spodbujanja pravičnosti, solidarnosti in enakosti.

V skladu s tem si prizadevamo:

- Izbirati podobe in z njimi povezana sporočila, ki temeljijo na vrednotah spoštovanja, enakosti, solidarnosti in pravičnosti.
- Realistično predstavitev podob oziroma situacij v neposrednem in posrednem kontekstu. S tem lahko izboljšamo javno razumevanje realnosti in kompleksnosti razvoja.
- Izogibali se bomo uporabi podob in sporočil, ki stereotipizirajo, senzacionalizirajo ali diskriminirajo osebe, prostore ali situacije.
- Uporabljali bomo podobe in sporočila, za katera bomo imeli polno privoljenje za objavo.
- Zagotavljali, da bodo osebe, katerih situacijo predstavljamo, imele možnost izraziti svoja mnenja in poglede.
- Vsem osebam, ki se nočejo izpostavljati, zagotoviti ustrezno stopnjo anonimnosti.



Kot podpisniki Pravilnika ravnanj s podobami in sporočili se zavezujemo, da bomo v organizaciji sprejeli ustrezne ukrepe, ki bodo zagotovili učinkovito izpolnjevanje s podpisom prevzetih obveznosti. Našo privrženost pravilniku bomo jasno izrazili v naših javnih komunikacijah. Dochas pravilnik je dostopen na spletni strani <http://www.dochas.ie/code.htm>.

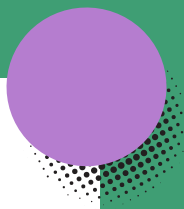
## Priporočene spletne povezave do fotografij:

- [www.facebook.com/IFRC/photos/a.411689139279/10156687048239280/?type=3&theater](https://www.facebook.com/IFRC/photos/a.411689139279/10156687048239280/?type=3&theater)
- [www.facebook.com/Sophia-For-Children-310934165676880/](https://www.facebook.com/Sophia-For-Children-310934165676880/)
- [www.instagram.com/savethechildren/](https://www.instagram.com/savethechildren/)
- [www.facebook.com/HelpRefugeesUK/](https://www.facebook.com/HelpRefugeesUK/)
- [www.instagram.com/worldvision/](https://www.instagram.com/worldvision/)

Uporabite lahko tudi fotografije s spletnih strani/družbenih omrežij organizacij, ki delujejo v vašem lokalnem okolju oz. državi in naslavljaajo CTR.

## Kartice za analizo fotografij

Kdo je žrtev?	Kdo je junak?	Pod katerim kotom oz. v kateri perspektivi je nastala fotografija?
Kaj sporoča fotografija?	Česa fotografija ne sporoča?	Kdo ima moč/oblast?
Kakšen je kontekst?	Kdo je naslovljen?	Kakšna je zgodba?
Kdo je aktiven?	Kdo je pasiven?	Kako so predstavljeni otroci in ženske?
Kakšen je namen podobe/fotografije?	Kateri stereotipi so uporabljeni/prisotni na fotografiji?	



## Vrednotne kartice

Pravičnost

Enakost

Spoštovanje

Človekove pravice

Dostojanstvo

Solidarnost



## Gibajoča umetnost

Kaj je gibajoča se umetnost? [Vocabulary.com](http://Vocabulary.com) podaja naslednjo opredelitev pojma: »Gibajoča se umetnost je oblika zabave, ki predstavlja zgodbo z zvokom in nizom slik z iluzijo neprekinjenega gibanja.«

Filmi in televizijske serije so že od nastanka večinoma razumljeni kot nekaj, kar je namenjeno zabavi, vendar pa jih lahko uporabimo tudi za dvig zavesti mladih o različnih vidikih CTR. Vse oblike gibajoče se umetnosti je mogoče prilagoditi izobraževalnim aktivnostim za mlade. Mladi lahko preko gibajoče se umetnosti dosežejo empatično razumevanje situacij in lažjo orientacijo po kompleksnih problemih CTR. Pri mladih lahko gibajoča se umetnost okrepi sposobnost kritičnega mišljenja in spodbuja radovednost in ustvarjalnost. Z njihovo uporabo lahko učni procesi postanejo zanimivejši in privlačnejši za mlade, kar poveča možnosti uspešnosti učnega procesa.

V tem poglavju je predstavljen niz aktivnosti, ki vam bodo pomagale pri vključevanju gibajoče se umetnosti v aktivnosti globalnega izobraževanja. Gibajočo se umetnost lahko uporabite bodisi kot vir informacij in navdiha bodisi kot sredstvo raziskovanja različnih vidikov situacij in CTR. Gibajoča se umetnost omogoča tudi hitro in učinkovito raziskovanje karakterjev oseb v filmih in serijah ter dekonstrukcijo filmskih zgodb in ustvarjanje lastnih scenarijev.







# Globalni superheroji



## UVOD

Aktivnost udeležencem pomaga raziskati karakterje in njihove kvalitete, kar pripomore k razumevanju in raziskovanju problemov, povezanih s CTR.



## SPLOŠNI NAMEN

Namen aktivnosti je raziskovanje osebnih karakterjev in lastnosti pri reševanju vprašanj CTR.



## UČNI CILJI:

- razumeti lastnosti aktivnega državljana
- iskati rešitev za globalna

vprašanja

- spodbujati ustvarjalnost



## VELIKOST SKUPINE

15–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

45–60 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- papir,
- barvice, svinčniki, markerji, voščenke.

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnost niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeležence vprašajte, kaj razumejo pod pojmom superheroj. Lahko podate naslednjo opredelitev: »Superheroj je bitje z izredno fizično ali mentalno močjo, ki močno presega normalne človeške sposobnosti. Superheroji uporabljajo te moči za zaščito nedolžnih ljudi in skupnega dobrega. Do teh moči pridejo zaradi zunanjih okoliščin, kot so napredna tehnologija ali magija; tudi uporabljajo jih na s tem skladen način.«
- Udeleženci naj povedo, katere superjunake iz filmov, risank ali serij poznajo. Nato skupaj razpravljajte, zakaj so te osebe superheroji, kako izgledajo, katere sposobnosti imajo ipd.





#### Drugi korak

- Udeležence razdelite na skupine, velike od štiri do pet oseb.
- Skupine naj ustvarijo, narišejo svojega superheroja z močmi, ki bi lahko rešile globalne probleme. Razmislijo naj še o imenu, podobi in supermoči superheroja, ki ga bodo usvarili.
- Skupine naj nato svoje superheroje predstavijo druga drugi.



#### RAZMISLEK

- Kako ste se odločili za izbor svojega superheroja? Kaj je bilo odločilno pri izboru?
- Katero moči ima vaš superheroj?
- Katero od supermoči vašega superheroja bi vi radi imeli oziroma katero lastnost bi izboljšali na sebi? Kako bi vam to pomagalo pri vašem globalnem državljanstvu?
- Kako supermoči vašega izbranega superheroja lahko pomagajo pri reševanju globalnih problemov, ki ste jih navedli?
- So rešitve, ki jih lahko izpelje vaš superheroj, realistične? Kaj bi morali storiti, da bi jih uresničili vi?



#### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

Aktivnost je mogoče uporabiti kot orodje za iskanje karakternih lastnosti za reševanje vseh globalnih problemov.

- Lahko jo uporabite kot del daljšega učnega procesa, v katerem se udeleženci podrobneje seznanijo z globalnimi problemi.
- Aktivnost lahko popestrite tudi tako, da prosite udeležence, da zaigrajo svoje superheroje pri reševanju izbranega globalnega problema.





# Če bi bil film skupnost



## UVOD

Udeleženci se seznanijo s ključnimi pojmi trajnostnih mest in skupnosti ter z načini analize in transformacije informacij pri ustvarjanju lastnega modela trajnostne skupnosti.



## SPLOŠNI NAMEN

Raziskati ključne koncepte, povezane z idejo trajnostnega mesta in trajnostne skupnosti.



## UČNI CILJI:

- razumeti ključne koncepte, povezane z idejo trajnostnega mesta in trajnostne skupnosti
- naučiti se analizirati informacije
- spodbujati ustvarjalnost



## VELIKOST SKUPINE

15–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

60–90 minut (ne vključuje časa, potrebnega za ogled filma)



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- oprema za ogled filma
- film, epizoda nanizanke, dokumentarec ipd.
- večji list papirja
- svinčniki, barvice in markerji

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Izberite film, epizodo nanizanke, šov ali dokumentarec, ki se nanaša na temo trajnostnih skupnosti<sup>10</sup>.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeleženci naj si ogledajo film. Predhodno jih lahko opozorite, na kaj naj bodo posebej pozorni (okolico, ključne momente, karakterje in njihova čustva).





### Drugi korak


- Udeležence razdelite v skupine po štiri ali pet oseb.
- Skupine naj zgodbo filma spremenijo v model trajnostne skupnosti z ulicami, zgradbami, parki ... Elementi modela naj predstavljajo podrobnosti iz filma: okolico, osebe, ključne trenutke ...
- Skupine naj svoje modele predstavijo druga drugi.

### Tretji korak

- Udeležencem predstavite ključne značilnosti trajnostne skupnosti. Razpravo osredotočite na naslednja vprašanja:
  - \* Ali menite, da so skupnosti, katerih modele ste ustvarili, trajnostne? Zakaj?
  - \* Ali lahko povežete svoj model skupnosti s skupnostjo, v kateri živite?
  - \* Katere podobnosti opazite? V čem se skupnosti razlikujeta?
  - \* Kaj lahko storite, da bi vaše skupnosti postale bolj trajnostne?



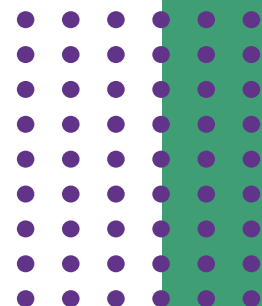
### RAZMISLEK

- Je bilo zapleteno/preprosto spremeniti zgodbo filma v model skupnosti? Zakaj?
  - Kako ste izbrali elemente, ki ste jih predstavili v modelu?
  - Ali lahko prepoznate katere od značilnosti trajnostnih skupnosti v svoji skupnosti?
  - Katere značilnosti trajnostne skupnosti so po vašem mnenju najpomembnejše?
  - Kako lahko naše lokalne skupnosti naredimo trajnostne?
- 



## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnost lahko prilagodite za obravnavo katerega koli drugega CTR.
- Pred izbiro filma oziroma serije dobro razmislite o svoji ciljni skupini (o starosti, interesih, predznanju in izobraževalnih potrebah).



## Lastnosti trajnostnih in netrajnostih skupnosti

<b>Trajnostne skupnosti:</b>	<b>Nerajnostne skupnosti:</b>
Prednost imata kvaliteta življenja in prihodnost prebivalcev.	Prednost imata proizvodnja in potrošnja.
Učinkovita raba virov in zmanjševanje vseh vrst odpadkov.	Neučinkovita poraba virov z visoko stopnjo vseh vrst odpadkov.
Onesnaževanje je zmanjšano na raven, ki ne ogroža okolja in zdravja ljudi.	Stopnja onesnaženosti ogroža zdravje ljudi in je škodljiva za naravno okolje.
Zdravje ljudi je zaščiteno z razvijanjem dostopnega in varnega okolja in ustrezne zdravstvene službe, usmerjene v preventivne dejavnosti.	Zdravstveni pogoji prebivalcev so neustrezni, zdravstveni sistem ni usmerjen v preventivne dejavnosti.
Raznolikost narave je zaščitena in varovana.	Raznolikost narave ni niti zaželeno niti varovano.
Lokalne potrebe so zadovoljene z lokalnimi viri.	Potrebe skupnosti se zadovoljujejo z uvažanjem dobrin.
Vsi prebivalci imajo dostop do cenovno učinkovitih storitev, hrane, vode in bivališča.	Kvalitetna hrana, stanovanja, energija, voda ipd. so cenovno težko dostopni.
Vsak ima lahko delo, ki ga želi imeti.	Stopnja nezaposlenosti je visoka; veliko ljudi je zaposlenih na slabo plačanih nizko kvalificiranih delovnih mestih.
Dobro razvit sistem javnega prevoza.	Sistem javnega prevoza je pomanjkljiv in drag; najvarnejša in najhitrejša oblika prevoza je le zasebni transport.
Prebivalci se ne počutijo ogrožene zaradi kriminala in se ne bojijo preganjanja na podlagi rase, verovanj, spola, prepričanj idr.	Prisotno je visoko tveganje zaradi kriminala; ljudje so pogosto žrtve političnega in spolnega nasilja.
Vsi imajo možnost pridobiti znanja in spretnosti, ki so nujne za polno sodelovanje v družbi.	Kakovost izobraževanja je slaba.
Vsi lahko sodelujejo v odločevalskih procesih, ki so pomembni za njihovo skupnost.	Moč in oblast sta skoncentrirani v rokah nekaterih skupin, ki ne predstavljajo interesov celotne družbe.
Vsi imajo enake pravice do okolja prijaznega zadovoljevanja kulturnih in rekreativnih potreb.	Samo bogatejši imajo dostop do zadovoljevanja kulturnih in rekreacijskih potreb.

# Moškost – ženskost



## UVOD

Udeleženci spoznajo, katera njihova mnenja in prepričanja glede spolov temeljijo na stereotipih in predsodkih.



## SPLOŠNI NAMEN

Namen aktivnosti je med udeleženci spodbuditi razpravo o spolnih stereotipih in raziskati, kaj pomeni ženskost in moškost v družbi.



## UČNA CILJA:

- dvigniti zavest o spolnih stereotipih
- izoblikovati in izraziti lastno mnenje o odnosu do spola



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Napisa ženskost in moškost pritrdite na nasprotni steni prostora. Postavite ju tako, da bo med njima mogoče potegniti navidezno črto.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeleženci naj na večji list papirja napišejo naslove risank, serij in filmov, ki so jih ogledali v zadnjih nekaj dneh.
- Skupaj razpravljajte o razlogih za ogled filmov in oddaj. Kaj je odločilno pri vsakokratni odločitvi za ogled? Kako na izbiro vplivajo prijatelji, družina? Kako na odločitve vplivajo množični mediji?



## VELIKOST SKUPINE

15–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

45 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- velik prostor, ki udeležencem omogoča gibanje
- večji list papirja
- markerji
- samolepilni trak
- napisa moškost, ženskost

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



### Drugi korak

- Skupaj z udeleženci razmislite, kaj pomenita besedi moškost in ženskost.

### Tretji korak

- Udeležencem razložite, naj se ob tem, ko glasno berete naslove filmov, risank in serij, premaknejo bodisi pod napis moškost bodisi pod napis ženskost glede na to, ali menijo, da prebrani naslov odraža moškost ali ženskost.
- Po vsakem naslovu na kratko razpravljajte o argumentih za njihove odločitve.
- Udeležencem dovolite, da svoj položaj spremenijo, če so jih prepričali argumenti drugih.



### RAZMISLEK

- Se je bilo težko odločiti, pod kateri napis (moškost/ženskost) se boste postavili? Zakaj?
- Na podlagi katerih kriterijev ste se odločili?
- Menite, da so bili argumenti udeležencev objektivni ali so bili stereotipni? Katere stereotipe ste prepoznali?
- Kaj menite, kako se gleda na osebe, ki ne spadajo v sprejete spolne stereotipe?
- Kaj je mogoče narediti, da bi odpravili negativne posledice spolnih stereotipov?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Če udeleženci kakšne serije oziroma filma ne poznajo, naj jim ga predlagatelji na kratko opišejo.
- Udeležencem lahko pokažete tudi napovednike serij ali filmov, v tem primeru pa boste morali za aktivnost predvideti več časa.



Picture credit: [www.freepik.com](http://www.freepik.com)





# V scenariju



## UVOD

Udeleženci lahko s pomočjo scenarija predstavijo svoje ideje za rešitev določenega globalnega problema.



## SPLOŠNI NAMEN

Udeležence spodbuditi k premisleku o rešitvah globalnih problemov in načinih njihove realizacije.



## UČNA CILJA:

- iskati rešitve za znan problem
- spodbujati ustvarjalnost



## VELIKOST SKUPINE

15–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

90 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- papir
- pisala

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave za izvedbo aktivnosti niso potrebne.

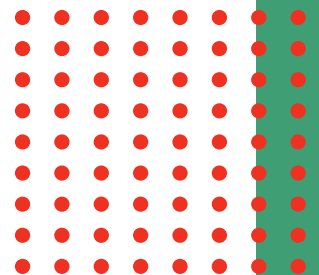
### Aktivnost

Prvi korak

- Udeležence razdelite v skupine s štirimi ali petimi člani. Vsaka skupina naj izbere globalni problem, ki člane skupine najbolj zanima in bi se radi lotili njegovega reševanja.
- Skupine naj opredelijo trenutno stanje izbranega problema, nato pa naj si zamislijo zaželeno stanje čez 10 let. Razmislijo naj o korakih, ki bi bili potrebni, da bi prišli do željenega stanja.

Drugi korak

- Skupine naj pot do željenega stanja predstavijo v obliki filmskega scenarija ali scenarija za serijo. V pomoč so jim lahko nasveti spodaj.





## RAZMISLEK

- Ali so rešitve, ki ste jih predlagali v scenariju, realistične? Kako bi jih lahko uresničili v realnosti?
- Kaj bi potrebno narediti, da bi jih lahko dejansko začeli izvajati v realnosti?
- Kakšna je vaša lastna vloga v scenariju, ki ste ga pripravili?

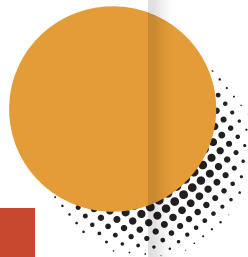


## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnost je uporabna za obravnavo vseh globalnih problemov in CTR.
- Aktivnost je primerna tudi za dolgotrajnejši učni proces, lahko je le faza, ki sledi temeljitejšemu razmisleku o globalnih problemih in možnostih njihovega reševanja.
- Če tehnične možnosti to dopuščajo, lahko na podlagi pripravljenih scenarijev tudi posnamete kratek film.

### Nasveti za pisanje scenarija

1. Izberite naslov filma ali serije.
2. Opišite osnovno idejo filma. Postavite jo v obliko kaj če bi (na primer pomislite na film Spider-man. Kaj če bi oblika bi se glasila, kaj če bi Spider-man s svojimi supermočmi prišel spremenit življenje v moji skupnosti).
3. Naredite seznam oseb v filmu. Narišete vsakega od njih in o vsakem napišite kratek odstavek, s katerim opišete njegove osnovne fizične, emocionalne in psihološke značilnosti, po potrebi dodajte posebne spretnosti ali supermoči.
4. Opišite prizore. Prizori morajo biti takšni, da dopuščajo osebam razvoj od trenutne situacije do željene.
  - Prizore opišite čim bolj podrobno, saj so podrobnosti pomembne (dogajalni kraj, čas, vreme, barve, občutja ipd.).
  - Dialogi med osebami morajo ustrezati predstavljenim značilnostim oseb.



# Premišljevanje o izzivih



## UVOD

Udeleženci z uporabo različnih sredstev gibajoče se umetnosti spoznajo različne plasti globalnih problemov.



## SPLOŠNI NAMEN

Udeleženci spoznajo kompleksnost globalnih problemov in njihove potencialne posledice.



## UČNI CILJI:

- načrtati večdimenzijski pristop k določenemu globalnemu problemu
- krepiti kritično mišljenje
- spodbujati radovednost



## VELIKOST SKUPINE

15–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

45 minut (ne vključuje časa, potrebnega za ogled filma)



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- film, nanizanka, risanka, resničnostni šov ali dokumentarec o globalnem problemu
- oprema za predvajanje
- večji list papirja
- markerji

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Izberite film, nanizanko, risanko, resničnostni šov ali dokumentarec o globalnem problemu, ki ga obravnavate.

### Aktivnost

Prvi korak

- Z udeleženci si oglejte film.
- Skupaj razmislite o izzivih in dilemah, ki ste jih zaznali v filmu, in jih napišite jih na večji list papirja.





#### Drugi korak

- Udeležence razdelite v skupine s štirimi ali petimi člani. Vsaka skupina naj obravnava en izziv oziroma eno dilemo. Vsaki skupini dajte večji list papirja, na katerega naj napiše izbrani problem ali dilemo.
- Skupine naj razmislijo o možnostih odziva na izziv, ki ga raziskujejo.
- Vse odzive naj napišejo na večji list papirja.

#### Tretji korak

- Udeleženci naj razmislijo o posledicah vsakega odziva, tudi posledice naj napišejo na večji list papirja.



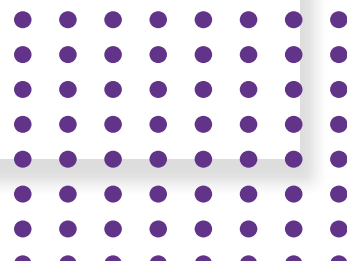
### RAZMISLEK

- Ali je bilo zapleteno/enostavno prepoznati različne izzive oziroma dileme v predstavljenih filmih? Zakaj?
- Ali je bilo zapleteno poiskati ustrezne odgovore na zaznane izzive? Zakaj?/ Zakaj ne?
- Ali ste bili ob kakšnem odzivu ali njegovih posledicah posebej presenečeni? Kaj vas je najbolj presenetilo?
- Ali ste prepoznali kakšne vzporednice z dilemami, s katerimi ste se soočili v realnem življenju? Katere?
- Kaj lahko naredite vi osebno, da bi premagali izzive, ki ste jih raziskovali?



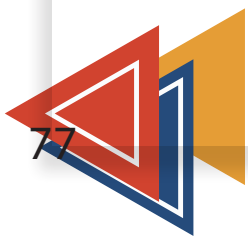
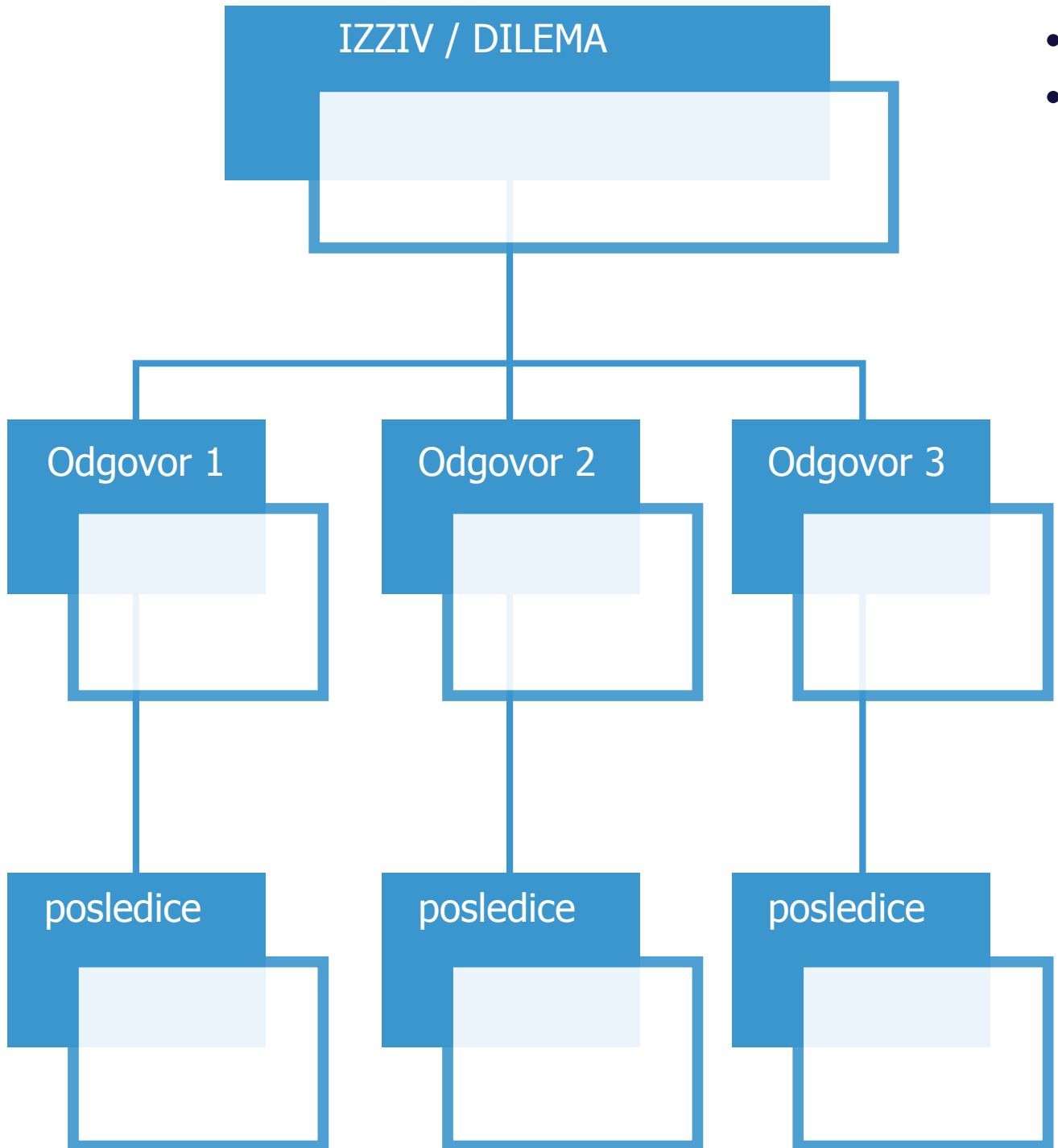
### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Pred izbiro filma dobro razmislite o značilnostih udeležencev aktivnosti (o njihovi starosti, interesih, predznanju, potrebah in pričakovanjih).





# Delovni list: Premišljanje o izzivih



## Družabni mediji/digitalni aktivizem

Digitalni aktivizem je termin, ki označuje uporabo digitalnih orodij (svetovnega spleta, pametnih telefonov in aplikacij) za uveljavljanje sprememb na določenih političnih, družbenih in ekonomskih področjih.

Zavedati se moramo, da digitalna orodja sama po sebi željenih sprememb ne morejo prinesti. Najboljši način za realizacijo željenih sprememb je kombiniranje oblik tradicionalnega in digitalnega aktivizma. Vsekakor pa dostopnost digitalnih orodij, ki omogočajo komuniciranje s stotimi, tisoči ali celo milijoni državljanji po vsem svetu v realnem času, dodaja čisto nov nivo konceptu aktivizma.

Digitalna orodja so odlično in večinoma stroškovno učinkovito sredstvo širjenja sporočil, informacij in predlogov ter sredstvo povezovanja in organiziranja podobno mislečih posameznikov in organizacij, zato je digitalni aktivizem še posebej primerna metoda aktivizma za vse, ki nimajo ali pa imajo le omejen dostop do tradicionalnih orodij in virov širjenja idej ter sporočil. Poleg tega so digitalna orodja verjetno najboljša sredstva in metoda za iskanje novih privržencev, aktivistov in podpornikov, saj klikanje všečkov na Facebooku, deljenje videov drugih aktivistov ali prečivkanje že čivknjenega zahteva veliko manj truda, časa in denarja kot sodelovanje na uličnih demonstracijah, okrogli mizi ali celo samo pozornega branja in podpisovanja peticije.

Slaba stran digitalnega aktivizma je t. i. klikativizem – neangažirano in pasivno klikanje všečkov. Ta problem, imenovan tudi mlahoktivizem ali foteljski aktivizem, je potrebno vzeti v zakup že pred začetkom vsake digitalne aktivistične akcije. Še posebej pa ga je treba upoštevati pri vrednotenju dosega in uspeha aktivizma, saj se nočemo znajti v situaciji, ko bi veliko število v bistvu nepomembnih všečkov zamenjalo resnično sporočilnost.

Digitalni aktivizem uporabljajo posamezniki, ki niso povezani v nobeno organizirano skupino, pa tudi formalno organizirane skupine, organizacije, podjetja, lokalne in državne oblasti ter mednarodne organizacije.

Večinoma ga uporabljajo z namenom vplivanja na javno mnenje, širjenja informacij in pridobivanja podpore za določene aktivnosti.

Vse to kaže, da je digitalni aktivizem potencialno resnično močna in nujna metoda, ki bi jo morali aktivisti uporabiti pri dvigu ozaveščenosti glede CTR in pri spodbujanju oblasti, podjetij in posameznikov, da upoštevajo ideje, predloge in rešitve, ki nas bodo pripeljale bližje uresničitvi CTR.

Nujnost digitalnega aktivizma lepo pokaže naslednji primer. Poročilo UNESCA in ITU (Agencija ZN za informacijske in komunikacijske tehnologije) Broadband Commission for Digital Development, nastalo septembra 2015, ugotavlja, je bilo že 73 % žensk podvrženo vsaj eni obliki spletnega nasilja. Si torej res lahko zamislimo uspešen boj proti tej obliki nasilja brez digitalnega aktivizma?





# Digitalni aktivizem



## UVOD

Digitalni aktivizem je termin, ki označuje uporabo digitalnih orodij (svetovnega spleta, pametnih telefonov in aplikacije) za uveljavljanje sprememb na določenih političnih, družbenih in ekonomskih področjih. Orodja digitalnega aktivizma moramo dobro poznati in razumeti, če jih želimo učinkovito uporabljati.



## SPLOŠNI NAMEN

Spoznati digitalni aktivizem in njegova orodja ter poučiti udeležence o uporabi digitalnega aktivizma in njegovih orodij v prizadevanjih za uresničitev CTR v njihovih skupnostih.



## UČNI CILJI:

- spodbujati kritično mišljenje in skupinsko delo
- spoznati aktivizem in digitalni aktivizem kot specifičen primer aktivizma



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Računalniki naj prikazujejo spletne strani, povezane z digitalnim aktivizmom. Na stene prostora, v katerem poteka aktivnost, pritrdite štiri večje liste z napisi: 1. Aktivizem je; 2. Vrste aktivizma; 3. Poznamo naslednje oblike aktivizma; 4. Sodeloval sem pri aktivizmu.

- naučiti se uporabljati različna digitalna orodja za specifične cilje digitalne aktivistične kampanje



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

65 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- osebni računalniki ali pametni telefoni
- projektor
- samolepilni listki
- večji list papirja
- pisala
- GEGL POP ID kartice (ena kartica na udeleženca)
- lepilna masa

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.





## Aktivnost

### Prvi korak

- Udeleženci naj na samolepilne listke napišejo svoje aktivistične izkušnje in jih nalepijo pod napise (Aktivizem je; Vrste aktivizma; Poznamo naslednje oblike aktivizma; Sodeloval sem pri aktivizmu).
- Preberite odgovore, ki so jih udeleženci nalepili pod napisa: Aktivizem je, Vrste Aktivizma, potem pa s pomočjo projektorja prikažite definicijo digitalnega aktivizma.
- Spodbudite razpravo med udeleženci glede definicije digitalnega aktivizma, njegovih vrst, oblik in lastnih izkušenj, povezanih z aktivizmom.
- Udeležencem razdelite GEGL POP ID kartice. Udeleženci naj na njih izpolnijo prve tri vrstice.

### Drugi korak

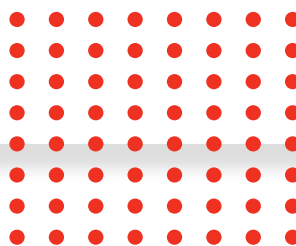
- Udeležence razdelite v pet skupin. Vsaki skupini dodelite ime, ki se navezuje na vsebino delavnic (npr. CTR 5 – enakost spolov, CTR 11 – trajnostna mesta in skupnosti, CTR 12 – odgovorna poraba in proizvodnja, digitalni aktivizem in znane osebe o CTR).
- Vsaka skupina naj na FB ali Instagramu ustvari zaprto skupino in napiše nekaj sporočil glede imena njihove skupine (npr. pomena imena, zgodovine ...).
- Z udeleženci razpravljajte o poslanih sporočilih.

### Tretji korak

- Skupine naj nadaljujejo delo v njihovi digitalni skupini. Delijo naj kar največ sporočil, ki so relevantna za temo njihove skupine. Delijo naj tudi sporočila, ki so jih našli na spletu.
- Skupine naj objavijo tudi mnenja glede tematike.
- Skupine naj nato v svoje vrste povabijo tudi vse ostale udeležence.

### Četrty korak

- Udeleženci naj izpolnijo preostali del GEGL POP ID kartic.





## RAZMISLEK

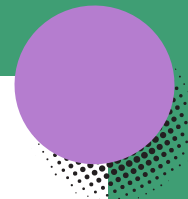
- Ali ste izvedeli kaj novega o digitalnem aktivizmu?
- Menite, da je digitalni aktivizem pomemben? Zakaj?
- Menite, da ga boste lahko uporabili v prihodnosti?
- Ste izvedeli kaj novega o CTR?
- Kateri del aktivnosti vam je bil najbolj všeč?
- Kako ste se počutili ob komentarjih na vaši digitalni skupinski strani?



## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnost lahko časovno prilagodite in jo razdelite v dve aktivnosti, vendar prvo aktivnost zaključite s prvo točko drugega koraka, ter se dogovorite z udeleženci, da do naslednjic naredijo digitalno skupino. V skupino lahko začnejo objavljati zgodbe, ki jih zasledijo ob dnevnem brskanju po družbenih omrežjih in jih spomnijo na ime njihove digitalne skupine. Drugo aktivnost lahko pričnete s pogovorom, ali so na družabnih omrežjih zasledili kakšno zgodbo, ki jih je spomnila na ime digitalne skupine, ali so jih delili v digitalno skupino in nadaljujte s pregledom zaprtih digitalnih skupin.





# GEGL POP ID kartice


 Global Education Goes Local

---







Co-funded by the European Union 

Ime mi je \_\_\_\_\_  
 Zame je najpomembnejša (spolna enakost, trajnostna mesta, trajnostna potrošnja) \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

Gre za \_\_\_\_\_ (lokalni, globalni, nacionalni) problem.

Dober/dobra sem v \_\_\_\_\_  
 (risanju, pisanju, komunikaciji, plesu, športu, organiziranju, motiviranju ...)

S svojimi spretnostmi lahko ozaveščam z/s \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ (videi, zgodbami, poezijo, plakati, plesom, organizacijo dogodkov, govorno predstavitvijo ...)

Za sporočanje mnenj med sovrstniki lahko uporabim \_\_\_\_\_  
 (Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube, Kahoot, Petition Maker ...)


 Global Education Goes Local

---







Co-funded by the European Union 

Pomembno za mojo GEGL POP ID kartico

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



# Individualna digitalna orodja



## UVOD

Z aktivnostjo udeleženci spoznajo dobre in slabe lastnosti različnih digitalnih orodij.



## ČAS AKTIVNOSTI

60 minut



## SPLOŠNI NAMEN

Spoznati vso variabilnost digitalnih orodij in se naučiti uporabljati digitalna orodja.



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- osebni računalniki ali pametni telefoni
- projektor
- samolepilni listki
- večji papir
- pisala
- kartice digitalnih orodij
- lepilna masa
- dostop do zaprtih spletnih skupin, ki so jih udeleženci ustvarili v prejšnji aktivnosti



## UČNA CILJA:

- spodbujati kritično mišljenje
- naučiti se uporabljati digitalna orodja za digitalni aktivizem



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

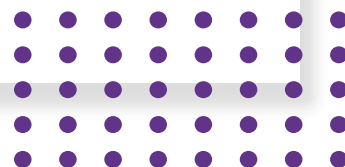
### Priprave

Udeležence razdelite v pet skupin. Vsaka skupina mora imeti dostop do pametnega telefona ali računalnika.

### Aktivnost

Prvi korak

- Vsaka skupina naj izbere kartico digitalnega orodja in odgovori na vprašanja na kartici.
- Skupine naj poiščejo primere, v katerih je z njihovim digitalnim orodjem spodbujano uresničevanje CTR 5, 11 in 12.





### Drugi korak

- Vsaka skupina naj predstavi svojo kartico in odgovore.
- Udeleženci naj imajo na voljo nekaj minut za spletno komentiranje v svojih spletnih skupinah.

### Tretji korak

- Vsaka skupina naj poišče slabe strani digitalnega aktivizma. Izhajajo naj iz ugotovitev predhodnih aktivnosti (npr. mlahovizem, klikvizem, pomanjkanje resnične razprave, težave z motivacijo za delovanje ipd.).
- Vsaka skupina naj predstavi svoje ugotovitve.



### RAZMISLEK

- Spodbudite razpravo o pomenu različnih posameznikov, njihovih znanj in interesov za digitalni aktivizem.
- Katera orodja so najboljša?
- Kako so ta orodja povezana z enakostjo spolov, trajnostnimi mesti in trajnostno potrošnjo?
- Ali so vsa digitalna orodja enako dostopna vsem? Zakaj?/Zakaj ne?
- Ali poznate še druga digitalna orodja, ki jih lahko uporabite v aktivističnih dejavnostih (npr. Amnesty International's Panic Button app for Android, Crowdfunder, Bambuser, Piddler, Off the Record Messaging, Crabgrass)?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Vsaka skupina mora imeti dostop do vsaj enega računalnika ali pametnega telefona.
- Dobro se pripravite in se poučite o digitalnih orodjih. Udeleženci bodo nekatera orodja poznali zelo dobro, nekaterih pa sploh ne.
- Seznam orodij digitalnega aktivizma prilagodite socialni strukturi udeležencev.





### 1. Opišite spletno peticijo

- Kaj je spletna peticija?
- V katerih primerih jo je smiselno uporabiti?
- Za kaj jo lahko uporabljamo?
- Kdo jo lahko uporablja?
- Katere omejitve ima?

Poiščite primere spletne peticije za enakost spolov, trajnostna mesta in skupnosti ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo. Objavite jih na Facebooku.



### 2. Opišite družabno omrežje

- Kaj je družabno omrežje?
- V katerih primerih ga je smiselno uporabiti?
- Za kaj ga lahko uporabljamo?
- Kdo ga lahko uporablja?
- Katere omejitve ima?

Poiščite primere družabnega omrežja za enakost spolov, trajnostna mesta in skupnosti ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo. Objavite jih na Facebooku.



### 3. Opišite blog

- Kaj je blog?
- V katerih primerih ga je smiselno uporabiti?
- Za kaj ga lahko uporabljamo?
- Kdo ga lahko uporablja?
- Katere omejitve ima?

Poiščite primere bloga za enakost spolov, trajnostna mesta in skupnosti ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo. Objavite jih na Facebooku.



### 4. Opišite spletni vlog

- Kaj je spletni vlog?
- V katerih primerih ga je smiselno uporabiti?
- Za kaj ga lahko uporabljamo?
- Kdo ga lahko uporablja?
- Katere omejitve ima?

Poiščite primere spletnega vloga za enakost spolov, trajnostna mesta in skupnosti ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo. Objavite jih na Facebooku.



### 5. Opišite mikrobloganje

- Kaj je mikrobloganje?
- V katerih primerih ga je smiselno uporabiti?
- Za kaj ga lahko uporabljamo?
- Kdo ga lahko uporablja?
- Katere omejitve ima?

Poiščite primere mikrobloganja za enakost spolov, trajnostna mesta in skupnosti ter trajnostno potrošnjo in proizvodnjo. Objavite jih na Facebooku.





# Spletno – nespleteno



## UVOD

Digitalni aktivizem je postal del vsakdanjega življenja. Čeprav se tega morda ne zavedamo, se z njim srečujemo praktično vsak dan. Predstavljene aktivnosti udeležencem pokažejo, da so tudi tradicionalne aktivistične metode pomembne in da jih je, če želijo resnično kaj spremeniti, smiselno kombinirati z digitalnim aktivizmom.



## UČNA CILJA:

- spodbujati kritično mišljenje in skupinsko delo
- ozavestiti udeležence o nevarnostih digitalnega aktivizma za aktiviste in o nujnih preventivnih ukrepih



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev



## SPLOŠNI NAMEN

Spoznati digitalni aktivizem v kombinaciji s tradicionalnim aktivizmom. Udeleženci bodo po koncu aktivnosti zmožni povezati obe obliki aktivizma za uresničevanje CTR.

## Tradicionalni aktivizem – oblike in orodja



### PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- večji list papirja
- pisala
- niz aktivističnih kartic
- lepilna masa



### ČAS AKTIVNOSTI

45 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.





## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnosti niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeleženci naj se postavijo v krog. Aktivnost začnite tako, da poveste: Sem aktivist in zagovarjam ... Vsi, ki se strinjajo z izrečeno izjavo, skočijo, tisti, ki se z izjavo ne strinjajo, naj se usedejo, tisti, ki so neopredeljeni, pa naj ostanejo na mestu. Izjavo lahko podajo vsi udeleženci.

Drugi korak

Udeležence razdelite v pet skupin. Razdelite jim kartice s fotografijami ene od oblik aktivizma. Udeleženci naj napišejo:

- Kaj po njihovem mnenju fotografija predstavlja?
- Za katero vrsto aktivizma gre?
- Primere podobnih aktivnosti, ki so jih že srečali.
- Ali menijo, da je bil cilj aktivizma dosežen?

Vsaka skupina naj predstavi svoje ugotovitve.

Vsaka skupina naj poskuša napisati lastno definicijo aktivizma.

Tretji korak

- Vsaka skupina naj razpravlja in potem tudi zapiše ugotovitve o različnih orodjih tradicionalnega aktivizma. Dodajo naj razlike in podobnosti z orodji digitalnega aktivizma. Kateri tip je po njihovem mnenju učinkovitejši? Zakaj?
- Vsaka skupina naj svoje ugotovitve predstavi.





# Povezovanje digitalnih orodij in tradicionalnega aktivizma



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- večji list papirja
- pisala
- fotografije primerov aktivizma
- lepilna masa



## ČAS AKTIVNOSTI

45 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnosti niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeležence razdelite v skupine s petimi ali šestimi člani. Vsaka skupina naj razmisli o obliki tradicionalnega aktivizma, za katero menijo, da je najučinkovitejša.
- Vsaka skupina naj izbere fotografije primerov aktivizma. Ali je mogoča primerjava aktivistične oblike, o kateri so razpravljali, z obliko digitalnega aktivizma s fotografij? Skupine naj odgovorijo na naslednja vprašanja:
  - \* Na kakšen način je ta oblika uporabljena?
  - \* Kje je lahko uporabljena?
  - \* Za kaj jo lahko uporabimo?
  - \* Kdo jo lahko uporabi?
  - \* Katere omejitve ima?
  - \* Katera oblika aktivizma je bolj učinkovita – tradicionalna ali digitalna?



Drugi korak

Skupine naj predstavijo ugotovitve, po predstavitvi pa spodbudite skupinsko razpravo o najpomembnejših ugotovitvah.



### RAZMISLEK

- Ali je bilo zapleteno poiskati skupne točke orodji tradicionalnega in digitalnega aktivizma?
- Ste že kdaj sodelovali v aktivistični kampanji, ki je povezovala obe obliki aktivizma?
- Katera oblika aktivizma bi bila pomembnejša za uresničevanje CTR 5, 11 in 12?
- Katera so najprimernejša orodja za kombiniranje obeh oblik aktivizma?
- Katero obliko digitalnega aktivizma bi uporabili, da bi ljudem razložili, kaj je trajnostna skupnost?



# Nevarnosti digitalnega aktivizma



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- samolepilni listki
- večji list papirja
- pisala
- lepilna masa



## ČAS AKTIVNOSTI

45 minut

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnosti niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak

- Udeležence razdelite v skupine po pet ali šest članov.
- Vsaka skupina naj na podlagi ugotovitev predhodnih aktivnosti razmisli, katere so nevarnosti digitalnega aktivizma. V pomoč jim lahko navedete nekaj najbolj znanih primerov, kot so državni nadzor, osebni napadi na aktiviste, strahovalne protikampanje, obtožbe obrekovanja, grožnje s tožbami, izklapljanje strežnikov ipd.

Drugi korak

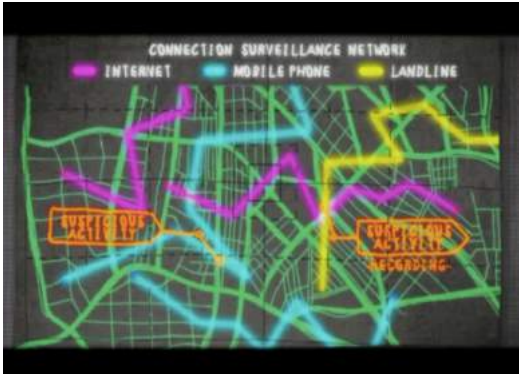
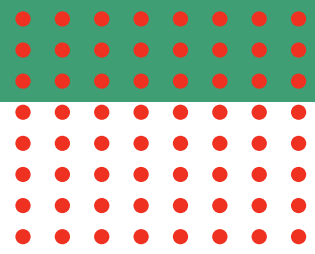
- Skupine naj predstavijo svoje ugotovitve.
- S pomočjo skupinske razprave poskušajte ugotoviti, kako bi v konkretni kampanji te nevarnosti lahko preprečili oziroma zmanjšali.





# Aktivistične kartice







# Pripravimo digitalno kampanjo



## UVOD

Udeleženci imajo priložnost načrtovati in izpeljati konkretno digitalno kampanjo za določen CTR. V pripravljalni fazi kampanje lahko uporabijo vse znanje, pridobljeno na predhodnih aktivnostih.



## SPLOŠNI NAMEN

Naučiti se organizirati konkretno digitalno kampanjo.



## UČNI CILJI:

- spodbujati kritično mišljenje
- izboljšati sposobnosti skupinskega dela
- naučiti se uporabljati digitalna orodja v konkretni kampanji



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

3 ure



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- osebni računalniki ali pametni telefoni
- Wi-Fi
- samolepilni listki
- večji list papirja
- pisala
- lepilna masa

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležence razdelite v skupine s petimi do šestimi člani. Vsaka skupina mora imeti dostop do računalnika ali pametnega telefona. Vse skupine naj na svoje naprave naložijo Kahoot<sup>12</sup>.





## Aktivnost

### Prvi korak

- Začnite s Kahoot kvizom. Lahko uporabite že obstoječega<sup>13</sup> ali pa ustvarite novega.
- Vsaka skupina naj za pripravo kampanje preuči CTR 5, 11 in 12 z različnih vidikov.
- Vsaka skupina naj za kampanjo izbere en CTR in določeno temo znotraj cilja. Izbiro naj argumentirajo, argumentirajo pa naj tudi razloge za izbor teme digitalne kampanje (npr. zakaj menijo, da je primerna za digitalni pristop).

### Drugi korak

- Skupine naj pripravijo načrt kampanje: aktivnosti, digitalna orodja, osebje in njihove vloge, ciljno skupino ...
- Skupine naj predstavijo svoj načrt, s skupinsko razpravo pa naj se nato odločijo, katero od načrtovanih kampanj bodo dejansko tudi izpeljali.
- Udeležence seznanite s programi in orodji, ki jim lahko pomagajo pri izpeljavi kampanje: Canva (oblikovanje vizualnega materiala), Actionbound (ustvarjanje spletnih izzivov), Kahoot (dviganje ozaveščenosti), Mentimeter (merjenje uspešnosti), Padlet ali Trello (upravljanje kampanje)<sup>14</sup>.

### Tretji korak

- Udeleženci naj izbrano kampanjo razdelijo na manjše dele zaradi lažjega upravljanja (npr. administracija in vodenje, digitalna orodja in njihova prilagoditev, vsebina ...). Udeleženci naj si naloge razdelijo glede na svoje interese in predhodna znanja.
- Skupinam določite čas, ki ga imajo na voljo. Priporočeno je, da jih spodbujate k sodelovanju.
- Skupine naj predstavijo svoje delo. Po predstavitvi predvidite dovolj časa za razpravo, saj je usklajevanje vseh udeležencev in njihovih prispevkov pomembna za uspeh celotne kampanje.
- Sprejete predloge združite v enotno kampanjo.



## RAZMISLEK

- Ali se je bilo enostavno zediniti o temi kampanje?
- Ali je bila odločitev za izbor najprimernejšega digitalnega orodja za izbrano temo zapletena?
- Katere so dobre in slabe strani vaše skupne kampanje?

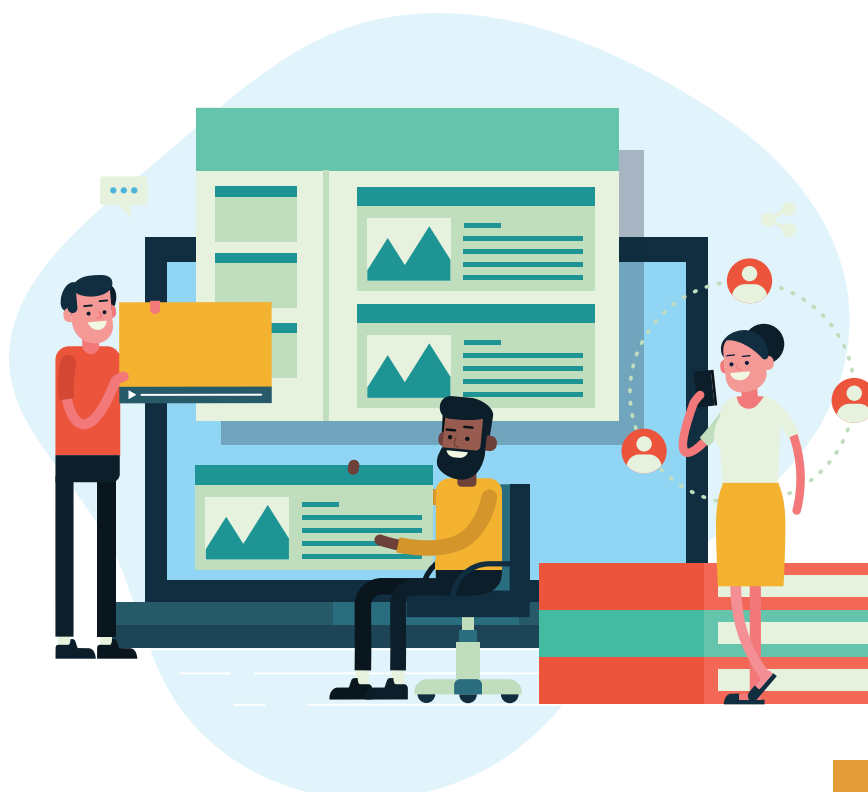






## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Končni cilj aktivnosti je dejanska izvedba pripravljene kampanje.
- Kampanja naj traja vsaj 14 dni, saj bodo le na tak način lahko vsi udeleženci uporabili svoje znanje in spretnosti, poleg tega se bodo v tem času že razkrile pomanjkljivosti/slabosti.
- Pomembno je, da kot izvajalec pozorno spremljate dejansko izvajanje kampanje in nudite ustrezno podporo in svetovanje. Ob zaključku pripravite srečanje, na katerem boste ocenili celotno aktivnost.





# Urbana in ulična umetnost

Urbana umetnost<sup>15</sup> je pojem za številne različne tipe vizualne umetnosti in akcijske umetnosti. Ulična umetnost<sup>16</sup> vključuje grafite, plakatiranje, ulično dogajanje, gverilsko vrtnarjenje in oglaševanje na LED-zaslonih. Urbana umetnost je del ulične umetnosti in grafitov. Ulična umetnost je vizualna umetnost, dostopna na javnih krajih.

## Splošni cilji ulične umetnosti so:

- posredovanje različnih sporočil od političnih, družbenih do okoljskih. Velikokrat je namenjena osveščanju o nepravilnostih ali aktualnih dogajanjih,
- reagira na manipulacije, ki se dogajajo v vsakdanjem življenju,
- je kritična, vendar všečna očem.

## Metode ulične umetnosti

Metode in izražanja ulične umetnosti so zelo raznoliki, kot so raznoliki avtorji uličnih umetnosti. Predstavili bomo nekaj ustaljenih primerov ulične umetnosti kot navdih za uporabo le-teh pri delu z mladimi.

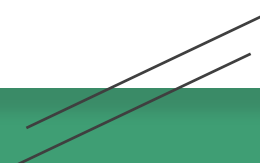
- **Trodimenzionalni objekti:** Brad Downey (\*1980 v Louisville, Kentucky, ZDA) je ameriški ulični umetnik, ki ustvarja tridimenzionalne objekte na javnih krajih in jih imenuje skulpture. Skulpture so nastale tudi na dogodku Očistimo obalo, na katerem so gimnazijci z Gimnazije in umetniške gimnazije Koper iz odpadkov na obali naredili skulpturo.
- **Trenutne ulične umetnosti s kredami:** Umetnik s kredami je David Zinn (zinnart.com), ki s svojimi umetninami nasmeji mimoidoče. Kreacije riše na pločnike, pešpoti, stebre in so na ogled mimoidočim dokler jih ne spere dež. Znana je tudi avstrijska ulična umetnica Marlene Hausegger, ki pri svojem delu na humoren način izraža dnevne manipulacije.
- **Šablonski grafiti:** Banksy je britanski ulični umetnik, ki uporablja aktivistično sporočanje za širjenje alternativnih perspektiv o političnih in gospodarskih problemih. Pogosto uporablja prepoznavne motive, ki jih vsakokrat prilagodi svojemu sporočilu<sup>17</sup>.
- **Umetnost lepilnih trakov:** Razvila se je kot alternativa uporabi barvnih sprejev. Ta umetniška dejavnost uporablja lepilne trakove, ki se razlikujejo po barvi, strukturi in obliki. Na začetku se je uporabljala le na ulicah, ko pa so mediji začeli o njej poročati, pa se je ta vrsta umetnosti pričela uporabljati širše tudi v notranjih prostorih. Ta vrsta ulične umetnosti se pojavlja tudi v kombinaciji z grafiti<sup>18</sup>.
- **Lego gverila umetnost** je ena izmed uporniških oblik umetnosti, katere glavni namen je polepšati okolico ali jo ustvariti bolj privlačno s pomočjo Lego kock.
- **Grafiti iz maha** so tip ulične umetnosti, ki za zapisovanje sporočil na javnih stavbah uporablja mah. Mah, ki ga umetniki pritrdijo na stene, čez čas začne



rasti. Ta vrsta grafitiranja, ki okolju ni škodljiva, je dodala nove dimenzije ulični umetnosti in vlogi rastlin v njej, saj so rastline postale del uporniškega vrtnarjenja (za dodatne informacij priporočamo povezavo do bloga<sup>19</sup>).

- Besede, celo pregovori, citati ali umetniško oblikovani slogani so tudi lahko uporabljeni kot del ulične umetnosti<sup>20</sup>.
- Ulični šport je šport, ki se odvija na javnih prostorih in ni del tekmovalnega športa, ampak je del javnih dogodkov, je spontan, vključen v ulično življenje, pogosto improviziran in kreativen (npr. ulični hokej, ulični nogomet, košarka, rolkanje<sup>21</sup>).

S pomočjo različnih metod in izražanj ulične umetnosti lahko uporabite sledeče aktivnosti z mladimi, ki jih zanimajo CTR.





# Komentiraj



## UVOD

Mladi z vsečki oz. nevšečki vsakodnevno komentirajo na družbenih omrežjih. S to aktivnostjo mladi s pomočjo kreativne metode ulične umetnosti komentirajo vsakodnevne dejavnosti, ki se nanašajo na CTR v njihovem lokalnem okolju.



## SPLOŠNI NAMEN

Poiskati probleme v lokalni skupnosti in poiskati kreativne rešitve glede enakosti spolov, trajnostnih mest in lokalnih skupnosti ter odgovorne proizvodnje in porabe (CTR 5, 11 in 12).



## UČNI CILJI:

- spodbuditi kritično mišljenje ter razviti veščine iskanja rešitev
- preizkusiti kreativne pristope ter spoznavati lastne umetniške veščine
- spodbuditi občutek lastne učinkovitosti (moje mnenje je pomembno, moj komentar je slišan, lahko spremenim stvari)



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

3 ure



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- večji listi papirja
- pisala, markerji
- pripomočki za ustvarjanje: barvni lepilni trakovi, barvne krede za risanje po ulici, kredni spreji, šablone, trši papir za oznake, obojestranski lepilni trak, lahko tudi različni lepilni trakovi za preizkušanje umetnosti lepilnih trakov
- telefoni oz. fotoaparat

Aktivnost se izvaja notri in zunaj v lokalnem okolju.





## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnost niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak:

- Pričnite z vodeno razpravo s pomočjo vprašanj:
  - \* Katere teme se vas dotaknejo?
  - \* Zamislite si, da je leto 2050. V kakšnem okolju želite živeti in kje želite živeti leta 2050?
  - \* Kaj vam je pomembno?
- Glavna izhodišča za razpravo napišite na večje liste papirja in jih prilepite na vidna mesta.

Drugi korak:

- Za komentiranje na javnih krajih naj udeleženci uporabijo različne pripomočke za ustvarjanje. Delajo in eksperimentirajo naj v manjših skupinah.
- Udeležence prosite, naj razmislijo, katere metode so po njihovem mnenju ustrezne za podajanje komentarjev na javnih krajih v njihovi lokalni skupnosti.
- Spodbudite razpravo o tem, kaj je dovoljeno pri ulični umetnosti in kaj je prepovedano ali celo kaznivo.

Tretji korak:

- Udeležence razdelite v manjše skupine, nato pa naj gredo v center lokalne skupnosti ali na kakšno posebno mesto v lokalni skupnosti. Vsak posameznik naj poišče nekaj, kar želi komentirati. Komentarje (na primer Zelenje bi obogatilo to mesto) zapišite na stene, pločnike, na stopnišča postaj ipd. (všečki, nevšečki, citati, vprašanja, slike s kredami, spreji, šablonami, napisi z lepilnimi trakovi). Komentarje fotografirajte za kasnejšo skupinsko refleksijo.



## RAZMISLEK

- Kaj je bilo za vas pomembno komentirati v vašem lokalnem okolju in zakaj?
- Kako ste se počutili pri komentiranju predelov vaše lokalne skupnosti?
- Ali so vas mimoidoči pri komentiranju opazovali? Ali ste doživeli kakšne komentarje s strani mimoidočih?





## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Potek aktivnosti lahko razporedite na več dni. Uporabite lahko tudi druge metode ulične umetnosti za komentarje.
- Vprašanje, kaj je pomembno zame (na primer glede okolja, enakosti, odgovorne potrošnje itd.), lahko bolj konkretno opredelite preden se odpravite na aktivnost v lokalno skupnost
- Po izvedbi aktivnosti lahko pripravite razstavo na javnem kraju, predstavite pa tudi komentarje mladih o njihovem lokalnem okolju.





# Umetnost ali smeti



## UVOD

Pri tej aktivnosti mladi izdelujejo skulpture iz odpadnih materialov, ki jih nato razstavijo na javnih krajih v njihovi lokalni skupnosti.



## SPLOŠNI NAMEN

Spodbujanje kritičnega mišljenja o posameznikovem stilu življenja (CTR12) ter o globalni povezanosti dobrin, ki jih uporabljamo.



## UČNI CILJI:

- ustvariti skulpturo iz odpadkov
- soočiti se s temo trajnostne porabe
- osveščati o problemu odpadkov (preko razstave na javnem kraju)
- spodbujati čustvene izzive udeležencev (nastale skulpture naj spodbujajo emocionalnost)



## VELIKOST SKUPINE

5–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

6 ur (vključno z aktivnostjo na javnem prostoru)



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- odpadki
- rokavice za zbiranje odpadnega materiala
- lepilo, žica, trakovi
- mize ali podstavki za razstavo na javnem kraju
- fotoaparati za slikanje skulptur

Aktivnost se izvaja notri in zunaj v lokalni skupnosti.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Posebne priprave na aktivnost niso potrebne.

### Aktivnost

Prvi korak:

Udeležence prosite, naj povedo svoje mnenje o odpadkih, nato pa jih vprašajte:

- Kaj je za vas umetnost?
- Kako in katero umetniško delo bi izdelali iz odpadkov?





Drugi korak:

- Udeležence razdelite v manjše skupine. Vsaka skupina naj zbere odpadke za izdelavo skulpture (odpadke lahko udeleženci zberejo na javnih krajih, lahko pa jih prinesejo s sabo).

Tretji korak:

- Ko imate odpadke, udeležence razdelite v manjše skupine. Vsaka skupina naj naredi načrt za skulpturo in razmisli, kaj želi s skulpturo sporočiti. Na voljo imejte dodaten material, kot so lepila, žica, trakovi ... Udeležence opomnite, da bodo skulpture razstavljene.
- Ko so skulpture končane, jih razstavite. Z udeleženci se pogovorite, kje na javnem kraju bi želeli razstaviti izdelke (npr. ploščad pred šolo/mladinskim centrom, v parku, pred občino, trgovskim centrom itd.). Izdelke in razstavo fotografirajte oz. posnemite.



### RAZMISLEK

- Kako so ljudje reagirali na razstavi?
- Ali so bila vaša sporočila jasna? Ali so ljudje razumeli vaše sporočilo?
- Kako ste se počutili, ko ste pobirali odpadke za drugimi ljudmi?
- Ali je ta delavnica spremenila vaš pogled na odpadke na javnih površinah?
- Kaj si mislite o odpadkih, ki so rezultat vašega načina življenja?
- Kaj bi morali spremeniti? Kaj lahko spremenite?
- Čemu so bili izdelki namenjeni preden so postali odpadki? Kaj se zgodi, ko jih enkrat zavržemo?
- Kam odvažajo odpadke, ki jih zavrže vaša lokalna skupnost?
- Kateri javni sektor proizvaja največ odpadkov?







## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Aktivnost lahko razporedite na več dni.
- V aktivnost lahko vključite delavnico nič odpadkov ter delavnico, kako zmanjšati odpadke v družbi.





# Moj prostor



## UVOD

Pri tej aktivnosti udeleženci odkrivajo, poimenujejo in naredijo vidne njihove najljubše prostore oz. kraje v lokalni skupnosti. Kraje v lokalni skupnosti obiščete skupaj z udeleženci, nato pa izvedite refleksijo. S pomočjo QR kod lahko drugi pridobijo informacije (glasovne, slikovne ali glasovno-slikovne), zakaj so ti predeli lokalne skupnosti udeležencem ljubi.



## SPLOŠNI NAMEN

Spodbujanje zavesti o:

- predelih v lokalni skupnosti, ki so namenjeni mladim in so vključujoči, varni ter trajnostno naravnani (CTR11),
- enakopravni obravnavi moških in žensk na javnih krajih (CTR5),
- predelih lokalne skupnosti, ki so oblikovani skladno s trajnostno porabo (SDG12).



## UČNI CILJI:

- prepoznati probleme in želje mladih
- širiti ozaveščenost mladih o potrebi po javnih površinah za mlade
- bolje razumeti potrebe različnih generacij po dostopnih javnih površinah (socialnost)



## VELIKOST SKUPINE

5–25 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

6 ur



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- fotoaparati, mikrofoni (za pripravo videov, fotografij, intervjujev)
- generator QR kode in dostop do interneta
- večji listi papirja, pisala
- računalnik, tiskalnik, plastifikator, risalni žbljički, lepilni trak

Aktivnost se izvaja notri in zunaj v lokalni skupnosti.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Zagotovite, da imate dostop do interneta in vsaj en pameten telefon z aplikacijo generiranja QR kod.

### Aktivnost

Prvi korak:

Pričnite z razpravo s pomočjo vprašanj:

- Kje najraje preživljate svoj prosti čas in zakaj?
- Na katerih površinah v lokalni skupnosti je potrošništvo pričakovano in na katerih ne?
- Ali kje v lokalnem okolju doživljate diskriminacijo?
- Ali so v vaši lokalni skupnosti zelene površine?
- Ali imate v lokalnem okolju dostop do varnih in vključujočih zelenih površin na javnih površinah?
- Kdo se zadržuje na teh površinah (moški/ženske)?
- Kakšna je čistoča teh površin? Ali je dovolj smetnjakov? Kdo skrbi za čistočo teh površin?

Drugi korak:

Udeležence razdelite v manjše skupine. Skupaj se odpravite po lokalni skupnosti. S sabo vzemite telefone, mikrofone, liste in pisala. Udeleženci naj si zapišejo, kaj so opazili na določenih javnih prostorih, lahko posnamejo video, lahko izvedejo tudi kakšen intervju ter posnamejo fotografije, povezane z vprašanjema: Zakaj mi je ta površina všeč? in Kaj lahko na tej površini počnem? Udeleženci naj zberejo naj čim več različnega slikovnega in glasovnega gradiva.

Tretji korak:

- Ko se vrnete z aktivnosti v lokalni skupnosti, razdelite udeležence v manjše skupine. Vsaka skupina naj pripravi koncept vsebine (slikovne, video, slušne), ki bo dostopna preko QR kode.
- Pripravljene vsebine naj udeleženci shranijo v datotekah (mp3, mp4, avi, mov, jpg), nato pa jih naložite na splet, kjer bodo vsebine javno dostopne preko oblaka (npr. Dropbox, Google Drive).
- Ko so datoteke naložene, naj udeleženci pripravijo QR kode s pomočjo aplikacije.
- QR kode natisnite in jih plastificirajte ali dajte v plastične mape.
- Udeležence ponovno prosite, naj se odpravijo do izbranih mest v lokalni skupnosti in pritrdijo QR kode na vidna mesta.





## RAZMISLEK

- Kaj potrebujete v vaši lokalni skupnosti?
- Kateri kraji v vaši lokalni skupnosti so privlačni za mlade in zakaj?

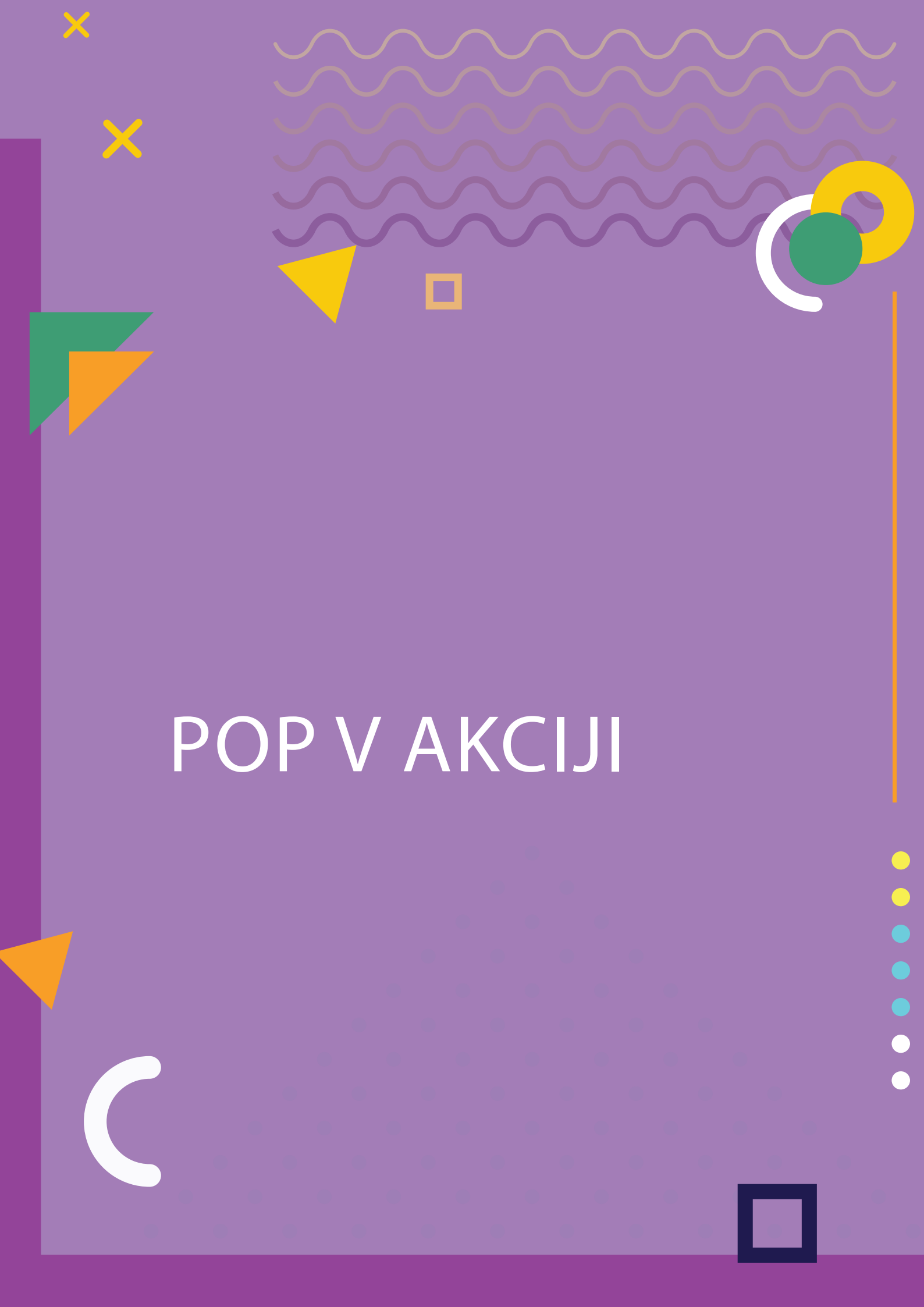


## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Lahko pripravite zemljevid lokalnega okolja z označenimi kraji, ki so mladim všeč. Kraje označite s QR kodami. Zemljevid lahko natisnete kot letak in ga posredujete vsem zainteresiranim (tudi lokalnim odločevalcem). Natisnete lahko tudi zemljevid in ga nalepite v šoli/mladinskem centru ipd.
- Nekatere skupine bodo verjetno potrebovale pomoč pri pripravi videov, intervjujev, tehnično pomoč ipd. Pomagajte jim.



# POP V AKCIJI





“Cilj brez načrta je samo želja.”

Antoine de Saint-Exupery

Cilj brez načrta je samo želja, je nekoč dejal Antoine de Saint-Exupery. Globalno učenje, ki ne vodi do izvedbe akcije, je le zabavna aktivnost. Glavna rezultata globalnega učenja sta sprememba v obnašanju in opolnomočenje udeležencev za akcije. Na globalno učenje lahko gledamo kot na proces, v katerem udeleženci pridobivajo informacije in hkrati postajajo bolj osveščeni o globalnih izzivih, saj med procesom globalnega učenja razvijejo veščine, odnos do sveta, pridobijo boljše razumevanje odvisnosti med njimi in enim ali več globalnimi izzivi. Razumevati pričnejo svojo vlogo in povezave znotraj njihove lokalne skupnosti, pa tudi, da imajo njihova dejanja globalne razsežnosti. Kot mladinski delavci se moramo vprašati: Zakaj želimo, da udeleženci pridobijo več informacij? Zakaj želimo, da udeleženci raziskujejo lastne povezave z globalnimi izzivi? Kaj je temeljni cilj?

Koncept globalnega učenja se je pojavil sočasno s procesom globalizacije, ko je svet začel priznavati, da obstajajo številne neenakosti med globalnim severom in globalnim jugom.

Priznan je bil pomen sodelovanja med vsemi člani svetovne skupnosti z namenom reševanja globalnih izzivov. Zato je eden od ključnih ciljev globalnega učenja opolnomočiti državljane sveta za ukrepanje oz. opolnomočenje za aktivnosti, in sicer tako, da bo vedno več ljudi osveščenih, da se bo vedno več ljudi borilo za pravičnost in da vedno več ljudi prispevalo k trajnostnemu razvoju planeta.

Namen tega poglavja je podpreti izobraževalce pri pripravah na aktivnosti. Metodologija temelji na okvirju 6 korakov do globalnega državljanstva (poznano tudi kot proces Get Global!<sup>22</sup>), ki je bil razvit v konzorciju mednarodnih organizacij, aktivnih na področju razvojnega sodelovanja in globalnega učenja. Okvir 6 korakov zagotavlja strukturo, ki pomaga učečim se, da se sami učijo. Omogoča jim premik od razmišljanja o izzivih do evalvacije svojega ukrepanja. 6 korakov do globalnega državljanstva je:

**1. korak: Začnite postavljati vprašanja!** – Učeči se si vprašanja zastavljajo z namenom lastnega razumevanja, vrednot in odnosa do globalnosti.

**2. korak: Izberite izziv!** – Učeči se izmed vprašanj, ki si jih je zastavil, izbere eno in ga preoblikuje v izziv.

**3. korak: Pridobite več informacij!** – Učeči se s poglobljenimi poizvedbami izvejo več o lokalnem in globalnem vplivu na izbrani izziv.

**4. korak: Načrtujte!** – Učeči se se odloči za načrt in način izvedbe akcije.

**5. korak: Postanite aktivni!** – Učeči se izvede akcijo.

**6. korak: Razmislite o tem!** – Učeči se evalvira celotni proces in si zabeleži izsledke.

Prvi in drugi korak je mogoče zajeti z izvajanjem aktivnosti iz prejšnjih poglavij tega priročnika. Dejavnosti omogočajo udeležencem, da bolje razumejo svoje povezave z globalnim svetom ter da ugotovijo, katere teme jih bolj zanimajo in s katerimi vsebinami bi želeli v prihodnosti nadaljevati. V tem poglavju pa boste našli nekaj orodij, ki vam bodo pomagala zajeti celotno pripravo na aktivnost – od raziskovanja izbrane teme do iskanja rešitev ter načrtovanja aktivnosti.



# Izbira izziva: Snežna kepa



## UVOD

To je preprosta in kratka aktivnost, ki pomaga pri skupinskem določanju tem ali izzivov, na podlagi katerih udeleženci želijo izvesti aktivnost.



## SPLOŠNI NAMEN

Metodologija participativne izbire teme.



## UČNA CILJA:

- razviti argumentacijo
- učiti se, kako izbrati odločitev na podlagi strinjanja



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem razložite, da s to pomembno aktivnostjo sprejemajo odločitve o temah oz. izzivih, ki jih želijo nasloviti v svojih aktivnostih.

### Aktivnost

Prvi korak:

- Udeležence razdelite v pare in jih prosite, naj razpravljajo o najbolj perečih problemih v lokalni skupnosti, svoj izbor naj tudi utemeljijo. Izzive naj napišejo na list papirja.

Drugi korak:

- Po dva para združite v skupine. Vsak par naj drugemu predstavi, o čem sta razpravljala in za kateri izziv sta se odločila, nato pa naj se skupina odloči, kateri izziv je najbolj relevanten za celotno skupino. Nato nadaljujte s procesom združevanja skupin dokler ne dobite samo dveh. Vsaka skupina naj ima dva izziva napisana na papirju.



## VELIKOST SKUPINE

8–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

20–30 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- listi
- večji listi papirja
- pisala

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



Tretji korak:

- Vsaka skupina naj na večji list papirja napiše svoji dve izbiri, liste pa postavite na vidno mesto. Skupini naj predstavita njihovo izbiro ter proces izbiranja.



### RAZMISLEK

- Kakšen je vaš občutek glede izbranega vprašanja?
- Zakaj mislite, da ste izbrali te izzive?
- Kaj še potrebujete, da lahko izvedete aktivnost na podlagi izbranega izziva?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Večja, kot je skupina, dlje časa bo trajala izvedba aktivnosti.
- Če imate težave s časovnim omejevanjem, je priporočljivo, da že vnaprej določite čas, namenjen razpravi in izbiri izziva, lahko pa uporabite tudi zvočni znak za zaključek razprave.



# Instaposvet



## UVOD

S to aktivnostjo udeleženci hitro dobijo povratno informacijo o izbranem izzivu preko Instagrama. S pomočjo povratnih informacij, ki jih podajo ljudje, ki v aktivnost niso vključeni, lahko udeleženec bolje načrtuje izvedbo svoje akcije v lokalni skupnosti.



## SPLOŠNI NAMEN

Osvetliti vzroke za izziv, ki so ga udeleženci izbrali za svojo akcijo.



## UČNA CILJA:

- naučiti se, kako uporabljati družbena omrežja za akcijo
- spodbujati kritično mišljenje



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem razložite, da bodo delali na izzivih lokalnega okolja, ki jih zanimajo in za katere želijo izvesti akcijo. Z aktivnostjo želimo izbrati čim več različnih mnenj o samem problemu in njegovih vzrokih in na podlagi tega načrtovati akcijo. Za izvedbo aktivnosti vsak udeleženec potrebuje mobilni telefon z dostopom do Instagram računa, v primeru, da vsi nimajo telefona oz. računa na Instagramu, lahko delajo v parih.



## VELIKOST SKUPINE

5–35 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

60 minut



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- mobilni telefoni z dostopom do Instagrama
- internetna povezava
- večji listi papirja
- pisala, flomastri

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.

## Aktivnost

Prvi korak:

- Če je možno, se prvi korak izvede individualno. Udeleženci naj z mobilnimi telefoni naredijo Instagram zgodbo, v kateri se sprašujejo, zakaj izziv, ki so si ga izbrali, sploh obstaja (npr. Zakaj ni enakosti med spoloma? Zakaj je v mojem lokalnem okolju toliko odpadkov?). Predlagajte jim naj označijo svoje prijatelje ter uporabijo #GEGL in #GlobalEducationGoesPop.

Drugi korak:

- Udeležence pozovite, naj preberejo zgodbe drugih udeležencev ter odgovorijo na postavljena vprašanja v zgodbi. Poskusijo naj odgovoriti na čim več vprašanj (seveda je to odvisno od velikosti skupine).

Tretji korak:

- Razdelite udeležence v skupine po pet ali šest udeležencev glede na podobnost njihovih izzivov, ki so jih naslavljali v zgodbah, ter jih pozovite naj razpravljajo o vzrokih. Nato naj pripravijo plakat o glavnih vzrokih izbranih izzivov, in sicer tako, da odgovorijo na vprašanje: Zakaj se je ta izziv pojavil?



## RAZMISLEK

- Ali so vas odgovori presenetili? Če da, zakaj?
- Kaj menite o zbiranju mnenj o vzrokih in posledicah izzivov/problemov na družbenih omrežjih? Katere so dobre in katere so slabe strani?
- Ali nameravate nadaljevati vašo Instagram zgodbo v naslednjih 24 urah?

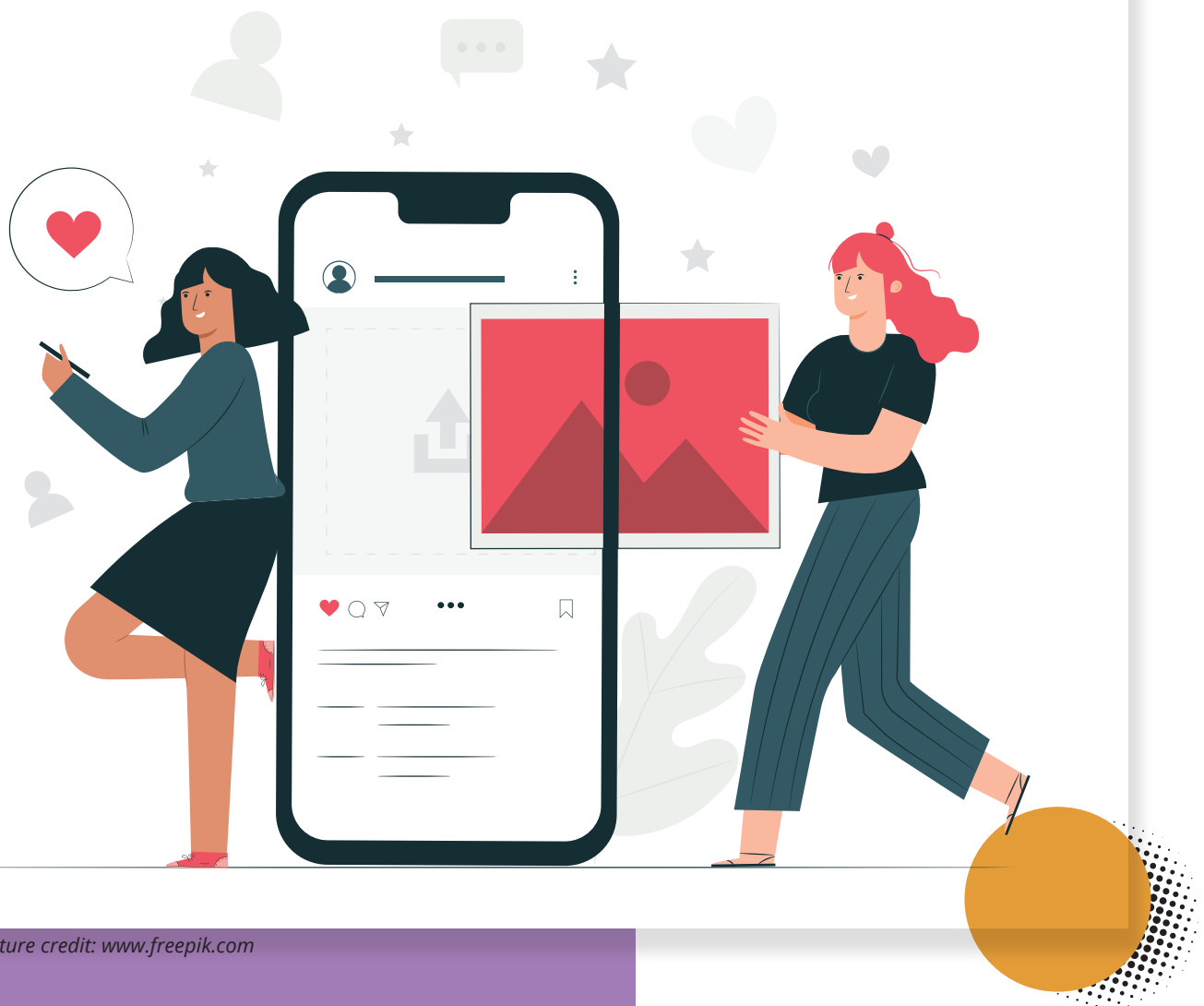


## NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Za pripravo Instagram zgodbe lahko udeležencem predstavite aplikacijo Canva<sup>23</sup>, ki ponuja oblikovanje Instagram zgodb z že obstoječimi predlogami.
- Če imate čas, lahko naredite več Instagram zgodb z različnimi vprašanji, kot so:
  - \* Kaj lahko naredim za rešitev problema?
  - \* Katere negativne posledice so pričakovane?
  - \* Kaj bi naredila določena slavna oseba (v vašem lokalnem okolju) glede tega problema? Kakšno rešitev bi ponudila?
  - \* Kaj mislite, da se bo zgodilo s tem problemom čez pet let?



- Udeležencem povejte, da je na Instagramu mogoče objaviti le krajša besedila.
- Priporočamo, da se pred izvedbo aktivnosti (dobro) seznanite, kako deluje Instagram.





# Časopis Zine



## UVOD

Zine je amaterski, ročno izdelan časopis, v ozadju katerega je običajno posameznik ali majhna skupina (subkultura), ki želi javnost opozoriti na neko družbeno temo ali problematiko.



## SPLOŠNI NAMEN

Ponuditi kreativno možnost pri iskanju rešitev določenih družbenih problemov oz. izzivov.



## UČNA CILJA:

- razviti kritično mišljenje
- raziskati možnosti kreativnega iskanja rešitev različnih družbenih izzivov oz. problemov



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Pripravite kratko predstavitev o časopisu Zine – filozofijo, ki je podlaga tovrstnim časopisom, potek razvoj časopisa Zine ter način razširjanja časopisa med ljudi.

Zine časopis daje glas anonimnim posameznikom. Glavna ideja časopisa je, da si posameznik vzame čas, da piše, zbira, riše in ureja, kar ustvarjalca časopisa bodisi zanima bodisi ga moti. Proces izdelave časopisa Zine je neposreden in je ves čas pod nadzorom tistega, ki ga ustvarja. Ravno to daje izjemnost tovrstnemu časopisu, saj ni prisotnega nikakršnega zunanjega vmešavanja, ni nadzora, ni cenzure in ni prisotnih manipulacij.

Časopis se izdaja v samozaložbi, ponavadi se izvodi kar fotokopirajo. Časopis je demokratičen in nekakšen participativni ideal, saj pogosto zagovarja stališča



## VELIKOST SKUPINE

4–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

2 uri






## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- primeri časopisa Zine ali fotografije primerov časopisa Zine
- pripomočki za slikanje, risanje, izdelavo kolažev
- stari časopisi in revije

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.





različnih skupin ljudi, ki se soočajo s problemi, ter na ta način preko časopisa pričenjajo dialog o izzivih, ki vplivajo na te skupine. Njihov cilj je vključevanje, dajanje glasu vrednotam ter temam, ki niso ali pa so enostransko opisane v prevladujočih medijih. Prav tako ne izključuje skupin po starosti, spolu, premoženju, političnem statusu in kulturi.

### **Aktivnost**


Prvi korak:

- Udeležence razdelite v manjše skupine glede na izbran izziv oz. problem, ki jih zanima. Vsaka skupina pripravi en časopis (en problem naj bo predstavljen v enem časopisu). Skupine so lahko tudi večje do 10 udeležencev.

Drugi korak:

- Vsaka skupina naj vihari možgane ter išče rešitve za izbran problem. Zapišejo naj vse možne rešitve.

Tretji korak:

- skupine naj pričnejo z izdelavo časopisa, spodbujajte jih k ustvarjalnosti pri reševanju izbranega problema. Pazijo naj le, da se rešitve problema ne ponavljajo;
  - vsak posameznik ali par naj z natančnim opisom rešitve problema pripravi eno stran časopisa, na koncu pa naj sestavijo časopis;
  - pripravite razstavni prostor za časopise. Udeleženci naj si ogledajo predlagane rešitve v časopisih.
- 



### **NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE**

- S sabo lahko prinesete primere časopisov z rešitvami, da udeleženci dobijo predstavo, kaj od njih pričakujete.
- Udeležencem lahko predlagate, naj še dodatno raziščejo svoje ideje za predlagane rešitve, da vidijo možen vpliv njihovih rešitev ter da preverijo dejstva.
- Če imate dovolj časa, lahko predlagate, naj posamezniki ali skupine pripravijo več strani časopisa.
- Priporočamo, da daste izdelanim časopisom z rešitvami problemov prepoznavnost in vidnost. Lahko jih fotokopirate in razdelite med udeležence, lahko jih razdelite po šolah/univerzah ali jih objavite na družbenih omrežjih.



# Fotografije Zinov



# Srečanje globalnih voditeljev



## UVOD

Ta aktivnost je simulacija srečanja globalnih voditeljev, na katerem udeleženci predstavijo svoje predloge rešitev obravnavanih tem in se nato skupaj odločijo, katere rešitve bodo uresničili.



## VELIKOST SKUPINE

12–30 udeležencev



## ČAS AKTIVNOSTI

90 minut



## SPLOŠNI NAMEN

Spodbuditi udeležence k iskanju rešitev za obstoječe globalne izzive.



## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- papir in pisala
- prostor preurejen tako, da spominja na razpravno dvorano



## UČNA CILJA:

- razviti veščine razpravljanja in krepitve argumentov
- uriti javno govorjenje

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem razložite, da bo izvedena simulacija srečanja globalnih voditeljev. Naloga udeležencev je rešiti izbrani problem (izberite problem, ki ste ga z udeleženci predhodno že obravnavali).

### Aktivnost

Prvi korak:

- Razdelite udeležence v manjše skupine, skupine naj bodo vsaj štiri.
- Skupne naj v 10 minutah pripravijo predstavitev rešitve izbranega problema, pri tem pa naj predstavijo argumente za in proti.







Drugi korak:

- Izberite osebo, ki bo vodila srečanje. Ta oseba naj ne bo del skupine, ki predstavlja rešitve izbranega problema. Medtem ko se skupine pripravljajo na razpravo, vodji srečanja predstavite njegove naloge – vodenje procesa razprave na način, da tekom razprave vse skupine pridejo do odločitve, katero rešitev bodo udeleženci udeležili; opozarjanje na spoštljivost in vodenje demokratičnega izbora.

Tretji korak:

- Izpeljite simulacijo srečanja globalnih voditeljev. Vsaka skupina naj najprej predstavi svoje predlagane rešitve, nato naj sredi razprava.
- Razpravo zaključite z glasovanjem, katero predlagano rešitev problema bodo udeleženci udeležili.



### RAZMISLEK

- Kako se počutite po tej aktivnosti?
- Kakšno je vaše mnenje o postopku izbiranja odločitve?
- Ali ste imeli dovolj podatkov za sprejetje odločitve? Kaj vam je pomagalo pri odločitvi?
- Ali ste zadovoljni z izidom tega procesa?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Če aktivnost izvajate v šoli, jo prilagodite šolskemu okolju. Udeleženci aktivnosti so lahko člani šolskega odbora ali kakšnega lokalnega telesa, ki ga poznajo in lahko sprejema odločitve o izbranih problemih ter lahko rešitve tudi udeležijo.





# Vključujoč plakat



## UVOD

Namen te aktivnosti je, da mladi pripravijo komunikacijsko kampanjo, ki je pomemben del kakršne koli akcije.



## SPLOŠNI NAMEN

Osveščanje o pomembnosti vključujočega komuniciranja.



## UČNA CILJA:

- kritično ocenjevanje skritih sporočil v različnih komunikacijskih kampanjah
- pripraviti udeležence na komunikacijsko kampanjo za doseganje pozitivnega učinka



## VELIKOST SKUPINE

10–30 udeležencev

---



## OPIS AKTIVNOSTI

### Priprave

Udeležencem razložite, da bodo izdelali plakate za komunikacijsko kampanjo v njihovi lokalni skupnosti o globalnih izzivih. Delo poteka v skupinah, vsaka skupina pa prejme svoj globalni izziv, ki bo vodilo njihovega komunikacijskega plakata. Namen aktivnosti je osvetliti problematiko, kako komunicirati o globalnih temah, upoštevajoč Pravidnik ravnanj s podobami in sporočili.



## ČAS AKTIVNOSTI

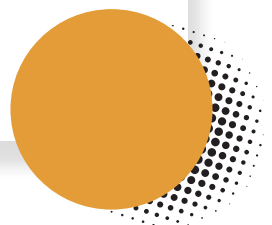
90 minut

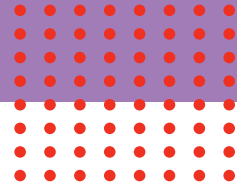


## PRIPOMOČKI IN KRAJ IZVAJANJA AKTIVNOSTI

- material za risanje
- fotografije ali stari časopisi, revije
- markerji
- večji listi papirja
- projektor z dostopom do interneta ali predhodno pripravljen material
- natisnjeni obrazci za ocenjevanje (en obrazec za vsako skupino)

Aktivnost se (praviloma) izvaja notri.





## Aktivnost

Prvi korak:

- Predstavite video in seznam za objavljanje na družbenih omrežjih, ki ga je razvil RADI-AID [www.radiaid.com/social-media-guide/](http://www.radiaid.com/social-media-guide/) in temelji na Pravilniku ravnanj s podobami in sporočili (v priročniku je opisan v poglavju Pravila ravnanja s podobami in sporočili).
- Udeležence vprašajte, naj kaj vse morajo biti pozorni pri pripravi komunikacijske kampanje. Odgovore zapisujte na tablo ali večji list papirja.
- Če imajo udeleženci težave pri določanju različnih elementov, na katere morajo biti pozorni, jih lahko spodbudite z dodatnimi vprašanji, kot so: Ali so v izjavah stereotipi? Ali so informacije pregledne? Kateri so viri informacij? Ali so izjave konstruktivne?

Drugi korak:

- Udeležence razdelite v manjše skupine, vsaki skupini določite svoj izziv (izzive lahko prilagodite lokalnim potrebam). Udeleženci naj pričnejo z izdelavo plakata.
- Ko izdelajo plakat, naj skupine med sabo plakate zamenjajo. Po zamenjavi izdelanih plakatov naj skupine začnejo z ocenjevanjem plakatov po ocenjevalnem obrazcu, ki jim ga razdelite.

Tretji korak:

- Vsaka skupina dobi plakat, ki ga je izdelala, in ocenjevalni list. Skupinam dajte priložnost, da na podlagi ocene spremenijo/popravijo plakat.



### RAZMISLEK

- Ali je bila izdelava plakata enostavna/zapletena?
- Kako ste se počutili, ko ste ocenjevali plakat?
- Kaj se vam je zdelo najbolj zahtevno?
- Ali vedno iščete skrita sporočila v komunikacijah (npr. v objavah na družbenih omrežjih)?
- Ali ste našli kakšna negativna sporočila na plakatih?
- Ali lahko navedete primere kakršnih koli skritih sporočil iz vsakdanjega življenja?
- Kakšna so priporočila za načrtovanje akcij/ukrepov?



### NASVETI ZA IZVAJANJE IN PRIPOROČILA ZA IZVAJANJE

- Pri izdelavi plakatov naj bodo udeleženci ustvarjalni. Lahko rišejo, naredijo kolaž, plakat lahko izdelajo tudi s pomočjo spletnih orodij za oblikovanje. Za namen razprave o Pravilniku ravnanja s podobami in sporočili lahko pripravite različno gradivo, ki ni skladno s pravilnikom.



Gradivo za izdelavo vključujočih plakatov

**1. primer:** Vaša organizacija načrtuje ozaveščanje o spolni neenakosti v vaši lokalni skupnosti. Ker je primerov spolne neenakosti veliko, želite ozavestiti ljudi. Aktivnost je nastala na podlagi resničnega dogodka: Od prijatelja ste izvedeli, da ima lokal v vaši lokalni skupnosti v politiki zaposlovanja, da zaposlujejo le moške z namenom, da bi v lokal privabili čim več žensk.

**2. primer:** V mestu, kjer živite, so velik problem odpadki. Mesto je umazano in zdi se, da v mestu vlada kultura metanja odpadkov namesto v zabojnike na tla, zato želite za rešitev tega problema pripraviti komunikacijsko kampanjo.

**3. primer:** Organizirate prostovoljno dejavnost v Gani in iščete prostovoljce. Kako bi motivirali mlade, da se udeležijo vaše aktivnosti?

**Obrazec za ocenjevanje sporočil na plakatu:**

1. Kakšne občutke v vas vzbudi plakat?
2. Ali je raba jezika na plakatu vključujoča za vse?
3. Ali so na plakatu kakšni stereotipi?
4. Kakšen učinek ima ta plakat?

	pozitivni vpliv	negativni vpliv
Posamezniki, vključeni v komunikacijo		
Organizacija		
Lokalna skupnost		
Okolje		
Deležniki		



## Primeri aktivnosti

Opisali bomo primere akcij, ki so jih izvedli projektni partnerji projekta GEGL.

### Vikend spletnih iger v Mazarronu (Španija)

Datum:	15.–16. december 2018
Organizator:	Mladinski center Mazarron
Naslovljeni CTR:	5 in 11
Število udeležencev:	več kot 100

#### Ozadje akcije

Mladinski center Mazarrón je na željo mladih v lokalni skupnosti organiziral vikend spletnih iger. Leta 2017 so izvedli analizo potreb med srednješolci, in sicer s vprašalnikom, kaj bi želeli početi v prostem času. Najbolj pogost odgovor je bil igranje spletnih iger. Mladinski center Mazarrón je z vprašalnikom analiziral tudi neodgovorno potrošnjo videoiger v smislu, koliko časa mladi preživijo na računalniku in katere vrste iger igrajo (večinoma nasilne in tekmovalne igre, ki ne vključujejo vrednot, kot sta strpnost in spoštovanje). Z igranjem tovrstnih iger se mladi naučijo biti nespoštljivi do ljudi v svojem okolju, postanejo tolerantni do nasilja, ne naučijo se kritičnega mišljenja in nimajo razvitih veščin odločanja, katere igre so dobre in katere so škodljive.

#### AKCIJA

Dogodek je bil strateško pripravljen. Mladinski center je želel mladim ponuditi privlačne igre, hkrati pa izvesti vzporedne izobraževalne aktivnosti.



Izbira prostora je bila zelo pomembna. Dogodek so izvedli v športnem centru, ki ga obiskuje veliko mladih, torej v prostoru, ki je mladim znan in jim je blizu, po drugi strani pa je velik prostor organizatorjem omogočil, da se zbere več kot 100 mladih na enem mestu. Razporeditev prostora je bila takšna, da je bilo v prostoru na voljo več manjših prostorov za izvedbo aktivnosti.

V času priprav aktivnosti je mladinski center poiskal strokovnjake, ki so bili vešč uporabe participatornih pristopov tako, da so se mladi hkrati zabavali in učili.

Aktivnost je potekala dva dni (v soboto in nedeljo). Za motivacijo mladih, da ostanejo na celotnem dogodku, so izbrali sledeče ukrepe:

- poleg spletnih iger so mladi v času čakanja lahko igrali košarko in odbojko;
- hkrati so izvajali dve vzporedni aktivnosti. Prva je bila o stereotipih v oglaševanju – soočanje s seksizmom v oglaševanju in potrošništvo vs. odgovorna poraba. Druga aktivnost je bila posvečena pastem interneta (internetno ustrahovanje, zapeljevanje, pošiljanje oziroma objavljanje golih/



- 
- 
- razgaljenih fotografij, lažno predstavljanje itd.) in varni rabi interneta. Vsaka aktivnost je trajala 40 minut, ponovljena pa je bila večkrat na dan;
  - dodatna motivacija za aktivno sodelovanje so bile denarne nagrade za prve tri uvrščene pri vsaki igri, nagrade je prispevala občinska uprava Mazarron.

## **REZULTATI**

Preko aktivnost so mladi spoznali, kako pomembna je omejitev časa pri igranju spletnih iger ter kako lahko koristno porabijo svoj prosti čas na različne načine. Spoznali so vpliv videoiger na obnašanje posameznika in kako se nezavedno preko iger učijo. Naučili so se kritično oceniti igre, katere in zakaj so lahko za njih škodljive. Mladi so spoznali pomen starševskega nadzora in po aktivnosti razumeli, da starši z omejevanjem časa za igranje videoiger skrbijo za njihovo zdravje in dobro počutje, prav tako pa so se naučili metodo refleksije, s katero so osvetlili pasti interneta in spoznali načine, kako se lahko zaščitijo.

Po izvedbi aktivnosti so se mladi zavedali, da obstajajo načini kontaminacije sveta preko videoiger. Mladi, vključeni v aktivnost, se zavedajo, da so del sveta, v katerem morajo reagirati kritično in odgovorno.

Mladi so se zabavali in spoznavali vrstnike s podobnimi interesi, pridobili so nove prijatelje in postali motivirani tudi za udeležbo na drugih dogodkih, ki jih organizira občina.

### **Nasveti za vse, ki želite izpeljati podobno aktivnost:**

- vprašajte mlade, kaj bi želeli početi, in prilagodite izbrano aktivnost, da se hkrati učijo o CTR,
- delavnice ne smejo biti predolge, biti morajo dinamične, zabavne ter povezane z izbrano aktivnostjo tako, da lahko mladi po aktivnosti reflektirajo, kaj so počeli,
- čakanje na/med izvedbo aktivnosti je zelo pomemben vidik ohranjanja motivacije, zato naj bodo aktivnosti organizirane tako, da udeleženci nimajo občutka dolgčasa,
- pripravite alternativne aktivnosti, kot so zabavne, športne aktivnosti ipd.





## Slike iz kavbojk (Slovenija)

Datum:	17. oktober 2018
Organizator:	Inštitut za afriške študije in OŠ Pohorskega bataljona Oplotnica
Naslovljeni CTR:	5 in 12
Število udeležencev:	28 (udeleženci iz 11 osnovnih šol)

### **Ozadje akcije**

Inštitut za afriške študije že vrsto let sodeluje z OŠ Pohorskega bataljona Oplotnica. Tokrat je bila v sodelovanju izvedena likovna kolonija z namenom osveščanja o odgovornem potrošništvu. Na likovni koloniji, ki jo že tradicionalno izvaja Danuška Hauptman, ki navdušuje z izvirnimi in nevsakdanjimi tehnikami umetniškega ustvarjanja, so udeleženci umetniško ustvarjali s ponovno uporabo kavbojk.

Umetniško ustvarjanje spodbuja mlade h kreativnemu mišljenju, mladim daje priložnost za poglobljen razmislek o aktualnih družbenih temah, hkrati pa z umetniškim ustvarjanjem nastanejo izdelki, ki so, če pripravimo razstavo nastalih umetnin, tudi sredstvo ozaveščanja javnosti. Umetniško ustvarjanje ponuja slikovit, očem všečen prikaz in je zelo priporočljivo in primerno za osveščanje o ciljih trajnostnega razvoja.

### **AKCIJA**

OŠ Oplotnica je na likovno kolonijo povabila profesorje in učence z različnih osnovnih šol ter jih prosila, naj na aktivnost prinesejo kavbojke, ki jih ne nosijo več. Predstavnica Inštituta za afriške študije je pred začetkom umetniškega ustvarjanja izvedla delavnico Pot kavbojk, na kateri so udeleženci raziskovali in spoznali kompleksnost procesa izdelave in distribucije kavbojk (surovine, potrebne za izdelavo, države sveta, ki so vpete v proces proizvodnje, potek distribucije do trgovskih polic v Sloveniji). Po predstavi Poti kavbojk so udeleženci razpravljali o svojih potrošniških navadah. Sledila je predstavitev CTR s poudarkom na CTR 12, ki nas poziva k odgovorni proizvodnji in porabi. Udeleženci so skupaj raziskovali možnosti ponovne uporabe in se dotaknili pereče problematike odpadnega tekstila. Nato je Danuška Hauptman predstavila tehnike za izdelavo slik in pokazala primere umetniških slik iz kavbojk. Udeleženci so imeli tri ure in pol časa za izdelavo slik iz kavbojk. Ob zaključku aktivnosti je udeležence obiskal in nagovoril ravnatelj šole, ki je čestital za nastale všečne umetnine.

### **REZULTATI**

Izvedena aktivnost, ki je združila mlade in njihove mentorje iz 11 osnovnih šol, je bila izkustvena. Udeleženci so spoznali, kako pravzaprav nastanejo kavbojke, katere države so vpete v proizvodnjo ter kateri materiali vse so potrebni za njihovo izdelavo. Preko aktivnosti so udeleženci spoznali CTR in aktualni družbeni problem potrošništva. Imeli so čas za razmislek o svojih potrošniških navadah ter dobili ideje za ponovno uporabo odpadnega tekstila v všečne

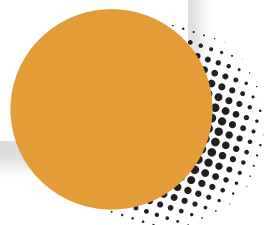


izdelke.

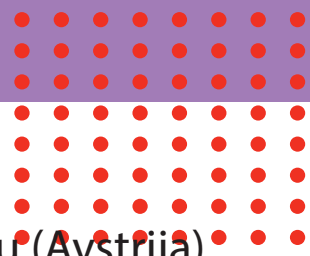
V času kreativnega ustvarjanja so imeli mladi možnost razpravljati o CTR, problematiki odpadnega tekstila, o delovnih razmerah v tekstilni proizvodnji in svetovni neenakosti.

### **Nasveti za vse, ki želite izpeljati podobno aktivnost**

- Skupina udeležencev naj ne bo prevelika, prostor, kjer poteka aktivnost, pa naj bo dovolj velik. Pot kavbojk naj bo predstavljena preko slikovnega gradiva (gradivo za delavnico lahko dobite na Inštitutu za afriške študije).
- Pred izvedbo aktivnosti bodisi prosite udeležence, naj s sabo prinesejo odpadne kavbojke, bodisi organizirajte zbiralno akcijo odpadnih kavbojk.
- Pripomočki, potrebni za izvedbo aktivnosti: kartonske podlage, lepila, škarje in fotografije primerov umetniških slik iz kavbojk.
- Slike lahko udeleženci izdelujejo samostojno, v parih ali manjših skupinah. Med izdelovanjem si vzemite čas in se z udeleženci pogovarjajte o potrošništvu, navadah, tekstilni industriji, odpadkih, recikliranju in ponovni uporabi.
- Priporočamo, da po aktivnosti naredite razstavo izdelkov, za katero naj udeleženci pripravijo vabilo/letak, na katerega napišejo pomen ponovne uporabe in CTR 12 – odgovorna proizvodnja in poraba. Razstavo lahko izvedete v javnem prostoru ali pa v virtualnem okolju na družbenih omrežjih.







## Kuhanje iz ostankov (Fairkochen) v Gratkornu (Avstrija)

Datum: 17. oktober 2018  
Organizator: Suedwind  
Naslovljeni CTR: 11, 12  
Število udeležencev: 11

### Ozadje akcije

Suedwind je skupaj z lokalnimi partnerji kot sredstvo ozaveščanja o ciljnih trajnostnega razvoja (CTR) izbral kuhanje. Kuhanje je preprosta in praktična dejavnost, ki pritegne mlade tudi, če jih vsebina na začetku ne zanima. Kuhanje ponuja več izhodišč za razpravo, npr. viri odpadkov, lokalno pridelana hrana in trajnostna potrošnja, hkrati pa mladim nudi priložnost, da so aktivni.

### AKCIJA

Na povabilo mladinskega centra ARENA se je odzvala Brigitte Ruhl-Preiter, lokalna avtorica knjige Eating to life, ki je z udeleženci kuhala okusno, dostopno in lokalno hrano. Med delavnico je predstavila način trajnostnega nakupovanja, ki ga je mogoče preprosto uresničiti z uporabo nakupovalnega načrta in načrtovanja priprave obrokov, ki ostanejo okusni dlje časa, kar pripomore k zmanjšanju količine odpadne hrane.

Drugi poudarek je bil na ekoloških in lokalnih sestavinah ter na lokalnih in globalnih prednostih regionalnega in ekološkega kmetovanja. Za zaključek so udeleženci pojedli pripravljene jedi, vsak udeleženec pa je za darilo prejel knjigo Eating to life avtorice Brigitte Ruhl-Preiter.

### REZULTATI

Izvedena akcija je bila praktična dejavnost, ki je združila mlade in starejše ljudi iz istega kraja. Postali so ozaveščeni o pomenu ekološke in lokalne proizvodnje ter posledicah svetovne proizvodnje hrane (CTR 11, 12). V času priprave in obroka so imeli mladi možnost pogovora s starejšimi.

### Nasveti za druge, ki bi želeli izpeljati podobno aktivnost

- Skupina naj ne bo prevelika, priporočamo do 15 udeležencev. Na aktivnost povabite mlade in starejše. Starejši so običajno bolj veščji kuhanja in lahko s svojim znanjem in izkušnjami pripomorejo pri izvedbi aktivnosti. Kuhar mora imeti za aktivnost na voljo dovolj časa za pogovor o kuhanju in za razpravo z vsemi udeleženci.
- Suedwind je sodeloval s srednjo šolo, ki ima veliko in profesionalno opremljeno kuhinjo za kuharske tečaje. Če je le mogoče, priporočamo izvedbo delavnice v dobro opremljeni kuhinji.



## Življenje v harmoniji z naravo (Bolgarija)

Datum:	15. avgust–15. november 2018
Organizator:	Center skupnosti v kraju Kurtovo Konare
Naslovljeni CTR:	11, 12
Število udeležencev:	300 predstavnikov lokalne skupnosti (otroci in mladi), vključenih v usposabljanja, delavnice in srečanja, in preko 1000 gostov, ki so se s pobudo Živimo v sožitju z naravo seznanili na Kurtovo Konare festivalu – festivalu paprik, paradižnika, tradicionalne hrane in obrti.

### Ozadje akcije

Ta akcija je Centru skupnosti kot aktivnemu civilnemu središču za trajnostni razvoj lokalne skupnosti ponudila priložnost za:

- še večji prispevek centra k učinkovitemu in trajnostnemu razvoju glede uporabe naravnih virov v kraju,
- ustvarjanje uspešnega lokalnega modela sodelovanja za izvajanje ciljev trajnostnega razvoja 11 in 12.

### AKCIJA

Akcija je vključevala usposabljanja za mlade o CTR 11 in CTR 12 ter informativno kampanjo Življenje v harmoniji z naravo. Kampanja je vključevala gledališke predstave, ustvarjalne delavnice, razstave ter dejavnosti vidnosti in razširjanja. Izvedene so bile sledeče aktivnosti:

1. pet informativnih usposabljanj o CTR 11 in CTR 12, ki se jih je skupno udeležilo 77 mladih udeležencev,
2. razvoj gradiva o CTR 11 in 12 za otroke v vrtcih in mlade v osnovnih ter srednjih šolah,
3. organizacija informativne kampanje Življenje v harmoniji z naravo, ki je vključevala :
  - 7 ur predstavitvenih aktivnosti, namenjenih učencem od 1. do 7. razreda, na temo trajnostne potrošnje (ločeno zbiranje odpadkov, recikliranje, varčevanje z energijo itd). Sodelovalo je 80 otrok iz vrtcev in 160 učencev iz osnovne šole,
  - učne dejavnosti Children's Paradise za otroke iz vrtcev in 1. ter 2. razreda,
  - dve kreativni delavnici za izdelavo izdelkov iz odpadne embalaže in naravnih materialov (koruze in gline),
  - sodelovanje rock skupine Nekaj pisanega na festivalu. Skupina je izvajala pesmi s poudarkom na čisti naravi in zaščiti kulturne in naravne dediščine lokalne skupnosti,
  - foto dogodek, na katerem je bilo razstavljenih 14 fotografij, ki so jih pripravili mladi amaterski fotografi. Njihove fotografije so bile predstavljene v času festivala,
  - razstava izdelkov iz recikliranih materialov ob mednarodnem dnevu Združenih narodov (24. oktober),



- zaključna akcija s posebnim srečanjem otrok in starih staršev na dan zdrave prehrane (8. november),
- 4. objave v medijih, zaključni sestanek, promocijske vrečke.

### **REZULTATI**

- 5 usposabljanj o CTR 11 in 12, ki se jih je udeležilo 77 udeležencev.
- 8 različnih aktivnosti v sklopu iniciative Življenje v harmoniji z naravo.
- Organizacija dveh razstav in posnet film z udeleženci in mladimi.
- 32 medijskih objav in 100 promocijskih vrečk.
- Večje zanimanje lokalne skupnosti, še posebej mladih za aktivnosti, povezane s CTR 11 in 12.
- Predstavniki lokalne skupnosti so pridobili novo znanje in razvili nove veščine.
- Večja prepoznavnost Centra skupnosti.
- Razvoj novih partnerstev.

### **Nasveti za druge, ki bi želeli izpeljati podobno aktivnost**

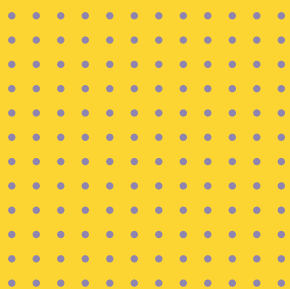
Živeti v sožitju z naravo pomeni ohranjanje narave in delovanje za doseganje trajnostne lokalne skupnosti, temo pa je mogoče nenehno nadgrajevati z novimi aktivnostmi.

### **PRIČANJA UDELEŽENCEV**

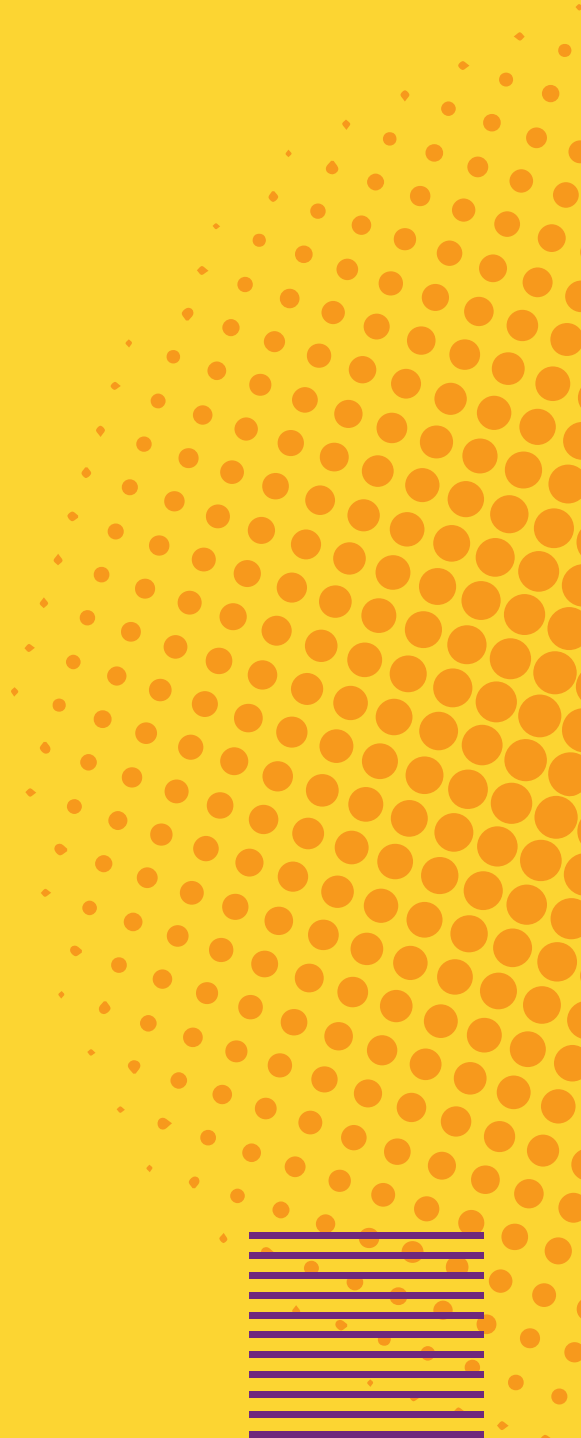
- Učenci 6. razreda na enem od usposabljanj: "Želimo si več zelenih površin, več smetnjakov, ureditev šolskega dvorišča in ohranjanje lokalnega gozda."
- Učenci 6. razreda na enem od usposabljanj: "Narava je naša mati in brez nje ne bi mogli živeti. Ampak mi vsak dan onesnažujemo zemljo z odpadki, vsak dan sekamo gozdove in uničujemo zelenice za izgradnjo novih stavb, ne da bi pomislili, da se s tem dejansko delimo. Vsak dan onesnažujemo zrak s strupenimi snovmi in nihče ne misli na to, da nas zastruplja."
- Milica Andonova, 16 let: "Ni naključje, da so ljudje rekli, da človek začne nekaj ceniti šele, ko to izgubi."
- Petar Stoilov, 15 let: "Upam, da bom lahko nekega dne pokazal naravo našega kraja."
- Angel Yanakiev - Mingera, član skupine Nekaj pisanega: »Ohranjanje narave je poslanstvo skupine Nekaj pisanega, zato pozdravljamo s pesmijo Želim sonce – želim sonce, želim zrak, želim čisto vodo in nasmeh naših otrok!«







# EVALVACIJA





Da bi kar najbolje izkoristili katero koli učno izkušnjo, si je potrebno vzeti čas za razmislek o učenem procesu in naučenem. Evalvacija je del modela globalnega učenja, ki omogoča prehod na naslednjo stopnjo oz. na naslednjo učno izkušnjo. Evalvacija je tudi vez med vami, udeleženci in naučenim. Evalvacija pomaga pri načrtovanju nadaljnjih aktivnosti učnega procesa, saj nudi vpogled, ali je potrebno aktivnost prilagoditi. Povratne informacije udeležencev so dragocene, saj z njimi bolje načrtujete in zagotovite, da bodo vsi udeleženci kar najbolj aktivni v učnem procesu. Evalvacija naj bo sestavni del učnega procesa. Med aktivnostjo samo lahko pridobite povratne informacije prek razprave ali poročanja dela skupin, po zaključku aktivnosti ali vsebinskega sklopa, pa evalvaciji posvetite več časa.

### **1. PRIMER:**

Sedite v velikem krogu in si podajate poljuben predmet (kamen, palica, žoga ipd.). Predmet drži v roki tisti, ki govori. Prvemu udeležencu v krogu podajte predmet in ga vprašajte, kaj je z udeležbo na aktivnosti pridobil, kako se je počutil (katero znanje/spretnosti je pridobil, kaj ga je presenetilo, posebni vtis ipd.). Ko udeleženec pove svoje mnenje, preda predmet drugemu. Dejavnost se zaključi, ko vsi udeleženci povejo svoje mnenje, vtise in občutke.

### **2. PRIMER:**

Na tla položite veliko število fotografij/razglednic ali drugih slik. Vsak udeleženec naj si izbere dve fotografiji/sliki – ena naj predstavlja pozitiven vtis z aktivnosti (kaj jim je bilo všeč), druga pa negativnega (kaj jim ni bilo všeč). Udeležence prosite, naj pokažejo svoji fotografiji/sliki in pri tem delijo s skupino svoje misli, občutke. Na koncu na kratko razpravljate o težavah, ki so se izrisale tekom aktivnosti, razprava pa naj ne bo predolga.

### **3. PRIMER:**

Udeležencem razdelite tri samolepilne listke. Udeležence prosite, naj na prvi listek napišejo, kaj jih je presenetilo, na drugi listek, kaj so se naučili, na tretji listek pa, o čem bi želeli pridobiti več informacij oziroma bi želeli imeti več časa za raziskovanje. Udeleženci listke z odgovori nalepijo na velike liste papirja, in sicer tako, da so skupaj zbrani vsi odgovori na posamezna vprašanja. Skupaj z udeleženci si oglejte vse komentarje.

### **4. PRIMER:**

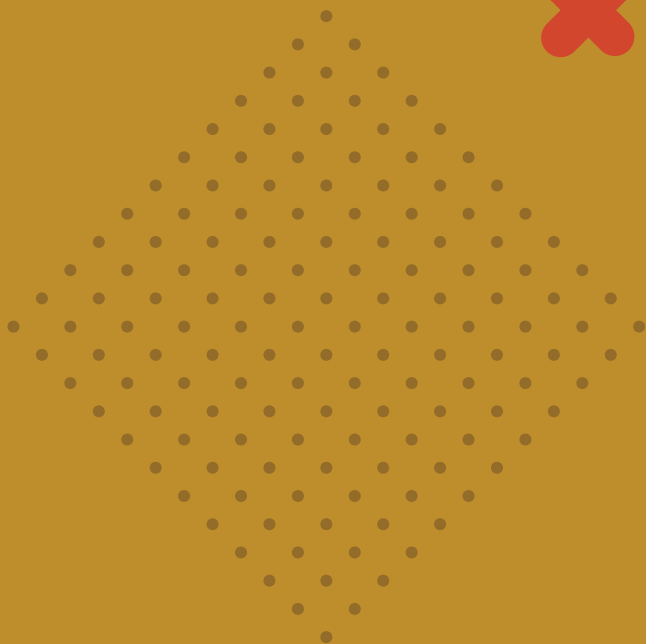
Udeležence prosite, naj vstanejo in si v prostoru, kjer izvajate aktivnost, predstavljajo namišljeno črto. En konec namišljene črte pomeni strinjanje z izjavo, drugi konec pa nestrinjanje z izjavo (za lažjo izvedbo lahko na nasprotni steni prostora nalepite list strinjam se/ne strinjam se). Udeležencem pojasnite, da boste prebrali trditve, udeleženci pa naj se razporedijo na ustrezno mesto glede na strinjanje oz. nestrinjanje z izjavo. Po vsaki trditvi prosite po dva udeleženca, da delita svoje misli in občutke in da razložita, zakaj sta se postavila na mesto, ki predstavlja strinjanje oz. nestrinjanje. Nato nadaljujte z naslednjo izjavo.



Primer trditev, ki jih lahko prilagodite svojim željam oz. potrebam:

- V tej dejavnosti sem užival.
- Ta dejavnost se mi je zdela zahtevna.
- Zdaj gledam na problem (aktivnost, temo) drugače kot prej.
- Pomembno je, da spregovorimo in uresničimo vrednote, ki jih želimo spodbujati, kot so človekove pravice, pravičnost, spoštovanje in solidarnost.





# SLOVARČEK







**Cilji trajnostnega razvoja (CTR)** je načrt za doseganje boljše in bolj trajnostne prihodnosti za vse. CTR so zapisani v Agendi 2030, ki je bila sprejeta leta 2015 na vrhu Organizacije Združenih narodov (OZN). Svetovni voditelji so se dogovorili, da bodo nagovarjali globalne izzive, s katerimi se srečuje planet, ljudje in gospodarstvo. Tako so določili 17 CTR, med katerimi so revščina, neenakost, podnebne spremembe, izčrpavanje okolja, mir in pravičnost. Vseh 17 CTR je medsebojno povezanih zato, da ne bi pustili nikogar za nami (zadaj), zato je pomembno, da so vsi cilji doseženi do leta 2030. CTR so globalni cilji in so pomembni za vse države.

**Enakost spolov** se nanaša na enake pravice, odgovornosti in možnosti za moške in ženske ne glede na spol v vseh družbenih sektorjih. To pomeni, da se interesi, potrebe in prednostne naloge moških in žensk upoštevajo. Enakost spolov je vprašanje človekovih pravic in je predpogoj ter indikator trajnostnega na ljudi osredotočenega razvoja.

**Globalno državljanstvo** se nanaša na koncept, da identiteta posameznika presega geografske in državne meje. Čeprav spoštuje meje, se naša družbena, politična, okoljska in gospodarska dejanja uresničujejo v medsebojno povezanem svetu. Kot globalni državljani imamo vsi pravice in dolžnosti do našega planeta in za skrb za trajnostni razvoj sveta.


**Globalno izobraževanje** je celostni, aktivni učni proces o vrednotah, kot so solidarnost, enakost, pravičnost, vključenost in sodelovanje, ki prispevajo k izkoreninjanju revščine in spodbujanju trajnostnega razvoja. To je izobraževanje, ki ljudem odpira oči in daje misliti o realnosti sveta. Ljudi prebuja, da ustvarjajo svet z večjo pravičnostjo, enakopravnostjo in človekovimi pravicami za vse. Globalno izobraževanje spremlja razvojno izobraževanje, izobraževanje o človekovih pravicah, izobraževanje za trajnostni razvoj, izobraževanje za mir in preprečevanje sporov ter medkulturno izobraževanje in ima razsežnosti izobraževanja za državljanstvo (definicija Centra Sever-Jug, ki deluje v okviru Sveta Evrope).

**Globalni jug** je izraz, ki se uporablja za opis držav z nizkim in srednjim dohodkom v državah Afrike, Azije, Latinske Amerike in Karibov.

**Globalni sever** je izraz, ki se uporablja za opis držav z visokim dohodkom v Evropi in Severni Ameriki.

**Globalno učenje** (glej tudi globalno izobraževanje) je aktiven učni proces, ki temelji na vrednotah solidarnosti, enakosti, pravičnosti, vključenosti in sodelovanju z namenom raziskovanja globalnih izzivov in razumevanja lastne vloge in odgovornosti v medsebojno povezanem svetu.





**Pop kultura** je trenutna kultura mladih. Ta kultura se nenehno spreminja in je podvržena številnim različnim vplivom. Pop kultura se prenaša preko množičnih medijev (vključno s spletom) in je namenjena predvsem mladim.

**Pravilnik vedenja glede podob in sporočili** je okvir, na katerega se lahko sklicujejo nevladne organizacije pri oblikovanju in izvajanju njihove strategije javnega sporočanja oz. pri objavljanju fotografij in/ali sporočil, da bi ji pomagali ohraniti spoštovanje in človekovo dostojanstvo. Temelji na nizu ključnih načel, katerih cilj je zagotoviti izogibanje stereotipnim in senzacionalnim podobam. Organizacije, ki so sprejele pravilnik, si bodo prizadevale izbirati podobe in sporočila, ki predstavljajo zapletenost situacije, in se zavežejo, da bodo pridobile dovoljenja ljudi, ki so upodobljeni na fotografijah, ki jih uporabljajo.

**Trajnostni razvoj je razvoj**, ki ustreza potrebam sedanosti, ne da bi s tem ogrozili možnosti prihodnjih generacij, da te zadovoljijo lastne potrebe. Trajnostni razvoj vključuje tri razsežnosti, to so okoljska, družbena in ekonomska razsežnost.



#### Viri:

1. [www.tui-stiftung.de/unsere-projekte/junges-europa-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/junges-europa-2019-diejugendstudie-der-tui-stiftung/](http://www.tui-stiftung.de/unsere-projekte/junges-europa-die-jugendstudie-der-tui-stiftung/junges-europa-2019-diejugendstudie-der-tui-stiftung/) (Pridobljeno februarja 2020).
2. [www.youthconf.at/wp-content/uploads/2018/04/YouthGoalsHandout.pdf](http://www.youthconf.at/wp-content/uploads/2018/04/YouthGoalsHandout.pdf) (Pridobljeno februarja 2020).
3. [www.bosch-stiftung.de/sites/default/files/publications/pdf/2019-06/Studie\\_Jugend%20Youtube%20Kulturelle%20Bildung%202019.pdf](http://www.bosch-stiftung.de/sites/default/files/publications/pdf/2019-06/Studie_Jugend%20Youtube%20Kulturelle%20Bildung%202019.pdf) (Pridobljeno februarja 2020).
4. [www.kahoot.com](http://www.kahoot.com)
5. Britannica, [www.britannica.com/technology/photography](http://www.britannica.com/technology/photography) (Pridobljeno februarja 2020).
6. [www.dochas.ie/images-and-messages](http://www.dochas.ie/images-and-messages) (Pridobljeno februarja 2020).
7. [dochas.ie/images-and-messages](http://dochas.ie/images-and-messages)
8. [www.ted.com/talks/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story](http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story) (Pridobljeno februarja 2020).
9. Urban Dictionary, dostopno na: [www.urbandictionary.com/define.php?term=superhero](http://www.urbandictionary.com/define.php?term=superhero). (Pridobljeno februarja 2020).
10. Npr.: Desperate Housewives; Community; Extreme Makeover: Home Edition.
11. [www.broadbandcommission.org/publications/Pages/bb-and-gender-2015.aspx](http://www.broadbandcommission.org/publications/Pages/bb-and-gender-2015.aspx) (Pridobljeno februarja 2020).
12. [www.kahoot.com](http://www.kahoot.com) (Pridobljeno februarja 2020).
13. [www.create.kahoot.it/details/global-citizenship-review-chapters-7-8/4e7db681-b05c-4343-8aed-19e4411c658e](http://www.create.kahoot.it/details/global-citizenship-review-chapters-7-8/4e7db681-b05c-4343-8aed-19e4411c658e) (Pridobljeno februarja 2020).
14. [www.canva.com](http://www.canva.com); [www.en.actionbound.com](http://www.en.actionbound.com); [www.kahoot.com](http://www.kahoot.com); [www.mentimeter.com](http://www.mentimeter.com); [www.padlet.com](http://www.padlet.com); [www.trello.com](http://www.trello.com)/ (Pridobljeno februarja 2020).
15. [www.de.wikipedia.org/wiki/Urban\\_Art](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Urban_Art) (Pridobljeno februarja 2020).
16. [www.de.wikipedia.org/wiki/Street\\_art](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Street_art) (Pridobljeno februarja 2020).
17. [www.streetartbio.com/banksy](http://www.streetartbio.com/banksy) (Pridobljeno februarja 2020).
18. [www.en.wikipedia.org/wiki/Tape\\_Art](http://www.en.wikipedia.org/wiki/Tape_Art) (Pridobljeno februarja 2020).
19. [www.growsomethinggreen.com/blogs/grow-something-green/moss-graffiti-guerrilla-gardening-recipe](http://www.growsomethinggreen.com/blogs/grow-something-green/moss-graffiti-guerrilla-gardening-recipe) (Pridobljeno februarja 2020).
20. [www.de.wikipedia.org/wiki/Liste\\_von\\_Graffiti-\\_und\\_Streetart-Kunstlern](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Liste_von_Graffiti-_und_Streetart-Kunstlern) (Pridobljeno februarja 2020).
21. [www.en.wikipedia.org/wiki/Street\\_sports](http://www.en.wikipedia.org/wiki/Street_sports) (Pridobljeno februarja 2020).
22. Price, J.(2003). Get Global! A Skills-Based Approach to Active Global Citizenship. ActionAid.
23. <https://www.canva.com> (Pridobljeno februarja 2020).



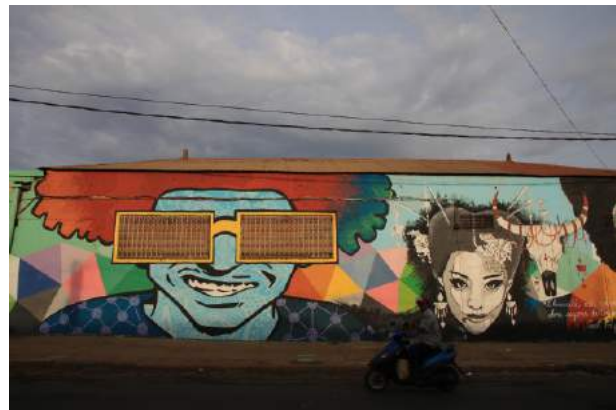
# Primeri grafitov



MexicoCity, Mexico, Vladislav Petkov.



Photo credit: Madagascar, Helene Josephides



Madagascar, Helene Josephides.



Athens, Greece, Helene Josephides.



Nicosia, Cyprus, Kerstin WittigFergeson.





Kampala, Uganda, Vladislav Petkov.



Kampala, Uganda, Vladislav Petkov.



Nicosia, Cyprus, Kerstin WittigFerguson.



Lisbon, Portugal, Fatema Islam. <https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fcu1.uicdn.net%2F823%2Fcb4e83293ff690de16b0b21dc->





## Kontakti:

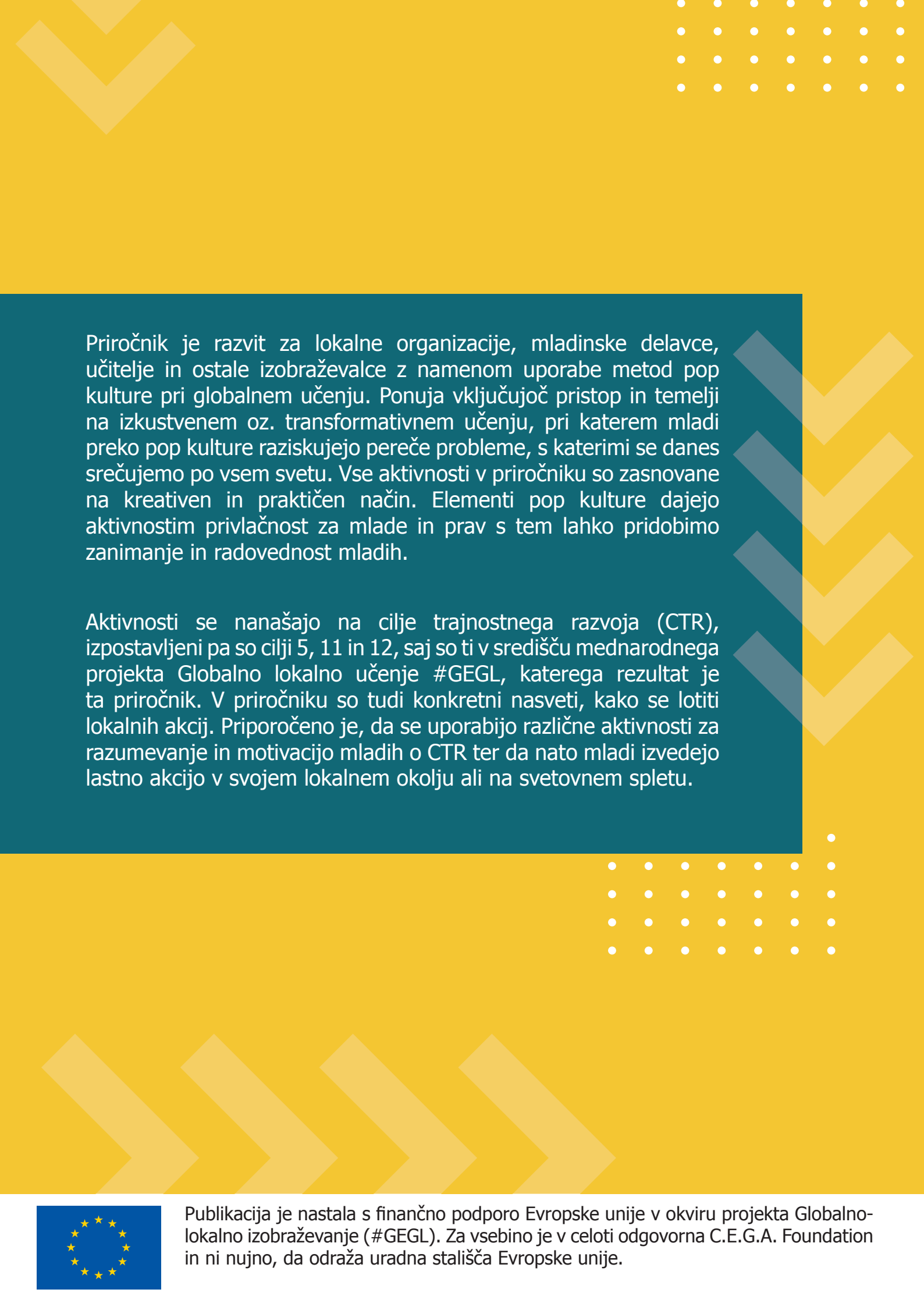
**telefon: (01) 330 7474**

**e-pošta: [tanja@african-studies.org](mailto:tanja@african-studies.org)**

**spletna stran: [www.african-studies.org](http://www.african-studies.org)**

**Facebook: Inštitut za afriške študije**

**Instagram: GEGL Slovenia**



Priročnik je razvit za lokalne organizacije, mladinske delavce, učitelje in ostale izobraževalce z namenom uporabe metod pop kulture pri globalnem učenju. Ponuja vključujoč pristop in temelji na izkustvenem oz. transformativnem učenju, pri katerem mladi preko pop kulture raziskujejo pereče probleme, s katerimi se danes srečujemo po vsem svetu. Vse aktivnosti v priročniku so zasnovane na kreativen in praktičen način. Elementi pop kulture dajejo aktivnostim privlačnost za mlade in prav s tem lahko pridobimo zanimanje in radovednost mladih.

Aktivnosti se nanašajo na cilje trajnostnega razvoja (CTR), izpostavljeni pa so cilji 5, 11 in 12, saj so ti v središču mednarodnega projekta Globalno lokalno učenje #GEGL, katerega rezultat je ta priročnik. V priročniku so tudi konkretni nasveti, kako se lotiti lokalnih akcij. Priporočeno je, da se uporabijo različne aktivnosti za razumevanje in motivacijo mladih o CTR ter da nato mladi izvedejo lastno akcijo v svojem lokalnem okolju ali na svetovnem spletu.



Publikacija je nastala s finančno podporo Evropske unije v okviru projekta Globalno-lokalno izobraževanje (#GEGL). Za vsebino je v celoti odgovorna C.E.G.A. Foundation in ni nujno, da odraža uradna stališča Evropske unije.