



Co-funded by
the European Union



Projekto kodas:

2023-1-IE01-KA220-YOU-000158256



YESDGs

YOUTH EMPOWERMENT
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

***Jaunimo įgalinimo DVT:
Mokymo kursas jaunimo darbuotojams***

Finansuojama Europos Sąjungos lėšomis. Šis kūrinys atspindi tik autoriaus nuomonę, todėl Nacionalinė agentūra ir Europos Komisija negali būti laikomos atsakingomis už jame pateiktą informaciją.

Turinys

Ivadas	5
1 skyrius: Darnaus vystymosi tikslų supratimas	6
2 pav. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301479723001135	7
1.1 poskyris. Ekonominiai darnaus vystymosi tikslai	7
1.2 poskyris. Socialiniai darnaus vystymosi tikslai	7
1.3 poskyris. Aplinkos tvaraus vystymosi tikslai	8
1.4 poskyris. Partnerystės DVT	9
1.5 poskyris. Praktinis užsiėmimas	11
2 skyrius: Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimo poreikiai	13
2.1 poskyris. Ką reiškia darnaus vystymosi tikslų lokalizavimas	13
2.2 poskyris. Vietinio konteksto svarba darniam vystymuisi	16
2.3 poskyris: Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimo iššūkiai	18
Šaltiniai	21
2 MODULIS: Jaunimo įsitraukimo ir aktyvumo skatinimas	21
3 skyrius: Socialinis verslumas ir pokyčiai	22
3.1 poskyris. Socialinio verslumo supratimas	22
3.2 poskyris. Socialinių problemų ir galimybių nustatymas	24
3.3 poskyris. Socialinių įmonių planavimas ir įgyvendinimas	25
3.4 poskyris. Vadovavimas ir dalyvavimas bendruomenės veiklose	27
4 skyrius: Jaunimo vadovaujamos advokacijos galia	28
4.1 poskyris. Kampanijos planavimas	29
4.2 poskyris. Veiksmų ėmimasis	30
4.3 poskyris. Vertinimas ir tvarumas	31
4.4 poskyris. Jaunimo vadovaujamos advokacijos pavyzdžiai	32
4.5 poskyris. Advokacijos strategijos kūrimas - praktinė veikla	32
4.6 poskyris „Darnaus vystymosi tikslų advokacijos žaidimas“ - praktinė veikla	33
Šaltiniai	41
3 MODULIS: Kūrybiškumas skaitmeninėje erdvėje	42
Ivadas	43
5 skyrius: Skaitmeninis istorijų pasakojimas	44
5.1 poskyris. Skaitmeninio istorijų pasakojimo apibrėžimas	44
5.2 poskyris. Pasakojimo galia	44
5.3 poskyris. Skaitmeninio pasakojimo platformos	45

Šaltiniai	47
6 skyrius: Skaitmeniniai kūrybinės raiškos įrankiai	48
6.1 poskyris. Įvadas į skaitmeninę kūrybą	48
6.2. poskyris. Skaitmeninės kūrybos nauda jaunimui	48
6.3 poskyris. Praktiniai skaitmeninio kūrybiškumo pavyzdžiai jaunimo programose	49
7 skyrius: Socialinė žiniasklaida ir interneto platformos	50
7.1 poskyris. „Tik Tok“ ir jo įtaka jaunimui	50
7.2 poskyris. „Canva“: Lengvas dizainas jaunimui ir pedagogams	50
7.3 poskyris. Kiti naudingi įrankiai	51
8 skyrius: Skaitmeninės kūrybos nauda jaunimui	52
8.1 poskyris. Įsitraukimo ir motyvacijos didinimas	52
Išvados	54



Co-funded by
the European Union



1 MODULIS: Darbotvarkė 2030: tikslai ir uždaviniai

Ivadas

YESDGs projekto tikslai

Per pastaruosius kelerius metus tapo akivaizdu, kad jaunimas yra labai susirūpinęs dėl:

- socialinių sąlygų,
- augančio nerimo dėl klimato kaitos ir
- pragyvenimo išlaidų.

Be to, jaučiamas bejėgiškumo jausmas, nes didelė dalis jaunuolių mano, kad jie mažai arba nieko negali padaryti, kad prisidėtų prie pokyčių. Pagrindinis projekto YESDGs tikslas - įgalinti jaunus europiečius ir skatinti aktyvų pilietiškumą su darnaus vystymosi tikslais susijusiais klausimais ir temomis:

- a) padėti jiems suprasti darnaus vystymosi tikslus ir jų svarbą vietos kontekste;
- b) nustatyti ir kartu kurti priemones, kurios suteiktų jiems daugiau galimybių išreikšti savo nuomonę klimato kaitos klausimais;
- c) įgalinti juos nustatyti ir skatinti vietos veiksmus;
- d) supažindinti juos su tuo, kad DVT nėra vien tik aplinkosaugos tikslai, bet susiję su visais mūsų gyvenimo aspektais vietos, regioniniu, nacionaliniu ir tarptautiniu lygmeniu.

Kas yra darnaus vystymosi tikslai

2015 m. visos Jungtinių Tautų valstybės narės priėmė „Darnaus vystymosi darbotvarkę iki 2030 m.“. Šios darbotvarkės pagrindas - Darnaus vystymosi tikslai (DVT).



1 pav. Darnaus vystymosi tikslai

Šie tikslai - tai skubus raginimas visoms išsivysčiusioms ir besivystančioms šalims imtis veiksmų pasaulinėje partnerystėje, vienijantis (a, 2024):

Skurdo panaikinimas	Planetos apsauga
Gerovės skatinimas	Taikos visiems užtikrinimas

Jaunimo dalyvavimo svarba darniam vystymuisi

Stiprėjant klimato kaitos poveikiui, su didžiausiais padariniais susidurs dabartinis jaunimas. Jaunimas visoje Europoje nenori būti pasyvus, bet yra pasiryžęs išreikšti savo susirūpinimą ir



daryti kolektyvinę įtaką, kad būtų imtasi teigiamų veiksmų šioje srityje. Jaunimo balsas yra neatsiejamasis elementas imantis veiksmų klimato kaitai sušvelninti ir teisingam perėjimui užtikrinti.

Tačiau daugeliui jaunų žmonių klimato politiką, mokslinius tyrimus ir praktiką suprasti yra sudėtinga, o dar sunkiau daryti įtaką. YESDGs, palengvindama tarptautinio tinklo kūrimą, dalyvavimą, mokymąsi ir veiksmus, siekia ugdyti įvairių sluoksnių jaunimo gebėjimus, kompetenciją ir pasitikėjimą savimi:

- a) Susipažinti su darnaus vystymosi tikslais ir klimato kaitos kontekstu, politika ir moksliniais tyrimais.
- b) Atpažinti ir taikyti tinkamas priemones, padedančias sustiprinti jų balsą klimato krizės klausimais ir pateikti įkvepiančių bei originalių įžvalgų jiems svarbiais klausimais.
- c) Tapti aktyviais.

1 skyrius: Darnaus vystymosi tikslų supratimas

Darnaus vystymosi tikslus (DVT) sudaro 17 tikslų, kuriais siekiama integruoti socialinius, ekonominius ir aplinkosauginius aspektus.

Taip užtikrinamas holistinis požiūris į vystymąsi, pagal kurį galime patenkinti dabarties poreikius nepakenkdami ateities kartų galimybėms patenkinti savo poreikius. (b, 2024)



2 pav. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301479723001135>

1.1 poskyris. Ekonominiai darnaus vystymosi tikslai

Šalies ekonominis išsivystymas rodo, kiek šalis yra turtinga. Bendrasis vidaus produktas (BVP) - tai ekonomikos dydžio matas, t. y. visa šalies ekonominė veikla. (c, 2024). Kai kurie gyvenimo šalyje, kurios BVP yra didelis, privalumai gali būti šie:

- Darbo vietų kūrimas;
- Skurdo mažinimas;
- Mažesnė socialinė įtampa.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	Skatinti tvarų, integracinį ir tvarų ekonomikos augimą, visišką ir produktyvų užimtumą bei deramą darbą visiems.	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	Kurti atsparią infrastruktūrą, skatinti integracinę ir tvarią industrializaciją bei inovacijas.
10 REDUCED INEQUALITIES	Mažinti nelygybę šalyse ir tarp šalių.	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	Užtikrinti tvarius vartojimo ir gamybos modelius.

Ekonominiais DVT siekiama pabrėžti, kaip ekonomika gali didinti savo BVP ir kartu teikti naudą visuomenei ir aplinkai.

1.2 poskyris. Socialiniai darnaus vystymosi tikslai

Šalių socialinis išsivystymas vertina keletą šalies visuomenės gyvenimo kokybės aspektų. Socialinės pažangos indekse (SPI) kaupiami duomenys, susiję su socialiniais ir aplinkos rodikliais. SPI apibendrina šiuos duomenis į vieną skaičių. Šis skaičius gali būti naudojamas šalims tarpusavyje reitinguoti ir kaip lyginamasis rodiklis kiekvienos šalies socialinei ir aplinkosauginei pažangai stebėti. Kai kurie gyvenimo šalyje, kuri laikoma socialiai išsivysčiusia, privalumai gali būti šie:

- Galimybė naudotis pagrindinėmis sveikatos priežiūros paslaugomis;
- Būsto įperkamumas;
- Aukštas išsilavinimo lygis.

1 NO POVERTY 	Visur panaikinti visų formų skurdą.	2 ZERO HUNGER 	Įveikti badą, užtikrinti apsirūpinimą maistu, pagerinti mitybą ir skatinti tvarų žemės ūkį.
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	Užtikrinti sveiką gyvenimą ir skatinti gerovę visiems bet kokio amžiaus žmonėms.	4 QUALITY EDUCATION 	Užtikrinti įtraukų ir teisingą kokybišką švietimą ir skatinti mokymosi visą gyvenimą galimybes visiems.
5 GENDER EQUALITY 	Pasiekti lyčių lygybę ir įgalinti visas moteris ir mergaites.	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 	Užtikrinti visiems prieigą prie įperkamos, patikimos, tvarios ir modernios energijos.
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	Padaryti miestus ir gyvenvietes įtraukius, saugius, atsparius ir tvarius.	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 	Skatinti taiką ir įtraukią visuomenę siekiant darnaus vystymosi, suteikti visiems galimybę kreiptis į teismą ir kurti veiksmingas, atskaitingas ir įtraukias institucijas

Socialiniais DVT siekiama išryškinti svarbias sritis, kurios turėtų būti stebimos augimo laikotarpiu, kad nė vienas visuomenės narys neliktų nuošalyje.

1.3 poskyris Aplinkos tvaraus vystymosi tikslai

Šalių aplinkosauginis vystymasis - tai vertinimas, kaip tausiai šalis naudoja savo išteklius, kartu mažindama neigiamą poveikį aplinkai. Panašiai kaip ir socialinis vystymasis, SPI į savo reitingą įtraukia aplinkos rodiklius. Kai kurie gyvenimo šalyje, kuri laikoma ekologiškai išsivysčiusia, privalumai gali būti šie:

- Saugus geriamasis vanduo ir sanitarinės sąlygos;
- Maža patalpų ir lauko oro tarša;
- Aukštas biologinės įvairovės ir rūšių apsaugos lygis.



Užtikrinti vandens ir sanitarijos prieinamumą ir tvarų valdymą visiems.



Imkitės skubių veiksmų kovai su klimato kaita ir jos poveikiu.



Išsaugoti ir tausiai naudoti vandenynus, jūras ir jūrų išteklius tvariam vystymuisi.



Saugoti, atkurti ir skatinti tvarų sausumos ekosistemų naudojimą, tvariai tvarkyti miškus, kovoti su dykumėjimu, sustabdyti ir pakeisti žemės degradaciją ir sustabdyti biologinės įvairovės nykimą.

Aplinkosaugos DVT siekiama pabrėžti svarbias sritis, kurios turėtų būti stebimos augimo laikotarpiu, siekiant užtikrinti, kad neigiamas poveikis žemei, jūrai, augalams ir gyvūnams būtų kuo mažesnis.

1.4 poskyris Partnerystės DVT

Partnerystės tikslu siekiama pabrėžti, kad, norint sėkmingai įgyvendinti DVT, kiekviena šalis turi visapusiškai įvertinti savo padėtį pagal tai, kaip ji vystosi ekonominiu, socialiniu ir aplinkosauginiu požiūriu.



Stiprinti įgyvendinimo priemones ir atgaivinti Pasaulinę darnaus vystymosi partnerystę.

Iš toliau pateiktos lentelės ir grafiko matome, kad kai kurių šalių BVP yra labai didelis, o SPI - palyginti mažas, ir atvirkščiai.

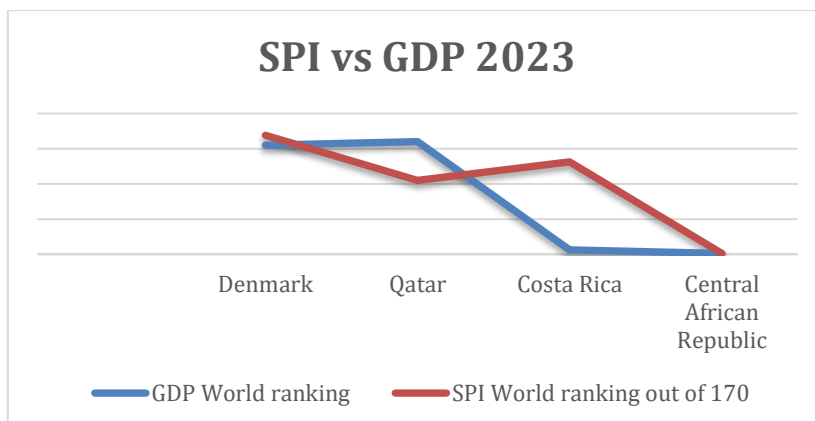


Valstybė

BVP

SPI

Danija	Aukštas	Aukštas
Kataras	Aukštas	Vidutinis
Kosta Rika	Žemas	Aukštas
Centrinės Afrikos Respublika	Žemas	Žemas



Nors gali būti ryšys tarp didėjančio BVP ir didėjančios SPI, šis ryšys nėra tiesinis, pvz., didesnis BVP gali sumažinti skurdą šalyje, bet gali visiškai nepadėti siekti aplinkosaugos tikslų. Taip yra todėl, kad didelis BVP neatsižvelgia į tai, kaip paskirstomas šalies turtas, todėl gali būti visiškai nenaudingas visuomenei ar aplinkai. Dėl šios priežasties galime teigti, kad šalys, kurios koncentruojasi tik į turtėjimą, negali sėkmingai įgyvendinti darnaus vystymosi tikslų. Kiekviena šalis turi:

- įvertinti savo padėtį pagal BVP ir SPI,
- nustatyti sritis, kuriose jų rezultatai yra prastesni,
- įgyvendinti planus ir politikos pokyčius, kad būtų aktyviai skatinama gerinti jų rezultatus.

Tik bendradarbiaujant ir palaikant partnerystę vietos, regioninių, nacionalinių ir tarptautinių lygmenimis bus pasiektas DVT tikslas. Mes jau turime problemų, kurias siekiama išspręsti DVT, sprendimus. DVT - tai pasaulio lyderių įsipareigojimas mums, piliečiams, išspręsti šias problemas. Įsitraukime ir reikalaujame, kad mūsų lyderiai būtų atsakingi už tai, kad pasaulis taptų geresne vieta visiems.



1.5 poskyris. Praktinis užsiėmimas

Group Exercise

1- Split into groups of 4

2- Choose a Group Name:

3- Choose a Country

4- Discuss what score out of 100 you would give your groups country in the following categories:

Overall Social Progress Score:

Every country in the world is given a score out of 100 based on how well they perform on the SPI, with 1/100 being the worst and 100/100 being the best

/100

Basic Needs Score:

Score calculated based on topics such as housing affordability, diet low in fruits and vegetables, indoor air pollution, water quality, safety etc...

/100

Foundations of Wellbeing:

Score calculated based on topics such as access to quality education, internet access, access to quality healthcare, outdoor air pollution etc...

/100

Opportunity Score:

Score calculated based on topics such as freedom of peaceful assembly, perception of corruption, discrimination and violence against minorities, quality weighted universities etc...

/100



5- Use the following link to look up the most current rating of your groups selected country:

<https://www.socialprogress.org/social-progress-index>

Overall Social Progress Score:

/100

Basic Needs Score:

/100

Foundations of Wellbeing:

/100

Opportunity Score:

/100

6- List one category that scored higher or lower than your group expected.

7- Discuss with the groups

2 skyrius: Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimo poreikiai

Prieš tęsdami tolesnį skyrių, pasitikrinkime iki šiol įgytas žinias šiuo pratimu.

Ledlaužio užduotis - POST IT

Priemonės: plakatas ir rašikliai

Ši pradinė veiklos dalis skirta būtent įvertinti grupės polinkį į veiklą ir pralaužti ledus, kad visi būtų skatinami aktyviai dalyvauti.

Siūloma veikla atspindi bendrą tikslą lokalizuoti DVT, skatinant aktyvesnį jaunimo dalyvavimą siekiant DVT ir didinant informuotumą apie darnų vystymąsi.

Veikla siekiama, kad jaunimas paprastai suprastų tikslų lokalizavimo svarbą, siekiant sumažinti atotrūkį tarp vietinių ir pasaulinių tikslų, taikant šeimyninį požiūrį; apmąstytų, kokius veiksmus galima atlikti kasdien ir kaip jie gali būti susiję su DVT.

Pedagogas kiekvienam mokiniui išdalys užrašų lapelius ir paprašys jų užrašyti kasdien atliekamą veiksmą, kuris, jų nuomone, gali būti susijęs su DVT (perdirbimas, rinktis km0 produktus, išjungti vandenį valantis dantis, į mokyklą eiti pėsčiomis, o ne automobiliu, pirkti dėvėtus drabužius).

Lipnūs lapeliai bus padėti ant paviršiaus ir vėliau bus panaudoti kitai veiklai.

SD žaidimas: <https://sdgame.gisaction.com/world?lang=en>

2.1 poskyris. Ką reiškia darnaus vystymosi tikslų lokalizavimas



3 pav. Darnaus vystymosi tikslai

Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimas - tai Jungtinių Tautų darnaus vystymosi tikslų (DVT) pritaikymo prie konkrečių vietos bendruomenių poreikių, sąlygų ir prioritetų procesas. Tai reiškia, kad pasauliniai tikslai paverčiami įgyvendinamais planais, kurie yra aktualūs ir įgyvendinami vietos sąlygomis. Lokalizavimas užtikrina, kad darnaus vystymosi tikslai būtų ne tik ambicingi pasauliniai tikslai, bet ir praktiški, įgyvendinami tikslai, atspindintys kiekvienos bendruomenės iššūkius ir galimybes.

Konkrečiai tai reiškia, kad būtina pereiti nuo GLOBALINIO prie LOKALINIO (nuo globalios sistemos prie vietos veiksmų): Darnaus vystymosi tikslai (DVT) - tai visuotinis Jungtinių Tautų raginimas imtis veiksmų neatidėliotinoms pasaulinėms problemoms spręsti. Šiais 17 tikslų siekiama sukurti tvarią ateitį derinant ekonomikos augimą, socialinę įtrauktį ir aplinkos apsaugą. Jie apima platų spektrą klausimų, pavyzdžiui, skurdą, deramą darbą ir ekonomikos augimą, taip pat klimato veiksmus šiems tikslams pasiekti.

Pagrindiniai DVT principai

1. Visuotinumumas: DVT taikomi visoms šalims, nepriklausomai nuo jų išsivystymo lygio. Jie suteikia bendrą sistemą pasauliniams iššūkiams spręsti.
2. Integracija: tikslai yra tarpusavyje susiję ir vienas kitą sustiprina. Tai reiškia, kad pažanga vienoje srityje gali prisidėti prie pažangos kitose srityse.
3. Niekas neturi likti nuošalyje: Pagrindinis DVT principas - užtikrinti, kad visi žmonės, ypač pažeidžiamiausi, gautų naudos iš darnaus vystymosi.

Nors DVT yra pasaulinė sistema, juos vienodai įgyvendinti įvairiuose regionuose, kuriuose skiriasi socialinė, ekonominė, kultūrinė ir aplinkosauginė aplinka, yra sudėtinga. Skirtingi regionai susiduria su unikaliomis problemomis, todėl universalus požiūris yra neįmanomas: norint veiksmingai įgyvendinti DVT, būtina atsižvelgti į konkrečias vietos bendruomenių sąlygas, poreikius ir prioritetus. Šis procesas vadinamas darnaus vystymosi tikslų lokalizavimu ir apima pasaulinių tikslų pavertimą įgyvendinamais planais, atspindinčiais vietos realijas.

Tačiau ką reiškia „suprasti vietos realijas“?

Vietos realijos apima daugybę veiksnių, kurie įvairiose bendruomenėse skiriasi, įskaitant:

socialinės ir ekonominės sąlygos	pajamų lygis, užimtumo lygis, išsilavinimo lygis, sveikatos būklė ir galimybė naudotis pagrindinėmis paslaugomis.
aplinkos sąlygos	gamtos ištekliai, biologinė įvairovė, klimatas ir užterštumo lygis.
kultūrinės ir socialinės normos	tradicijos, vertybės, įsitikinimai ir socialinės struktūros, darančios įtaką bendruomenės elgesiui ir prioritetams.
politinės ir valdymo struktūros	vietos valdžios gebėjimai, teisinės sistemos, politinė aplinka ir suinteresuotųjų šalių santykiai.

Norint pritaikyti DVT prie vietos sąlygų, reikia išanalizuoti vietos prioritetus ir poreikius, atlikti išsamų vertinimą, kad būtų galima suprasti bendruomenės iššūkius ir galimybes, įtraukti vietos suinteresuotąsias šalis, pavyzdžiui, NVO ir įmones, kad būtų galima gauti papildomų perspektyvų ir įžvalgų.

Įgyvendinant DVT vietos lygmeniu, reikia plačius pasaulinius tikslus paversti konkrečiais, įgyvendinamais tikslais, pritaikytais prie unikalių vietos bendruomenių poreikių ir prioritetų. Šis procesas prasideda nuo vietos tikslų ir rodiklių nustatymo, kai pasauliniai DVT tikslai paverčiami SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound - konkretūs, išmatuojami, pasiekiami, svarbūs ir terminuoti) tikslais, atitinkančiais konkretų bendruomenės kontekstą. Tada parengiami vietos rodikliai, kuriais remiantis galima stebėti pažangą ir įvertinti šių iniciatyvų poveikį laikui bėgant.

Nustačius vietos tikslus, rengiami išsamūs veiksmų planai: juose nurodomos būtinos strategijos, veikla ir ištekliai, reikalingi vietos tikslams pasiekti. Labai svarbu, kad šie planai būtų integraciniai ir dalyvavimo principu pagrįsti, užtikrinant, kad visos susijusios suinteresuotosios šalys, pavyzdžiui, bendruomenės nariai, vietos valdžios institucijos, įmonės ir organizacijos, aktyviai dalyvautų planavimo procese. Toks bendradarbiavimo metodas užtikrina, kad planai būtų išsamūs ir juose būtų atsižvelgta į įvairius bendruomenės poreikius ir perspektyvas.

Kitas žingsnis - šių vietos iniciatyvų įgyvendinimas. Tai apima įvairių vietos subjektų, įskaitant valdžios institucijas, bendruomenės organizacijas, verslo įmones ir piliečius, koordinuotas pastangas praktiškai įgyvendinti veiksmų planus. Įgyvendinant svarbu išlikti lanksčiam ir prisitaikančiam, koreguoti strategijas atsiradus naujiems iššūkiams ar galimybėms. Šis gebėjimas prisitaikyti yra labai svarbus siekiant užtikrinti, kad iniciatyvos išliktų veiksmingos ir atitiktų besikeičiančias aplinkybes.

Stebėsena ir vertinimas yra neatsiejami nuo vietinių DVT iniciatyvų sėkmės. Sukurtos patikimos sistemos, skirtos pažangai stebėti ir veiksmų veiksmingumui vertinti. Ši nuolatinė stebėsena leidžia rinkti duomenis ir grįžtamąjį ryšį, kurie prireikus naudojami pagrįstai koreguojant ir tobulinant veiksmų planus. Nuolatinis vertinimas padeda užtikrinti, kad iniciatyvos būtų įgyvendinamos laiku ir būtų pasiekti norimi rezultatai.

Darnaus vystymosi tikslų perkėlimas į vietos lygmenį teikia keletą pagrindinių privalumų. Pirma, dėl jo iniciatyvos tampa aktualesnės ir veiksmingesnės, nes pritaikomos prie konkrečių bendruomenės poreikių ir sąlygų. Dėl tokio aktualumo didėja vystymosi pastangų poveikis, todėl labiau tikėtina, kad jos bus sėkmingos. Be to, įtraukusis vietos nustatymo proceso pobūdis skatina bendruomenės narių atsakomybės ir įsipareigojimo jausmą. Kai vietos suinteresuotieji subjektai aktyviai dalyvauja planuojant ir įgyvendinant DVT iniciatyvas, labiau tikėtina, kad jie remis ir palaikys šias pastangas ilgą laiką.

Be to, sutelkus dėmesį į vietos prioritetus, galima tiesiogiai spręsti opiausias bendruomenių problemas. Toks tikslinis požiūris užtikrina, kad vystymosi pastangos būtų ne tik veiksmingos, bet ir prasmingos dalyvaujantiems asmenims. Galiausiai, į vietos lygmenį orientuotos DVT iniciatyvos prisideda prie bendruomenių atsparumo didinimo. Stiprindamos vietos gebėjimus reaguoti į iššūkius ir galimybes, šios iniciatyvos padeda bendruomenėms tapti tvirtesnėmis ir lengviau prisitaikyti prie ateities neapibrėžtumų.

2.2 poskyris. Vietinio konteksto svarba darniam vystymuisi



4 pav. Asociatyvinis paveikslėlis

Suprasti vietos kontekstą reiškia pripažinti, kad kiekviena bendruomenė turi savo sąlygas, kurios daro įtaką tam, kaip turėtų būti kuriamos ir įgyvendinamos darnaus vystymosi iniciatyvos. Pavyzdžiui, tai, kas veikia tankiai apgyvendintoje miesto teritorijoje, gali netikti atokioje kaimo bendruomenėje.

Vietinis kontekstas - tai išskirtinės savybės, apibūdinančios konkrečią bendruomenę ar regioną, lemiančios, kaip gyvena, bendrauja ir priima sprendimus jos gyventojai. Šias ypatybes galima suprasti per įvairius prizmę, įskaitant socialines struktūras, kultūrinius papročius, ekonomines sąlygas, aplinkos išteklius ir politinį kraštovaizdį.

- Socialinės struktūros apima visuomenės organizaciją bendruomenėje: tai dinamika šeimose, bendruomenės vadovų vaidmenys ir įtaka, žmones jungiantys socialiniai tinklai. Pavyzdžiui, kai kuriose bendruomenėse priimant sprendimus svarbų vaidmenį gali atlikti išplėstinės šeimos, o kitose didelę įtaką turi oficialūs bendruomenės lyderiai arba vyresnieji. Socialiniai vaidmenys ir lūkesčiai taip pat lemia, kaip asmenys bendrauja ir prisideda prie bendruomenės, o tai gali turėti įtakos tam, kaip priimamos ir įgyvendinamos vystymosi iniciatyvos.
- Kultūrinė praktika apima tradicijas, tikėjimus, papročius ir vertybes, giliai įsišaknijusias bendruomenės gyvenimo būde. Šie kultūros elementai daro įtaką žmonių mąstymui, elgesiui ir tarpusavio santykiams. Pavyzdžiui, bendruomenės religiniai įsitikinimai gali nulemti konkrečius aplinkos tvarkymo būdus arba vietos papročiai gali lemti, kaip dalijamasi ištekliais. Šių kultūrinių niuansų supratimas yra labai svarbus rengiant plėtros strategijas, kurios atitiktų bendruomenės poreikius ir gerbtų jos identitetą.
- Ekonominės sąlygos apibūdina vietos ekonomikos būklę, kurią lemia tokie veiksniai kaip užimtumo galimybės, pajamų lygis ir vyraujančios pramonės šakos ar ekonominės veiklos rūšys regione. Pavyzdžiui, bendruomenėje, kurioje pagrindinis pajamų šaltinis yra žemės ūkis, ekonominės sąlygos bus glaudžiai susijusios su tokiais veiksniais kaip žemės prieinamumas, oro sąlygos ir galimybė patekti į rinkas. Priešingai, labiau urbanizuotoje

aplinkoje ekonominėms sąlygoms gali turėti įtakos pramonės veikla, paslaugų sektoriai arba kvalifikuotos darbo jėgos prieinamumas.

- Aplinkos ištekliai - tai bendruomenės turimos gamtos vertybės, pavyzdžiui, vanduo, žemė, miškai ir klimato sąlygos. Šie ištekliai ne tik gyvybiškai svarbūs bendruomenės išlikimui, bet ir formuoja jos gyvenimo būdą. Bendruomenė, įsikūrusi prie upės, gali būti labai priklausoma nuo žvejybos ir žemės ūkio, o bendruomenė, įsikūrusi miškingoje vietovėje, gali būti priklausoma nuo medienos ir nemedieninių miško produktų. Šių išteklių prieinamumas ir valdymas yra labai svarbūs tvariam vystymuisi, nes nuo jų priklauso bendruomenės gebėjimas išsilaikyti ir išsaugoti aplinką ateities kartoms.
- Bendruomenės politinis kraštovaizdis apima jos valdymo struktūrą, politinio stabilumo lygį, politiką ir taisykles, kuriomis reglamentuojamas kasdienis gyvenimas. Politiniai veiksniai gali palengvinti arba apsunkinti vystymosi pastangas. Bendruomenė, kurios valdymas tvirtas ir skaidrus, gali būti geriau pasirengusi įgyvendinti plėtros projektus, o bendruomenė, kurios politinis nestabilumas ar institucijos silpnos, gali susidurti su dideliais sunkumais. Be to, vietos politika ir taisyklės gali padėti arba trukdyti darniam vystymuisi, priklausomai nuo to, kaip jos atitinka bendruomenės poreikius ir prioritetus.

Keletas pasiūlymų, kaip „suprasti vietos kontekstą“:

A. Kontekstualizuokite žinomus scenarijus:

Pradėkite nuo pavyzdžių, kurie dalyviams gali būti pažįstami. Galite palyginti miesto ir kaimo bendruomenių skirtumus. Miesto aplinkoje dėmesys gali būti sutelktas į paslaugų prieinamumą, didelį gyventojų tankumą ir infrastruktūros problemas. Priešingai, kaimo vietovėse galite aptarti priklausomybę nuo žemės ūkio, gamtinių išteklių svarbą ir iššūkius, susijusius su švietimo ir sveikatos priežiūros paslaugų prieinamumu.

B. Išryškinkite kultūrinę įvairovę:

Naudokite pavyzdžius, kurie parodo kultūrinę įvairovę toje pačioje šalyje. Galite aptarti, kaip skiriasi tradiciniai papročiai, susiję su vandens naudojimu, pakrančių ir vidaus vandenų bendruomenėse arba kaip religinės praktikos daro įtaką socialinėms struktūroms skirtinguose regionuose. Tai ne tik iliustruoja vietinį kontekstą, bet ir pabrėžia, kad kultūriniai papročiai gali labai skirtis net vienoje šalyje.

C. Naudokite lyginamąją analizę:

Norėdami pagilinti supratimą, pateikite lyginamąją analizę. Pavyzdžiui, palyginkite dviejų skirtingų bendruomenių požiūrį į tvarų žemės ūkį: viena bendruomenė gali naudoti tradicinius ūkininkavimo metodus, o kita - modernias technologijas. Aptarkite, kaip šiuos skirtingus požiūrius lemia vietos aplinkybės, pavyzdžiui, turimi ištekliai, kultūrinės vertybės ar ekonominės sąlygos. Šis palyginimas padės dalyviams suprasti, kad to paties tikslo - tvaraus ūkininkavimo - galima siekti skirtingais būdais, priklausomai nuo vietos konteksto.

D. Integruokite atvejo tyrimus:

Įtraukite trumpus atvejo tyrimus, su kuriais dalyviai gali lengvai susieti. Pavyzdžiui, aptarkite, kaip konkreiti kaimo bendruomenė įgyvendino atsinaujinančiosios energijos sprendimus, panaudodama vietinius išteklius, pavyzdžiui, gausią saulės šviesą ar vėją. Arba pasinaudokite atvejo tyrimu apie miesto bendruomenę, kuri išsprendė atliekų tvarkymo problemą taikydama naujoviškas perdirbimo programas. Tokie realūs scenarijai vietos konteksto sąvoką padaro apčiuopiamą ir parodo, kokią įtaką ji turi darnaus vystymosi pastangoms.

Veikla: Grupinė idėjų kalvė (angl. Group Think Tank)

Mokymosi rezultatai: Po to, kai pristatysite vietos konteksto sąvoką, pakvieskite dalyvius pagalvoti ir pasidalinti pavyzdžiais iš savo bendruomenių. Užduokite atvirus klausimus, pavyzdžiui: „Kuo jūsų bendruomenė yra unikali?“ arba „Kokią įtaką kasdieniam gyvenimui jūsų vietovėje daro vietos tradicijos?“. Tai paskatins dalyvius apmąstyti savo patirtį ir suvokti vietos konteksto svarbą savo gyvenime.

Instrukcijų 1 dalis: Dalyvius galite suskirstyti į mažas grupes ir paprašyti kiekvienos grupės aptarti savo bendruomenių ypatumus: socialines struktūras, kultūrinę praktiką, ekonominę veiklą ar aplinkos išteklius. Po diskusijos kiekviena grupė pristato savo išvadas didesnei grupei: tai būdas pasidalyti patirtimi ir mokytis vieniems iš kitų.

Instrukcijų 2 dalis: kaip praktinę veiklą paprašykite dalyvių sukurti „Bendruomenės konteksto žemėlapi“. Pateikite jiems medžiagos, kad jie galėtų vizualiai pavaizduoti unikalius savo bendruomenės aspektus, pavyzdžiui, pagrindinius kultūros paminklus, ekonominę veiklą ar gamtos išteklius. Dalyvius galite paskatinti keliais klausimais, pavyzdžiui, „Kaip politinė situacija čia veikia vietos verslą?“ arba

„Kokie aplinkos ištekliai šioje vietovėje yra labai svarbūs bendruomenės pragyvenimui?“ Užbaigę darbą, dalyviai gali pasidalyti savo žemėlapiais su grupe, paaiškindami, kaip šie bruožai apibrėžia jų bendruomenės tapatybę ir daro įtaką plėtros prioritetams.

2.3 poskyris: *Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimo iššūkiai*



5 pav. Asociatyvusis DVT paveikslėlis

Tvaraus vystymosi tikslų perkėlimas į vietos lygmenį susijęs su keliais iššūkiais:

- Daugeliui bendruomenių gali trūkti finansinių, žmogiškųjų ir technologinių išteklių, reikalingų veiksmingai įgyvendinti darnaus vystymosi tikslų iniciatyvas.
- Kliūtis gali būti ir kultūrinis pasipriešinimas, kai vietos tradicijos ir įsitikinimai gali prieštarauti tam tikriems darnaus vystymosi tikslų tikslams, todėl gali būti sunku gauti bendruomenės paramą.



- Politinis nestabilumas arba silpnas valdymas gali trukdyti pastangoms, nes vietos valdžios institucijoms gali trūkti gebėjimų arba valios teikti prioritetą darniam vystymuisi.
- Skirtingi įvairių bendruomenių poreikiai ir prioritetai. Tai, kas labai svarbu vienoje srityje, gali būti ne taip svarbu kitoje, todėl sunku sukurti visiems vienodą požiūrį.

Sprendžiant „Darnaus vystymosi tikslų lokalizavimo iššūkius“ svarbu įtraukti dalyvius į veiklą, kuri ne tik išryškintų šiuos iššūkius, bet ir suteiktų jiems strategijų jiems įveikti.

Štai keletas veiksmų, kuriuos būtų galima įgyvendinti šiuo tikslu.

Problemų sprendimo seminaras:

1 žingsnis: iššūkio nustatymas. Suskirstykite dalyvius į mažas grupes ir kiekvienai grupei pateikite konkretų DVT, kurį reikia lokalizuoti. Paprašykite jų surengti smegenų šturmą, su kokiais galimais iššūkiais jie gali susidurti savo bendruomenėje bandydami įgyvendinti šį tikslą. Iššūkiai galėtų būti išteklių trūkumas, kultūrinis pasipriešinimas, politinis nestabilumas arba nepakankami duomenys.

2 žingsnis: išanalizuokite iššūkį. Kiekviena grupė išsirenka tris, jų manymu, svarbiausius iššūkius. Tuomet jos aptaria šių iššūkių priežastis ir tai, kaip jie veikia DVT lokalizavimą.

3 žingsnis: sukurkite strategiją. Grupės parengia praktinių sprendimų ar strategijų, kaip įveikti kiekvieną iššūkį. Skatinkite jas galvoti ir apie trumpalaikius veiksmus (pvz., bendruomenės informavimo kampanijas), ir apie ilgalaikes strategijas (pvz., partnerystės su vietos valdžios institucijomis ar nevyriausybinėmis organizacijomis kūrimą).

4 žingsnis: pristatymas ir grįžtamasis ryšys. Kiekviena grupė didesnei grupei pristato savo iššūkius ir siūlomus sprendimus. Po kiekvieno pristatymo suteikite žodį kitų dalyvių atsiliepimams ir pasiūlymams.

Išteklių žemėlapių sudarymas ir trūkumų analizė

1 žingsnis: turimų išteklių žemėlapis. Paprašykite dalyvių sukurti savo bendruomenės turimų išteklių žemėlapi. Jie turėtų nustatyti visus išteklius, kurie galėtų padėti lokalizuoti DVT, įskaitant:

- žmogiškuosius išteklius (pvz., kvalifikuotus asmenis, bendruomenės lyderius);
- finansinius išteklius (pvz., finansavimo galimybes, vietos įmones);
- organizacinius išteklius (pvz., nevyriausybines organizacijas, vietos valdžios institucijas);
- aplinkos išteklius (pvz., gamtos turtus, infrastruktūrą).

2 žingsnis: trūkumų analizė. Kai išteklių žemėlapiai baigti, dalyviai atlieka spragų analizę. Jie nustato sritis, kuriose trūksta išteklių arba jų nepakanka, kad būtų galima veiksmingai lokalizuoti DVT. Pavyzdžiui, jie gali nustatyti, kad trūksta lėšų švietimo iniciatyvoms arba trūksta kvalifikuotų darbuotojų, kurie galėtų vadovauti aplinkosaugos projektams.

3 žingsnis: sukurkite veiksmų planą. Remdamiesi spragų analize, dalyviai parengia veiksmų planą šioms spragoms šalinti. Tai gali apimti lėšų rinkimo, gebėjimų stiprinimo, partnerystės formavimo strategijas.

4 žingsnis: pristatymas ir grįžtamasis ryšys. Dalyviai dalijasi savo išteklių žemėlapiais ir veiksmų planais su didesne grupe. Paskatinkite juos aptarti galimą bendradarbiavimą ar dalijimosi ištekliais galimybes, kurios galėtų padėti užpildyti nustatytas spragas.

Švarios energijos gamyba

1 žingsnis. Įvadas.

Parodykite vaizdo įrašą <https://sdgs.un.org/goals/goal7>

Paklauskite dalyvių, ar jie jau ką nors žino šia tema, ar tai nauja informacija.

Paklauskite mokinių, ar jie kartais apmąsto savo energijos vartojimą ir kodėl tai daro arba nedaro.

2 žingsnis. Individualus grupinis apmąstymas

Paprašykite dalyvių nupiešti save popieriaus lapo viduryje ir surašyti visus kasdien naudojamus prietaisus, kurie vartoja energiją: išmanųjį telefoną ir įkroviklį, elektrinį dantų šepetėlį, kavos aparatą, mikrobangų krosnelę, šviesas, nešiojamąjį kompiuterį ir įkroviklį ir t. t.

Užduokite dalyviams šiuos klausimus, prašydami atsakyti raštu:

- Kokias transporto priemones naudojate kasdien / dažniausiai, kad galėtumėte keliauti?
- Kokį daugiausiai energijos vartojantį prietaisą naudojate mokymuisi arba, jei dirbate, darbui?

2.1 - Apmąstymai apie naudojamus prietaisus

Paprašykite dalyvių pažvelgti į nustatytus prietaisus ir raudonu pieštuku pabraukti didžiausią poveikį aplinkai darančius prietaisus iš visų nustatytų prietaisų

Atlikę šį veiksmą, paraginkite mokinius ieškoti internete ir (arba) kituose šaltiniuose (mokiniais prieinamoje spausdintinėje informacinėje medžiagoje) alternatyvų tiems prietaisams, kurie laikomi labiausiai teršiančiais aplinką

šalia labiausiai aplinką teršiančių prietaisų žalia spalva užrašykite alternatyvas

Pateikite šį tiesioginį klausimą dalyviams:

- Kurias iš šių alternatyvų galėtumėte pradėti naudoti savo kasdieniame gyvenime?



Šaltiniai

- a) (2024, July 16). Retrieved from United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Sustainable Development Goals: <https://sdgs.un.org/goals>
- b) (2024, July 16). Retrieved from United Nations, The Sustainable Development Agenda: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
- c) (2024, July 16). Retrieved from Central Statistics Office Ireland, Gross Domestic Product: <https://www.cso.ie/en/interactivezone/statisticsexplained/nationalaccountsexplained/grossdomesticproductgdp/>
- d) United Nations Development Programme (UNDP) SDG Knowledge Platform <https://sustainabledevelopment.un.org/index.html>
- e) Global Taskforce of Local and Regional Governments <https://www.global-taskforce.org/>
- f) Local2030: Localizing the SDGs <https://www.local2030.org/>

2 MODULIS: Jaunimo įsitraukimo ir aktyvumo skatinimas

3 skyrius: Socialinis verslumas ir pokyčiai

3.1 poskyris. Socialinio verslumo supratimas

Socialinis verslumas - tai inovatyvių būdų socialinėms, kultūrinėms ar aplinkosaugos problemoms spręsti paieška. Skirtingai nuo įprastų įmonių, kurios daugiausia dėmesio skiria pinigų uždirbimui, socialiniai verslininkai daugiausia dėmesio skiria teigiamam poveikiui visuomenei. Jie siūlo kūrybiškus sprendimus tokioms problemoms, kaip skurdas, švietimas, sveikatos priežiūra ir kt., spręsti, kad pasaulis taptų geresnis.



Socialinėms įmonėms būdingi keli išskirtiniai bruožai:

- **Misijos pagrįstumas:** Pagrindinis jų tikslas - spręsti socialines problemas, o ne tik gauti pelno. Jos egzistuoja tam, kad sukurtų teigiamus pokyčius pasaulyje.
- **Novatoriški sprendimai:** Socialiniai verslininkai mąsto nestandartiškai. Jie randa naujų būdų senoms problemoms spręsti, nesvarbu, ar tai būtų nauji produktai, paslaugos, ar metodai.
- **Tvarus poveikis:** Jų tikslas - sukurti ilgalaikius pokyčius. Socialinės įmonės stengiasi šalinti pagrindines problemų priežastis, o ne tik simptomus.
- **Finansinis tvarumas:** Nors pelnas nėra pagrindinis tikslas, daugelis socialinių įmonių gauna pajamų, kad galėtų tęsti savo projektus ir remti savo misiją.

Socialinės įmonės gali taikyti įvairius verslo modelius, priklausomai nuo jų misijos, tikslų ir socialinių problemų, kurias jos siekia spręsti. Kiekvienas socialinės įmonės modelis turi savų privalumų ir tinka skirtingų tipų socialinėms misijoms. Išsamiau apžvelkime pagrindinius modelius:

Ne pelno siekiantis modelis

Pelno nesiekiančios socialinės įmonės visų pirma teikia pirmenybę socialinėms misijoms. Bet kokias perteklines pajamas jos reinvestuoja į savo programas ir iniciatyvas, o ne skirsto jas kaip pelną. Šios organizacijos, siekdamos išlaikyti savo veiklą, dažnai labai pasikliauja aukomis, dotacijomis ir lėšų rinkimo pastangomis. Nors jos gali gauti tam tikrų pajamų iš pardavimų ar paslaugų, pagrindinis dėmesys skiriamas socialiniam poveikiui, o ne pelningumui.

Pavyzdžiai: Pagal šį modelį veikia daug humanitarinių organizacijų, švietimo fondų ir aplinkosaugos grupių. Jos dirba tokiose srityse kaip pagalba nelaimių atveju, sveikatos priežiūros paslaugų prieinamumas, švietimas ir skurdo mažinimas.

Hibridinis modelis

Mišrusis modelis sujungia ne pelno siekiančių ir pelno siekiančių metodų elementus. Šios organizacijos yra dvejopai orientuotos: jos siekia socialinių tikslų ir kartu išlaiko finansinį tvarumą. Iš verslo veiklos gautos pajamos paprastai reinvestuojamos į organizaciją, kad būtų remiama jos socialinė misija. Šis modelis leidžia socialinėms įmonėms sumažinti priklausomybę nuo išorinio finansavimo ir dotacijų.

Pavyzdžiai: Įmonė, parduodanti ekologiškus produktus ir iš pelno remianti aplinkosaugos projektus. Kitas pavyzdys galėtų būti socialinės įmonės kavinė, kuri teikia darbo mokymus marginalizuotoms grupėms ir kartu veikia kaip komercinis verslas.

Pelno siekianti socialinė įmonė

Pelno siekiančios socialinės įmonės veikia kaip tradicinės įmonės, tačiau yra tvirtai įsipareigojusios siekti socialinių tikslų. Jos siekia finansinio pelningumo ir kartu sprendžia socialinius, kultūrinius ar aplinkosaugos klausimus. Šios įmonės dažnai integruoja savo socialinę misiją tiesiogiai į savo verslo veiklą, užtikrindamos, kad socialinio poveikio siekimas būtų pagrindinis jų verslo modelio elementas.

Pavyzdžiai: Tokios įmonės kaip „TOMS Shoes“, kuri taiko modelį „vienas už vieną“ ir už kiekvieną parduotą gaminį dovanoja po gaminį, arba „Warby Parker“, kuri už kiekvieną nupirktą akinių porą suteikia akinius tiems, kuriems jų reikia. Šios įmonės daugiausia dėmesio skiria finansinei sėkmei, tačiau visada atsižvelgia į savo socialinę misiją.

Kooperatyvai

Kooperatyvai yra nariams priklausančios įmonės, kurios veikia savo narių labui. Jie gali būti pelno siekiantys arba ne pelno siekiantys, tačiau jų pagrindinis tikslas dažnai yra ekonominė ir socialinė plėtra konkrečioje bendruomenėje. Nariai, kurie gali būti klientai, darbuotojai arba tiekėjai, dalyvauja kooperatyvo sprendimų priėmimo procesuose ir dalijasi kooperatyvo pelnu. Šiame modelyje pabrėžiamas demokratinis valdymas ir nauda bendruomenei.

Pavyzdžiai: Darbuotojų kooperatyvai, kuriuose darbuotojai patys valdo įmonę, žemės ūkio kooperatyvai, padedantys ūkininkams susivienyti, kad jie galėtų geriau patekti į rinką ir užsitikrinti geresnes kainas, ir vartotojų kooperatyvai, pavyzdžiui, maisto kooperatyvai, kurie nariams teikia aukštos kokybės prekes sąžiningomis kainomis.

Bendruomenės interesų bendrovės (CIC)

Jungtinėje Karalystėje ypač paplitusios bendruomenės interesų bendrovės - tai pelno siekiančios socialinės įmonės, kurios vykdo aiškią socialinę misiją. CIC privalo reinvestuoti savo pelną atgal į bendruomenę arba siekti savo socialinių tikslų. Jos teisiškai įpareigotos savo turtą naudoti visuomenės labui ir dažnai prižiūrimos, kad būtų užtikrinta, jog jos laikosi savo misijos.

Pavyzdžiai: Pavyzdžiui, ŽIB gali būti įsteigta siekiant suteikti įperkamą būstą, remti vietos menininkus arba teikti bendruomenines paslaugas. Šios bendrovės suderina finansinį tvarumą ir socialinę atskaitomybę.

3.2 poskyris. Socialinių problemų ir galimybių nustatymas

Socialinių problemų ir galimybių nustatymas yra labai svarbus pradinis socialinio verslumo žingsnis. Šis procesas apima bendruomenių problemų atpažinimą ir naujoviškų būdų joms spręsti ieškojimą. Tam reikia gerai suprasti socialinius, kultūrinius ir ekonominius veiksnius ir gebėti pastebėti spragas, kai dabartiniai sprendimai yra netinkami.



Bendruomenės konteksto supratimas

Pirmiausia svarbu gerai suprasti bendruomenę, kuriai norite padėti. Tai reiškia, kad reikia atlikti ir kokybinius, ir kiekybinius tyrimus. Kalbant apie kokybinius tyrimus, tiesioginis bendravimas su bendruomenės nariais, vietos lyderiais ir ekspertais per interviu ir tikslinių grupių susitikimus gali suteikti neįkainojamų įžvalgų apie problemas, su kuriomis susiduria žmonės, iš pirmų lūpų. Kalbant apie kiekybinius tyrimus, statistinių duomenų, gautų iš patikimų šaltinių, pavyzdžiui, vyriausybės ataskaitų, nevyriausybinių organizacijų ir akademinių tyrimų, apžvalga gali suteikti platesnį požiūrį į demografinius, ekonominius rodiklius, sveikatos statistiką ir kitus svarbius duomenis.

Ne mažiau svarbu būti jautriam ir sąmoningam kultūriniu požiūriu. Labai svarbu suprasti bendruomenės kultūrinius, istorinius ir socialinius niuansus, nes problemų pobūdis ir jų išgyvenimo būdai gali labai skirtis. Labai svarbu į kiekvieną bendruomenę žvelgti pagarbiai, vengti prielaidų ir būti atviram mokytis iš gyventojų.

Pagrindinių problemų nustatymas

Surinkus informaciją, kitas žingsnis - nustatyti pagrindines problemas. Tai reiškia, kad reikia atskirti problemų simptomus ir pagrindines jų priežastis. Apibūdinant šias problemas gali padėti tokios priemonės kaip problemų medžiai arba priežasčių ir pasekmių diagramos. Taip pat svarbu nustatyti šių problemų prioritetus, atsižvelgiant į jų skubumą, galimą didelį poveikį ir galimybę jas spręsti turimais ištekliais.

Socialinių pokyčių galimybių nagrinėjimas

Nustačius pagrindines problemas, dėmesį reikia sutelkti į socialinių pokyčių kūrimo galimybių tyrimą. Tai pradedama nuo spragų analizės, kuria siekiama įvertinti esamus sprendimus ir nustatyti, kur jų trūksta. Pagrindiniai klausimai gali būti šie: Kokie yra dabartinių intervencinių priemonių trūkumai? Kas nepasiekama? Ar yra būdų pagerinti paslaugų kokybę ar prieinamumą?

Inovacijos yra socialinio verslumo pagrindas. Labai svarbu skatinti kūrybinį mąstymą ir problemų sprendimą. Tokie metodai, kaip smegenų šturmo sesijos ir projektinis mąstymas, kuris apima įsijautimą į galutinius vartotojus, idėjų generavimą ir prototipų kūrimą, gali paskatinti novatoriškus sprendimus.

Dar vienas svarbus žingsnis - bendradarbiavimas su suinteresuotosiomis šalimis. Tai apima ne tik bendruomenės narius, bet ir potencialius partnerius, vietos valdžios institucijas ir kitas organizacijas. Bendradarbiavimo pastangos gali suteikti įvairių požiūrių, papildomų išteklių ir platesnę paramą galimiems projektams.

Galimybių vertinimas

Prieš pradėdant įgyvendinti bet kokią idėją, būtina atlikti SSGG analizę - įvertinti stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes, kad suprastumėte siūlomo sprendimo įgyvendinamumą ir galimą poveikį. Taip pat labai svarbu atsižvelgti į tvarumą: kaip projektas bus finansuojamas ilguoju laikotarpiu? Koks numatomas socialinis, ekonominis ir aplinkosauginis poveikis? Be to, siekiant maksimaliai padidinti sprendimo poveikį, svarbu įvertinti jo mastelio galimybes - ar jis gali būti išplėstas arba pakartotas kitose bendruomenėse.

3.3 poskyris. Socialinių įmonių planavimas ir įgyvendinimas

Socialinės įmonės planavimas ir įgyvendinimas - tai socialinių pokyčių vizijos pavertimas gyvybinga ir paveikiama organizacija. Šis procesas reikalauja kruopštaus planavimo, strateginio mąstymo ir praktinių žingsnių idėjai įgyvendinti. Toliau nagrinėjame pagrindinius socialinės įmonės planavimo ir įgyvendinimo etapus.

Vizijos ir misijos kūrimas

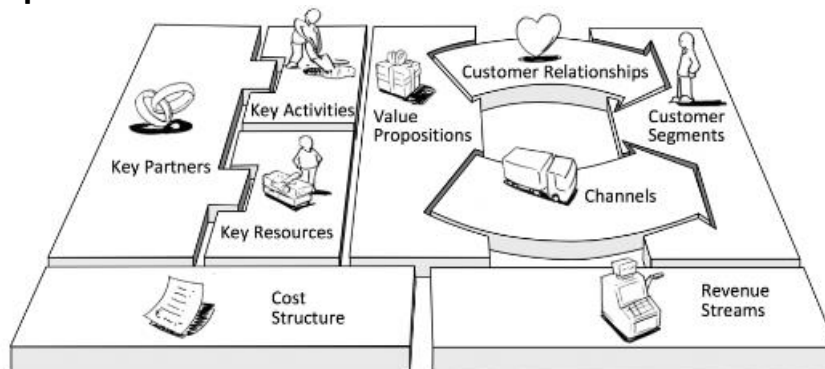
Bet kurios socialinės įmonės pagrindas yra aiški vizija ir misija. Vizijoje suformuluojami ilgalaikiai pokyčiai, kurių įmonė siekia, o misijoje apibūdinama organizacijos paskirtis ir konkrečios socialinės problemos, kurias ji siekia spręsti. Pavyzdžiui, vizija gali būti pasaulis, kuriame kiekvienas turi galimybę gauti švaraus vandens, o misija gali būti orientuota į nebrangių vandens filtravimo sistemų tiekimą bendruomenėms, kurioms trūksta paslaugų.

Šie teiginiai nėra tik formalūs - jais vadovaujamasi visais įmonės strategijos ir veiklos aspektais. Jie padeda užtikrinti, kad įmonė ir toliau orientuotųsi į savo socialinius tikslus ir informuotų suinteresuotąsias šalis, įskaitant darbuotojus, investuotojus ir bendruomenę, apie savo tikslą.

Rinkos tyrimai ir galimybių studija

Norint suprasti aplinką, kurioje veiks socialinė įmonė, labai svarbu atlikti išsamų rinkos tyrimą. Tai reiškia, kad reikia išanalizuoti tikslinės grupės poreikius, pageidavimus ir dabartinę rinkos aplinką, įskaitant galimus konkurentus ir partnerius. Galimybių tyrimas padeda įvertinti verslo idėjos praktiškumą. Ji apima tokius aspektus, kaip produkto ar paslaugos paklausa, galimi pajamų šaltiniai, sąnaudos ir reikalingi ištekliai.

Verslo modelis ir planavimas



6 pav. Verslo modelio drobė: Pagrindinių elementų vizualus atvaizdavimas



Kitas žingsnis - sukurti patikimą verslo modelį. Tai apima siūlomų produktų ar paslaugų apibrėžimą, tikslinių klientų nustatymą ir apibūdinimą, kaip įmonė kurs, teiks ir gaus vertę. Verslo modelyje turėtų būti integruoti socialiniai ir finansiniai tikslai, užtikrinant, kad socialinio poveikio siekimas būtų suderintas su finansiniu tvarumu.

Pagrindinės verslo plano sudedamosios dalys yra šios:

- Vertės pasiūlymas: Kokia unikali įmonės teikiama nauda ir kaip ji sprendžia nustatytas socialines problemas?
- Pajamų srautai: Kaip įmonė generuos pajamas? Tai gali būti pardavimai, aukos, dotacijos arba jų derinys.
- Išlaidų struktūra: Kokios yra pagrindinės išlaidos ir kaip jos bus valdomos?
- Pagrindiniai partneriai ir ištekliai: Kas yra pagrindiniai partneriai ir kokių išteklių reikia veiklai vykdyti?

Teisinė struktūra ir registracija

Labai svarbu pasirinkti tinkamą teisinę socialinės įmonės struktūrą, nes nuo jos priklauso viskas - nuo mokestinių prievolių iki lėšų rinkimo galimybių ir atsakomybės. Dažniausiai pasitaikančios struktūros yra pelno nesiekiančios organizacijos, pelno siekiančios įmonės, kooperatyvai ir mišrūs modeliai, pavyzdžiui, bendruomenės interesų bendrovės (angl. Community Interest Companies, CIC). Kiekviena struktūra turi skirtingą poveikį valdymui, finansavimui ir galimybei reinvestuoti pelną.

Pasirinkus struktūrą, įmonė turi būti teisiškai įregistruota pagal atitinkamas nacionalines ar vietos taisykles. Šis procesas dažnai apima teisinių dokumentų, tokių kaip steigimo įstatai, nuostatai, rengimą ir registravimą atitinkamose valdžios institucijose.

Finansavimas ir finansinis planavimas

Finansavimo užtikrinimas dažnai yra vienas didžiausių socialinių įmonių iššūkių. Labai svarbu turėti aiškų finansinį planą, kuriame būtų išsamiai nurodyta, kiek kapitalo reikia ir kaip jis bus panaudotas. Finansavimo šaltiniai gali būti dotacijos, aukos, socialinių investuotojų investicijos, sutelktinis finansavimas arba pajamos, gautos pardavus produktus ar paslaugas.

Komandos ir organizacinės kultūros kūrimas

Socialinės įmonės sėkmė labai priklauso nuo ją valdančios komandos. Labai svarbu įdarbinti žmones, kurie aistringai palaiko misiją ir turi reikiamų įgūdžių. Taip pat svarbu kurti įtraukią ir motyvuotą organizacinę kultūrą. Tam reikia nustatyti aiškias vertybes, skatinti skaidrumą ir užtikrinti, kad visi komandos nariai atitiktų įmonės socialinius tikslus.

Paleidimas ir operacijos

Socialinės įmonės veiklos pradžia - tai verslo plano vykdymas ir veiklos pradžia. Šis etapas apima galutinį produktų ar paslaugų kūrimą, rinkodarą, veiklos procesų nustatymą ir misijos įgyvendinimo pradžią. Svarbu pradėti nuo bandomojo arba mažesnio masto veiklos pradžios, kad būtų galima išbandyti ir patobulinti metodą.

Stebėsena ir vertinimas

Nuolatinė stebėsena ir vertinimas yra labai svarbūs siekiant įvertinti įmonės veiklos rezultatus ir poveikį. Tam reikia nustatyti aiškius sėkmės rodiklius, pavyzdžiui, pasiektų žmonių skaičių, pasiektus socialinius rezultatus arba finansinius rezultatus. Reguliari šių rodiklių peržiūra padeda priimti pagrįstus sprendimus, tobulinti procesus ir didinti poveikį.

3.4 poskyris. Vadovavimas ir dalyvavimas bendruomenės veiklose

Veiksmingas vadovavimas ir aktyvus bendruomenės dalyvavimas yra labai svarbūs sėkmingos socialinės įmonės komponentai. Lyderystė šiame kontekste neapsiriboja veiklos valdymu - ji apima kitų įkvėpimą ir sutelkimą bendrai socialinių pokyčių vizijai. Bendruomenės dalyvavimas užtikrina, kad įmonės veikla būtų aktuali, įtraukianti ir darytų reikšmingą poveikį. Šiame skyriuje nagrinėjami pagrindiniai lyderystės aspektai ir bendradarbiavimo su bendruomene strategijos.

Bendradarbiavimas su bendruomene prasideda nuo **jos poreikių, stiprybių ir kultūrinio konteksto supratimo**. Tam reikia išklausti bendruomenės narius, atlikti poreikių vertinimą ir gerbti vietos žinias bei praktiką. Toks supratimas padeda pritaikyti intervencines priemones prie konkrečių bendruomenės aplinkybių.

Pasitikėjimas yra veiksmingo bendruomenės dalyvavimo pagrindas. **Pasitikėjimui sukurti** reikia nuoseklumo, skaidrumo ir nuoširdaus įsipareigojimo siekti bendruomenės gerovės. Svarbu būti šalia, reaguoti ir tesėti pažadus.

Bendruomenės narių įtraukimas į sprendimų priėmimo procesus užtikrina, kad socialinės įmonės iniciatyvos būtų aktualios ir remiamos. Tai galima pasiekti rengiant dalyvaujamuosius seminarus, bendruomenės forumus ir patariamąsias tarybas, į kurias įtraukiami įvairių bendruomenės grupių atstovai.

Bendruomenės įtraukimas yra nuolatinis procesas, o ne vienkartinis įvykis. **Tvaram dalyvavimui** reikia nuolatinio bendravimo, grįžtamojo ryšio mechanizmų ir gebėjimo prisitaikyti prie kintančių bendruomenės poreikių ir aplinkybių. Nuolatinis dalyvavimas padeda tobulinti ir plėtoti įmonės požiūrį.

Naujoviški verslo procesai, kurie palengvino moterų ekonominę veiklą ir kartu atitiko vietos socialines ir kultūrines normas, ribojančias jų veiksnumą, prisidėjo prie pačios socialinės tvarkos keitimo.



7 pav. Asociatyvus paveikslėlis

Pavyzdžiai ir atvejų analizė:

- Sąžiningos prekybos kavos kooperatyvai: Daugelyje sąžiningos prekybos kavos kooperatyvų ūkininkai tiesiogiai dalyvauja priimanč sprendimus, taip užtikrinant, kad ūkininkai už savo produkciją gautų teisingas kainas. Šie kooperatyvai dažnai reinvestuoja pelną į bendruomenės plėtros projektus, pavyzdžiui, mokyklų ar sveikatos priežiūros įstaigų statybą.
- Bendras kūrimas sveikatos intervencijose: Daugelyje visuomenės sveikatos iniciatyvų, pavyzdžiui, ŽIV/AIDS srityje, tokios organizacijos kaip „Sveikatos partneriai“ glaudžiai bendradarbiauja su vietos bendruomenėmis, kad parengtų ir įgyvendintų intervencines priemones. Tai apima vietos sveikatos priežiūros darbuotojų mokymą ir tradicinių praktikų integravimą į šiuolaikinę mediciną. Toks bendras kūrimas užtikrina, kad sprendimai būtų tinkami kultūriniu požiūriu ir labiau tikėtina, kad bendruomenė juos priims ir išlaikys.
- Bendruomenės inicijuoti vandens projektai Afrikoje į pietus nuo Sacharos: Tokios organizacijos kaip Water.org bendradarbiauja su vietos bendruomenėmis Afrikoje į pietus nuo Sacharos, kad užtikrintų galimybę gauti saugų geriamąjį vandenį ir sanitarines sąlygas. Šiuose projektuose bendruomenės nariai dažnai dalyvauja visuose etapuose - nuo planavimo iki įgyvendinimo ir priežiūros.

4 skyrius: Jaunimo vadovaujamos advokacijos galia

Tikriausiai vienas iš įtakingiausių svertų, padedančių siekti DVT ir socialinių pokyčių, yra jaunimo inicijuojamos advokacijos kampanijos (Piselli ir kt., 2019; Voices of Youth, n.d.). Jaunimas yra imlesnis naujoms idėjoms ir veiklos būdams, pasitelkdamas savo kūrybiškumą ir gebėjimą naudotis technologijomis, kad sukurtų veiksmingus toli siekiančių iššūkių sprendimo būdus.

Jų propagavimas padeda didinti bendraamžių ir visos bendruomenės informuotumą apie DVT, ypač pasitelkiant socialinę žiniasklaidą ir kitas skaitmenines platformas, kuriose vienu mygtuko paspaudimu galima greitai sutelkti didelę auditoriją (Cortés-Ramos et al., 2021).

Jaunimas gali dar labiau paskatinti bendraamžių požiūrį ir elgseną kuriant tvarumo ir atsakomybės kultūrą nuo ankstyvo amžiaus. Šiuo atžvilgiu jaunimo vadovaujami judėjimai dar labiau suteikia jauniems advokatams galimybę daryti įtaką politikos pokyčiams aukščiausiu lygmeniu ir reikalauti, kad vyriausybės ir institucijos būtų atsakingos už visų įsipareigojimų, susijusių su DVT įgyvendinimu, vykdymą (Ho et al., 2015; Sloam et al., 2022). Todėl turime pripažinti jaunus žmones pagrindiniais pasaulinio vystymosi procesų suinteresuotaisiais subjektais, tačiau taip pat užtikrinti, kad jų balsai ir novatoriški sprendimai rastų išraišką siekiant tvarios ateities.

Ši tema leis jaunimui įgyti žinių ir įgūdžių, kaip organizuoti ir įgyvendinti veiksmingas jaunimo vadovaujamas advokacijos kampanijas.

4.1 poskyris. Kampanijos planavimas

Bendruomenės poreikių ir iššūkių nustatymas

Veiksmingai jaunimo vadovaujamai advokatavimo kampanijai reikia aiškiai suprasti bendruomenės poreikius ir iššūkius. Todėl šiems poreikiams nustatyti reikia tiesiogiai bendrauti su bendruomenės nariais, kad būtų surinktos įvairios įžvalgos ir požiūriai. Tai galima pasiekti taikant smegenų šturmo metodus ir fiksavimo priemones, kuriomis fiksuojamos įvairios nuomonės ir idėjos. Daugiau išteklių rasite čia: <https://www.voicesofyouth.org/tools-resources>

- **Apklausos** yra veiksminga priemonė, leidžianti surinkti kiekybinius duomenis apie plačią auditoriją. Apklausos gali būti atliekamos internetu arba asmeniškai, siekiant įvertinti bendruomenės nuomonę apie problemas. Apklausas turėtų sudaryti aiškūs ir glausti klausimai, kad būtų galima gauti reikšmingų rezultatų. Tokiu būdu klausimai su keliais atsakymų variantais ir atviri klausimai būtų kiekybinės analizės dalis, praturtinta tam tikromis kokybinėmis įžvalgomis.
- **Fokus grupės** - tai interaktyvus būdas, per kurį būtų galima išsamiau aptarti bendruomenės problemas. Su grupe žmonių iš bendruomenės fokus grupių būtų galima sėkmingai pasinerti į diskusijas, kuriose atsiskleistų ir būtų ieškoma galimų problemų sprendimų. Per tokias diskusijas galima suvokti bendruomenėje kylančių iššūkių niuansus, kurie gali neišryškėti atliekant paprastas apklausas.
- **Bendruomenės forumai** - tai dar viena priemonė organizuoti renginius, kuriuose bendruomenės nariai turi galimybę dalytis savo idėjomis ir nuomonėmis ir kuriuose kiekvienas gauna tribūną savo idėjoms išsakyti. Tokie susitikimai taip pat gali tapti puikia vieta pristatyti preliminaras idėjas ir išklausti kitų pastabas.

Naudojant minėtus metodus surinktus duomenis reikia išanalizuoti, kad būtų galima nustatyti problemų prioritetus. Tai apima duomenų tendencijas ir modelius, išskiriant svarbiausias problemas. Įvertinęs įvairių problemų paplitimą ir rimtumo laipsnį, jaunimo reikalų gynėjas gali sudaryti trumpą sąrašą klausimų, kurie patenka į DVT taikymo sritį ir yra aktualiausi rengiant kampaniją.

Kampanijos tikslų kūrimas



8 pav. Asociatyvus paveikslėlis

Nustatant prioritetus svarbu atsižvelgti į trumpalaikius ir ilgalaikius tikslus. Kai kurie uždaviniai gali būti neatidėliotini, todėl juos reikia spręsti, o kitus gali tekti apsvarstyti kaip platesnio strateginio plano dalį. Taip derinant prioritetus užtikrinama, kad jaunieji advokatai sutelktų savo pastangas į iniciatyvas, kurios gali padaryti didžiausią pokytį ir kartu neviršija galimybių.

Aiškių ir pasiekiamų tikslų nustatymas, remiantis poreikių įvertinimu, yra antras žingsnis siekiant užtikrinti, kad jūsų propagavimas būtų veiksmingas ir sėkmingas tenkinant bendruomenės poreikius ir įgyvendinant darnaus vystymosi tikslus. Todėl norint savo viziją paversti konkrečiais veiksmais, reikalingais sėkmingai advokacijos kampanijai, reikia sistemingai kurti ir įgyvendinti aiškius ir pasiekiamus tikslus. Šie žingsniai apima:

1. Nustatykite SMART tikslus: konkrečius, išmatuojamus, pasiekiamus, svarbius ir apibrėžtus laike.
2. Nustatykite tikslus atsižvelgdami į nustatytus poreikius ir iššūkius.
3. Sukurkite strateginius planus, nurodydami, kokių užduočių reikia kiekvienam tikslui pasiekti.
4. Nustatykite reikalingus ir turimus išteklius ir nurodykite apribojimus.

4.2 poskyris. Veiksmų ėmimasis

Jaunieji advokatai gali užtikrinti, kad kampanijos aprėptis ir poveikis būtų platesnis, nes jie susiranda potencialių sąjungininkų, naudoja įvairius lėšų rinkimo metodus ir senus bei naujus komunikacijos kanalus. Tai dar labiau sustiprina pirmaujančios galimybės, kurias skaitmeninės priemonės suteikia internetinėms peticijoms, socialinės žiniasklaidos kampanijoms ir sutelktinio finansavimo puslapiams, skatinantiems pokyčių kampanijas.

1. Norint veiksmingai **mobilizuoti išteklius**, reikia nustatyti, kas tokiose bendruomenėse yra potencialūs sąjungininkai ir bendradarbiai, pradedant vietos NVO ir bendruomenių grupėmis ir baigiant vietos valdžios institucijomis. Ne mažiau svarbūs šių iniciatyvų palaikymui yra lėšų rinkimo būdai, kuriems taip pat būdingos tam tikros kūrybiškos strategijos: sutelktinis finansavimas, paraiškos dotacijoms gauti ir pan. Norint padidinti poveikį, labai svarbu tinkamai valdyti išteklius.
2. **Bendruomenės informuotumo didinimas** gali būti vykdomas ir tradiciniais, ir šiuolaikiniais būdais. Skrajutės, plakatai ir renginių organizavimo būdai bendruomenės lygmeniu yra gera priemonė, padedanti pasiekti vietos bendruomenės ir žmones. Socialinės žiniasklaidos platformos ir internetinės priemonės suteikia platesnę aprėptį. Sugalvokite labai stiprius pranešimus ar šūkius, kurie gali patraukti žmonių dėmesį tiek tradicinėje, tiek skaitmeninėje auditorijoje, taip išgaudami įsitraukimą.
3. **Skaitmeninių platformų** naudojimas tampa būtinybe siekiant išplėsti savo pasiekiamumą ir įtaką. Internetinės peticijos sutelktų paramą, o pasitelkus socialinę

žiniasklaidą galima kur kas greičiau didinti informuotumą. Galima kurti patrauklų turinį vaizdo įrašų ir infografikų pavidalu, kad būtų galima šviesti ir motyvuoti auditoriją. Be to, internetinės lėšų rinkimo platformos leidžia lengvai ir prieinamai sutelkti finansinius išteklius, kad jūsų propagavimo pastangos būtų veiksmingos ir tvarios.

4.3 poskyris. Vertinimas ir tvarumas

Jaunimo inicijuojamose advokacijos kampanijose veiksmingumo ir tvarumo vertinimas padeda nustatyti, kad galima tęsti toliau, pasitelkiant toliau nurodytus pagrindinius elementus:

1. Kampanijos poveikio vertinimas būtų susijęs su strategijų kūrimu, siekiant nustatyti aiškius rodiklius ir gaires, kad būtų galima stebėti pažangą siekiant rezultato.
2. Stebint pažangą siekiant kampanijos tikslų reikia reguliariai tikrinti, remiantis anksčiau nustatytais rodikliais.
3. Nurodykite tobulinimo ir koregavimo sritis, kad turėtumėte galimybę patobulinti metodą, siekdami efektyvumo.
4. Strateginis įžvalgumas planuojant tvarumą, kuris apima ilgalaikius veiksmus su nuolatine parama ir ištekliais, stipriais tinklais ir būsimų kampanijų vykdymo planu.

4.4 poskyris. Jaunimo vadovaujamos advokacijos pavyzdžiai

Fridays for Future



Jaunimo judėjimas prasidėjo 2018 m. rugpjūtį, kai penkiolikmetė Greta Thunberg ir kiti jauni aktyvistai tris savaites kiekvieną dieną mokykloje sėdėjo prie Švedijos parlamento, protestuodami prieš tai, kad nesiimama veiksmų dėl klimato krizės.

9 pav. Protestas prieš iškastinio kuro finansavimą

World's Youth for Climate Justice (WYCJ)



Figure 1. Climate action protests

Pasaulinis jaunimo vadovaujamas judėjimas, kuriuo siekiama apibrėžti valstybių atsakomybę už dabartinių ir būsimų kartų teisių apsaugą nuo žalingo klimato kaitos poveikio.

Connect4Climate



„Connect4Climate“ siekia paskatinti pasaulinį judėjimą už klimato kaitą, kurio centre būtų jaunimas, kurti koalicijas, kad būtų skatinami užmojai, ir skatinti tarptautinius politikos formuotojus, privataus sektoriaus organizacijas ir piliečius imtis ryžtingų kovos su klimato kaita veiksmų.

11 pav. Jaunimo dalyvavimas klimato kaitos veikloje

4.5 poskyris. Advokacijos strategijos kūrimas - praktinė veikla

Atstovavimo strategijos kūrimas

Dalyviai kartu rengia ilgalaikę advokatavimo strategiją, kuri apima mobilizacijos ir partnerystės kūrimo etapus.

1 žingsnis:

Pasiskirstykite į komandas, atstovaujančias skirtingiems advokacijos kampanijos aspektams (pvz., bendruomenės įtraukimas, informavimas žiniasklaidoje).

2 žingsnis:

Dirbkite kartu, kad sukurtumėte nuoseklią strategiją, kurioje būtų integruoti visi šie elementai.

3 žingsnis:

Pristatykite strategiją grupei, imituodami kampanijos pristatymą finansuotojams ar kitai suinteresuotai šaliai.

4.6 poskyris „Darnaus vystymosi tikslų advokacijos žaidimas“ - praktinė veikla

Dalyviai grupėse (4-6 žmonės) sukurs, įgyvendins ir įvertins mini advokacijos kampaniją, skirtą pasirinktam DVT, naudodami smagų, žaidimais paremtą metodą. Kiekviena grupė pereina įvairius kampanijos planavimo, veiksmų vykdymo ir vertinimo etapus, susidurdama su realiais iššūkiais ir galimybėmis žaidimo kortelėse. Grupėms skiriami taškai, kai jos demonstruoja veiksmingą problemų sprendimą, novatoriškas idėjas ar efektyvų išteklių valdymą. Pabaigoje grupė, surinkusi daugiausia taškų ir (arba) likusių išteklių, paskelbiama „Kampanijos čempione“.

Reikalingos priemonės

- SDG kortelės: kortelės su įvairiais SDG, pavyzdžiui, klimato kaitos, lyčių lygybės, kokybiško švietimo.
- Veiksmų kortelės: kortelės su veiksmais, kuriuos grupė gali atlikti.
- Iššūkių kortelės: kortelės su netikėtais iššūkiais.
- Vertinimo lapai: darbo lapai, skirti grupėms stebėti savo pažangą ir įvertinti kampaniją.
- Žetonai arba taškai: kampanijos ištekliai, pavyzdžiui, pinigai, laikas ir savanoriai.

Instrukcijos

1 žingsnis: kampanijos planavimas

- Kiekviena grupė atsitiktine tvarka išsirenka SDG kortelę, kuri taps jų kampanijos tema.
- Grupės surengia smegenų šturmą ir suplanuoja kampaniją, skirtą jų DVT, atsižvelgdamos į tikslinę auditoriją, pagrindines žinutes, metodus (pvz., socialinė žiniasklaida, seminarai, protestai) ir terminus.
- Kiekvienai grupei priskirkite tam tikrą skaičių žetonų / taškų, atspindinčių jų išteklius (pvz., 10 žetonų).

2 žingsnis: imtis veiksmų

- Kiekviena grupė išsitraukia veiksmų korteles ir tada nusprendžia, kaip panaudoti savo išteklius konkrečiam veiksmui atlikti. Pavyzdžiui, kortelė „Organizuoti bendruomenės seminarą“ kainuoja 3 žetonus.
- Kas 5 minutes traukite „Iššūkio“ kortelę, kurioje pateikiamas scenarijus, į kurį jie turi reaguoti. Pavyzdžiai: „Blogas oras paveikia jūsų lauko renginį“, „Sulaukiate netikėtų žiniasklaidos pranešimų“.
- Grupės patikslina savo planus, atsižvelgdamos į tai, kas ką tik įvyko, ir nusprendžia, kaip tęsti kampaniją su likusiais ištekliais.

3 žingsnis: vertinimas ir tvarumas

- Kampanijos simuliacijos pabaigoje grupės užpildo vertinimo lapą, kuriame apmąsto:
 - Kas pavyko ir kas ne.



- Kaip jie prisitaikė prie iššūkių.
 - Kokį poveikį jų kampanija galėjo turėti realiame gyvenime.
 - Kaip jie galėtų užtikrinti savo kampanijos tvarumą laikui bėgant.
 - Grupės save įvertina pagal tai, kiek tikslų pasiekė, kiek išteklių liko ir kaip gerai susidorojo su iššūkiais.
- Groups score themselves based on how many goals they met, resources they have left, and how well they handled challenges.

4 žingsnis: jaunimo vadovaujamos kampanijos pristatymas

- Kiekviena grupė pristato savo kampaniją visai klasei, pabrėždama savo strategijas, iššūkius, su kuriais susidūrė, ir išmoktas pamokas.

1 priedas: SDG kortelės







2 priedas: Iššūkių kortelės

Sumažintas finansavimas!

Jūsų kampanijos finansavimas sumažintas perpus. Turite grąžinti 3 žetonus į banką. Kaip pakoreguosite savo planus?

Blogas oras!

Jūsų lauko renginį užklumpa blogos oro sąlygos ir jis negali vykti, kaip planuota. Prarandate 2 žetonus. Ką galite padaryti, kad pritaikytumėte savo kampaniją?

Savanorių trūkumas!

Pusė jūsų savanorių neatvyko į renginį. Galite išleisti 2 žetonus, kad surastumėte pakaitalus, arba pakeisti veiklos planą, kad dirbtų mažiau žmonių.

Vietos valdžios institucijų pasipriešinimas!

Vietos valdžios institucijos išreiškė susirūpinimą dėl jūsų kampanijos. Turite išleisti 2 žetonus, kad išspręstumėte problemą arba pasiūlytumėte alternatyvų planą.

Žiniasklaidos pranešimai!

Vietos laikraštis nori aprašyti jūsų kampaniją. Tai suteikia jums papildomą galimybę skleisti savo žinią. Jūs gaunate 1 papildomą žetoną. Kaip maksimaliai išnaudosite šį žiniasklaidos poveikį?

Netikėta parama!

Vietos žymybė išreiškė paramą jūsų kampanijai ir pasiūlė ją reklamuoti socialinėje žiniasklaidoje. Jūs gaunate 2 papildomus žetonus! Kaip pasinaudosite šia galimybe?

Socialinės medijos reakcija!

Jūsų kampanija sulaukė neigiamų komentarų socialinėje medijoje. Spręsdami šią problemą prarandate 1 žetoną. Kaip reaguosite ir susigrąžinsite palaikymą?



Netikėta parama!

Vietos įmonė pasiūlo paremti jūsų kampaniją papildomomis lėšomis. Jūs gaunate 3 papildomus žetonus! Kaip panaudosite šį paskatinimą?

Netikėta sėkmė!

Jūsų kampanijos vaizdo įrašas tapo virusiniu! Gaukite 3 žetonus ir pagalvokite, kaip galėtumėte pasinaudoti šiuo impulsu ir išplėsti kampaniją.

Partnerystės galimybė!

Nevyriausybinių organizacijų, dirbanti su panašiu darnaus vystymosi tikslu, nori su jumis bendradarbiauti. Jūs gaunate 2 žetonus ir prieigą prie daugiau išteklių. Kaip galite veiksmingai bendradarbiauti.

Bendruomenės pasipriešinimas!

Kai kurie bendruomenės nariai priešinasį jūsų kampanijos žinutei. Turite išleisti 2 žetonus, kad suorganizuotumėte susitikimą ir išspręstumėte jų problemas. Kaip su jais bendrausite?

Politikos pokyčiai!

Staigus vietos valdžios politikos pasikeitimas apsunkina jūsų kampanijos veiklos įgyvendinimą. Prarandate 2 žetonus. Kokių korekcijų imsitės?

Vietos mokyklų dalyvavimas!

Netoliese esanti mokykla nori įtraukti savo mokinius į jūsų kampaniją. Gaukite 2 žetonus ir sugalvokite, kaip juos veiksmingai įtraukti.



3 priedas: Veiksmų kortelės

Organizuokite socialinės medijos kampaniją

Kaina: 2 žetonai

Pasinaudokite socialinės medijos platformomis, kad padidintumėte informuotumą apie savo DVT. Kurkite pranešimus, vaizdo įrašus ar istorijas, kad sudomintumėte tikslinę auditoriją.

Surenkite bendruomenės seminarą

Kaina: 3 žetonai

Surenkite edukacinį seminarą, kad informuotumėte savo bendruomenę apie savo DVT. Pakvieskite vietos ekspertus pasisakyti ir pasidalyti įžvalgomis.

Pateikti peticiją

Kaina: 2 žetonai

Pradėkite rengti peticiją, kad surinktumėte paramą savo reikalui. Reklamuokite ją internete ir už jo ribų, kad surinktumėte kuo daugiau parašų.

Sukurkite ir platinkite skrajutes

Kaina: 1 žetonas

Sukurkite ir išplatinkite skrajutes savo bendruomenėje, kad paskleistumėte žinią apie savo kampaniją. Pasirinkite vietas, kuriose jūsų tikslinė auditorija greičiausiai jas pamatys.



Organizuokite lėšų rinkimo renginį

Kaina: 3 žetonai

Suplanuokite lėšų rinkimo renginį (pvz., kepinių išpardavimą, koncertą ar internetinį aukcioną), kad surinktumėte pinigų savo kampanijai. Gautas lėšas panaudokite savo veiklai remti.

Bendradarbiavimas su kita jaunimo grupe

Kaina: 1 žetonas

Suvenykite jėgas su kita jaunimo grupe, dirbančia prie panašaus DVT. Suvenykite savo išteklius ir idėjas, kad padarytumėte didesnę poveikį.

Sukurkite tinklaraštį arba svetainę

Kaina: 2 žetonai

Sukurkite tinklaraštį arba svetainę, kurioje dalytumėtės informacija apie savo kampaniją, SDG faktus, sėkmės istorijas ir būdus, kaip kiti gali įsitraukti.

Sukurti tinklalaidės epizodą

Kaina: 2 žetonai

Įrašykite tinklalaidės epizodą, kuriame būtų aptariamas jūsų DVT, pateikiami interviu, istorijos ar ekspertų nuomonės. Plačiai dalinkitės juo, kad padidintumėte informuotumą.



**Įrengti standą vietiniame
renginyje**

Kaina: 2 žetonai

Pasirūpinkite standu bendruomenės mugėje, turguje ar festivalyje. Pasinaudokite ja dalytis informacija apie savo kampaniją ir bendrauti su visuomene.

**Organizuokite
informavimo kampaniją
mokykloje**

Kaina: 2 žetonai

Bendradarbiaukite su vietos mokykla ir švieskite mokinius apie savo DVT, rengdami pristatymus, plakatus ar užsiėmimus.

**Organizuokite taikų
protestą ar eitynes**

Kaina: 3 žetonai

Suplanuokite taikų protestą ar eitynes, kad atkreiptumėte dėmesį į savo reikalą. Užtikrinkite, kad jūsų kampanijos žinutė būtų aiški ir matoma.

**Siųsti laiškus vietos
politikams**

Kaina: 1 žetonas

Rašykite laiškus vietos politikams ar sprendimus priimantiems asmenims, paaiškindami, kodėl jūsų DVT yra svarbus, ir ragindami juos imtis veiksmų.



Šaltiniai

- a) Bornstein D (2004) How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas. Oxford: Oxford University Press.
- b) Nicholls, A. (2006). Social entrepreneurship: New models of sustainable social change. Oxford: Oxford University Press.
- c) Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of Management Review*
- d) Alexander, B. (2011). The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media. Praeger.
- e) Cortés-Ramos, A., Torrecilla García, J. A., Landa-Blanco, M., Poleo Gutiérrez, F. J., & Castilla Mesa, M. T. (2021). Activism and Social Media: Youth Participation and Communication. *Sustainability*, 13(18), Article 18. <https://doi.org/10.3390/su131810485>
- f) Fridays For Future is an international climate movement active in most countries and our website offers information on who we are and what you can do. (n.d.). Fridays For Future. Retrieved 1 August 2024, from <https://fridaysforfuture.org/>
- g) Ho, E., Clarke, A., & Dougherty, I. (2015). Youth led-social change: Topics, engagement types, organizational types, strategies, and impacts. *Futures*, 67, 52–62. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2015.01.006>
- h) JOIN THE GLOBAL CLIMATE COMMUNITY | Connect4Climate. (n.d.). Retrieved 1 August 2024, from <https://www.connect4climate.org/>
- i) Piselli, D., Loni, S. S., Colyard, K., & Nordquist, S. (2019). The Role of Youth in Achieving the SDGs: Supporting Youth Led-Solutions for Sustainable Food Systems. In R. Valentini, J. L. Sievenpiper, M. Antonelli, & K. Dembska (Eds.), *Achieving the Sustainable Development Goals Through Sustainable Food Systems* (pp. 229–245). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-23969-5_13
- j) Sloam, J., Pickard, S., & Henn, M. (2022). 'Young People and Environmental Activism: The Transformation of Democratic Politics'. *Journal of Youth Studies*, 25(6), 683–691. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2056678>
- k) Voices of Youth. (n.d.). Championing Change Through Advocacy. UNICEF. Retrieved 1 August 2024, from <https://www.voicesofyouth.org/youthadvocacy>
- l) World's Youth for Climate Justice. (2023, April 6). World's Youth for Climate Justice. <https://www.wy4cj.org>



Co-funded by
the European Union



3 MODULIS: Kūrybiškumas skaitmeninėje erdvėje

Įvadas



Pav. 2. https://creativeeducator.tech4learning.com/v06/articles/Advanced_Thinking

Dabartinis technologijų raidos šimtmetis, kurio pagrindinis bruožas - skaitmeninis ryšys, lėmė pokyčius visuose sektoriuose ir srityse, įskaitant pasakojimo temą. Skaitmeninis pasakojimas sujungia pasakojimo galią su daugialypės terpės elementais, kad būtų sukurtos įdomios ir paveikios istorijos, galinčios šviesti, įkvėpti ir mobilizuoti auditoriją, tarp jų ir jaunimą. Šiuo moduliui siekiama suteikti kaimo jaunimo darbuotojams ir jauniems žmonėms atitinkamų įgūdžių, kad jie galėtų efektyviai panaudoti skaitmeninį pasakojimą siekiant Darnaus vystymosi tikslų (DVT), aktyvaus pilietiškumo ir aplinkos tvarumo. Jis padės palengvinti ir įgalinti dalyvių skaitmeninį raštingumą ir kūrybiškumą, kad jie galėtų prasmingai prisidėti prie socialinių pokyčių ir klimato kaitos klausimų sprendimo.

5 skyrius: Skaitmeninis istorijų pasakojimas

5.1 poskyris. Skaitmeninio istorijų pasakojimo apibrėžimas

Skaitmeninį pasakojimą galima apibrėžti kaip skaitmeninių priemonių ir žiniasklaidos platformų taikymą kuriant daugialypės terpės istorijas, naudojant vaizdus, vaizdo ir garso įrašus (UNICEF, 2021). Šis metodas yra svarbus šiuolaikiniame skaitmeniniame amžiuje, nes leidžia skleisti istorijas visame pasaulyje, sudaro sąlygas šviesti ir daryti poveikį auditorijai. Būtent čia skaitmeninio pasakojimo įgūdžiai tampa pagrindiniu svertu, padedančiu prasmingai dalyvauti jaunimo darnaus vystymosi ir klimato politikos propagavimo veikloje jaunimo darbuotojams ir jaunimui. Be to, skaitmeninis istorijų pasakojimas atlieka lemiamą vaidmenį išsaugant ir dalijantis kultūros paveldu kaimo vietovėse, kur tradicinės žinios

ir praktika gali būti pamirštos. Skaitmeninis pasakojimas gali būti naudojamas padėti jaunimui kurti savo tapatybę ir tęstinumą dokumentuojant ir dalijantis pasakojimais apie vietos papročius, aplinkosaugos praktiką ir bendruomenės istoriją.



Pav. 3. <https://action.gr/2022/01/04/free-online-seminar-on-narrative-methods-for-the-improvement-of-social-inclusion-in-the-classroom/>

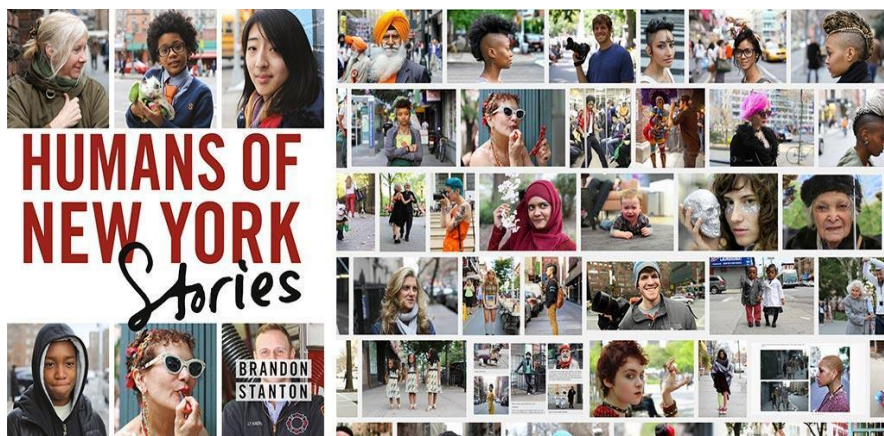
Tai suteikia marginalizuotiems žmonėms galimybę dalyvauti pasauliniame diskurse apie tvarų vystymąsi ir socialinį teisingumą, suteikdama jiems platformą, kurioje bendruomenės gali dalytis iššūkiais ir sprendimais. Būtent toks įtraukimas ir įgalinimas padės nutiesti kelią į teisingesnę ir tvaresnę ateitį. Skaitmeninio pasakojimo užuomazgos prasidėjo XX a. dešimtojo dešimtmečio pradžioje, t. y. tuo pat metu, kai atsirado internetas. Iš pradžių ši medija buvo tekstinė, tačiau ilgainiui ji išsivystė į keletą kitų skaitmeninių formatų, taip įtraukdama vaizdo įrašus ir podkastus bei kitas interaktyvias medijas. Tai vis labiau demokratizavo istorijų pasakojimą, todėl jis tapo vis labiau prieinama ir universalia medija, leidžiančia pasakotojams užmegzti ryšį su žmonėmis ir juos pasiekti, įsitraukti naujais būdais ir bendrauti su įvairiomis auditorijomis.

5.2 poskyris. Pasakojimo galia

Istorijų pasakojimas gali emociškai paveikti auditoriją. Jis padeda sukurti empatiją, supratimą ir ryšį, nes pateikia įtikinamus personažus ir situacijas. Šį poveikį skaitmeninėje erdvėje sustiprina daugialypės terpės elementai, kurie gali sukelti auditorijos emocinį ir kognityvinį įsitraukimą (Thunberg, 2021). Be to, pati istorija su savo pasakojimo struktūra, apimančia veikėjus, konfliktus ir sprendimus, yra panaši į žmogaus patirtį, todėl yra tinkama priemonė mokyti ir dalytis sudėtinga informacija bei idėjomis. Ji skatina susimąstyti apie vertybes ir keisti suvokimo bei elgesio perspektyvą, kai ateina iš gerai parengtų istorijų.

Šis pasakojimo aspektas tampa aktualus sprendžiant tokius klausimus kaip kova su klimato kaita ir socialinis teisingumas, kai emocinis įsitraukimas gali padėti ugdyti sąmoningumą ir norą veikti. Atsižvelgiant į istorijų galią keisti, apeliuojant tiek į širdį, tiek į protą, jos tampa svarbia bet kurios skaitmeninės komunikacijos strategijos, skirtos tvariam vystymuisi, sudedamąja dalimi. Itin įdomus sėkmingo skaitmeninio pasakojimo pavyzdys yra projektas „Niujorko gyventojai“ (Humans of New York), kuriame užfiksuotos labai įvairių Niujorke ir už jo ribų gyvenančių asmenų asmeninės istorijos (Humans of New York, n.d.). Ši idėja, nušviesdama unikalią asmeninę patirtį ir iššūkius, gali lengvai sukelti empatiją ir daug geresnį skirtingų kultūrų ir gyvenimo supratimą. Šios istorijos, lydimos portretų, dažnai sulaukia atgarsio milijonų žmonių visame pasaulyje ir įrodo, kad asmeninių pasakojimų galia gali sužadinti ryšius ir užuojautą pasaulinėje auditorijoje. Dar vienas labai veiksmingas pasakojimo pavyzdys - „TED Talks“ pokalbiai, kuriuose kalbėtojai naudoja šį formatą, kad įdomiai ir paprastai išreikštų sudėtingas idėjas. Daugelyje tokių pokalbių, kuriuose asmeniniai anekdotai derinami su mokslinėmis įžvalgomis ir įtikinamais vaizdais, žmonės raginami mąstyti ir veikti kitaip. Tokio pobūdžio pokalbiai įrodo, kad geros istorijos puikiai padeda supaprastinti sudėtingas temas ir motyvus, kurie tampa asmeniškais, todėl keičia asmenis ir visuomenę. Skaitmeninis istorijų pasakojimas taip pat pasirodo esąs labai svarbi priemonė labdaros kampanijose (LeBuhn, 2018).

Šį mechanizmą naudoja daugelis ne pelno siekiančių organizacijų, norėdamos parodyti savo darbo poveikį, t. y. vaizdo įrašais, nuotraukomis ir atsiliepimais suteikia gyvybės savo tikslui. Panašiai kaip kampanijos, kurios įkūnija asmenų, tiesiogiai nukentėjusių nuo tokių problemų, kaip skurdas, sveikatos krizės ar aplinkos būklės blogėjimas, istorijas, gali būti labai veiksmingos telkiant paramą, išteklius ir pan. Šios istorijos humanizuoja abstrakčias problemas ir pateikia apčiuopiamus rezultatus, todėl sukelia dosnumo ir palaikymo jausmus, o tai liudija, kokią didelę įtaką pasakojimas turi motyvuojant socialinius pokyčius.



Pav. 4. <https://www.jebiga.com/humans-of-new-york-stories/>

5.3 poskyris. Skaitmeninio pasakojimo platformos

Skaitmeninių istorijų pasakojimas vyksta keliuose platformose. Visos jos gali suteikti ištisą unikalių galimybių įsitraukti ir daryti poveikį tikslinei grupei. Pavyzdžiui, tokios socialinės žiniasklaidos platformos kaip „Instagram“, „Facebook“ ir „Twitter“ suteiks universalių pasakojimo vietų, kurių kiekviena pasižymi unikalėmis savybėmis ir geriausia praktika.



Pav. 5. <https://thehill.com/policy/technology/546957-youtube-user-growth-outpaces-social-media-rivals-poll/>

Instagram atveju ji bus labai veiksminga vizualiai pasakojant istorijas, naudojant aukštos kokybės vaizdus ir vaizdo įrašus, papildytus įdomiomis antraštėmis ir atitinkamomis grotažymėmis, siekiant didinti informuotumą apie DVT ir klimato veiksmus.

Facebook suteikia galimybę išsamiau pasakoti istorijas ir kurti bendruomenę, nes galima giliau pasinerti į istorijas ir daugiau bendrauti su auditorija per pranešimus, tiesioginius vaizdo įrašus ir diskusijų grupes.

Socialiniame tinkle X itin gerai tinka trumpi pranešimai ir galimybė juos akimirksniu atnaujinti, todėl jis labai tinka skelbti glaustus ir stiprius pareiškimus, o toliau kurti pranešimų gijas ir grotažymes, kad pranešimai suskambėtų su tvarumu ir aktyviu pilietiškumu susijusiomis temomis.

Tinklalaidės suteikia visiškai kitokį požiūrį į pasakojimą, nes remiasi garso pasakojimais, galinčiais giliai įtraukti klausytojus. Būtent dėl to kuriant įtikinamą podkastų turinį sudaro epizodai su pradžios, vidurio ir pabaigos struktūromis, lydimi interviu, garso efektų ir muzikos, kurie sustiprina pasakojimo patirtį. Juose galima apmąstyti klausytojams asmeniniu lygmeniu aktualias temas, susijusias su klimato kaitos veiksmais ar net bendruomenės iniciatyvomis, remiančiomis darnaus vystymosi tikslus, suteikiant platformą balsams, kurie kitu atveju nebūtų išgirsti.

Vaizdo įrašai ir tinklaraščiai - dar viena stipri skaitmeninių pasakojimų kūrimo priemonė, ypač tokiose pagrindinėse platformose kaip „YouTube“ ir „Tik Tok“. „YouTube“ galima kurti ilgo formato vaizdinį turinį, kuriame gali būti atskleidžiamos aplinkosaugos problemos, pristatoma tvari praktika ir pateikiamos įkvepiančios pokyčių istorijos. Toks formatas puikiai tinka išsamiam pasakojimui ar mokomajam turiniui. „Tik Tok“ puikiai tinka greitiems, smarkiems pranešimams, kurie pagyvina žiūrovą ir leidžia jam sužinoti ką nors daugiau apie temą arba imtis veiksmų. Tai formatas, puikiai tinkantis kūrybinei raiškai ir ypač labai veiksmingas kalbant apie jaunesnio amžiaus grupes. Tinklaraščiai ateityje taip pat bus neatsiejama skaitmeninio pasakojimo dalis - jie taps platforma labiau kontempliatyviam ir analitiniam turiniui. Tinklaraščių įrašuose ir straipsniuose pasakojimas taikomas techninę informaciją paverčiant įdomia skaitytojams. Turtinga medija, kurią sudaro vaizdai, infografikos ir vaizdo įrašai, gali padėti sustiprinti pasakojimą ir išlaikyti skaitytojų susidomėjimą.

Jame bus aptariami tiek vietiniai, tiek pasauliniai klausimai, susiję su DVT, ir plečiamas kontekstas, kad skaitytojas būtų labiau susimąstęs ir orientuotas į veiksmus. Visos šios platformos turi skirtingų privalumų ir iššūkių, o veiksmingas skaitmeninis pasakotojas, siekdamas tikslinės auditorijos, išnaudoja stipriąsias kiekvienos iš jų puses. Suprasdami šių platformų niuansus, su jaunimu dirbantys asmenys ir jaunimas gali veiksmingiau kurti pasakojimus, kurie skatina tvarų vystymąsi ir teigiamus socialinius pokyčius.



Šaltiniai

- a) Humans of New York. (n.d.). *Humans of New York*.
<https://www.humansofnewyork.com/>
- b) LeBuhn, M. A. (2018). *Picture This: How Digital Storytelling Campaigns Elicit Empathy from a Distant Audience* (Doctoral dissertation, University of Oregon).
- c) Thunberg, G. (2021). *No One Is Too Small to Make a Difference*. Penguin Books.
- d) UNICEF. (2021). Digital Storytelling Toolkit. UNICEF. Retrieved from [unicef.org](https://www.unicef.org/digital-storytelling-toolkit)

6 skyrius: Skaitmeniniai kūrybinės raiškos įrankiai

6.1 poskyris. Įvadas į skaitmeninę kūrybą

Kūrybinė raiška - tai procesas, kurio metu įgyvendinama idėja, apimantis įvairias formas, pavyzdžiui, vaizduojamąjį meną, muziką, rašymą ir šokį. Ši praktika dažnai įtraukia fizinį kūną, skatindama gilesnį kūno ir proto ryšį. Su jaunimu dirbantiems asmenims kūrybinės raiškos skatinimas gali būti veiksmingas būdas palaikyti jų emocinę ir psichinę gerovę, taip pat skatinti jų unikalius balsus ir talentus.

Šiuolaikinėje skaitmeninėje eroje yra daugybė priemonių, padedančių sustiprinti ir palengvinti kūrybinę raišką. Skaitmeninės priemonės ne tik išplečia meno kūrimo ir dalijimosi juo galimybes, bet ir padaro šiuos procesus prieinamesnius. Nesvarbu, ar tai būtų piešimo programų naudojimas vaizduojamajam menui, skaitmeninių garso darbo stočių naudojimas muzikos kūrimui, rašymo platformų naudojimas pasakojimams kurti, ar vaizdo programų naudojimas šokiui, šios technologijos gali atlikti esminį vaidmenį padedant jauniems žmonėms tyrinėti ir ugdyti savo kūrybiškumą. Integruodami šias priemones į savo darbą, su jaunimu dirbantys asmenys gali pasiūlyti dinamiškesnes ir įdomesnes kūrybinės raiškos galimybes.

Ledlaužio veikla, skirta jaunimo skaitmeniniam kūrybiškumui skatinti: Naudodamiesi paprastomis dizaino priemonėmis, pavyzdžiui, „Canva“ arba avatarų kūrimo programėle, pakvieskite jaunimo dalyvius sukurti skaitmeninius autoportretus, kurie atspindėtų tai, kaip jie save mato. Jie gali naudoti formų, spalvų ir simbolių derinius, kad išreikštų savo asmenybę, tada pasidalykite savo portretais ir paaiškinkite, kokius pasirinkimus padarė.

Šiame modulyje nagrinėjamas skaitmeninių priemonių integravimas į jaunimo programas, siekiant padidinti kūrybinę raišką ir įsitraukimą. Jame daugiausia dėmesio skiriama skaitmeninio kūrybiškumo naudai, praktiniams įvairių ES iniciatyvų pavyzdžiams ir veiksmingiems būdams naudoti tokias platformas kaip TikTok, Canva ir YouTube. Naudodamiesi šiomis priemonėmis, jaunimo darbuotojai gali padėti jaunimui ugdyti svarbiausius įgūdžius, puoselėti bendruomeniškumą ir pasisakyti už socialinius tikslus, įgyvendindami novatoriškus skaitmeninius projektus.

6.2. poskyris. Skaitmeninės kūrybos nauda jaunimui

Skaitmeninė kūryba suteikia jauniems žmonėms daug galimybių išreikšti savo mintis, jausmus ir darbo teorijas naudojant įvairias meno kalbas ir medžiagas. Naudojantis skaitmeninėmis priemonėmis, pavyzdžiui, grafinio dizaino programine įranga, muzikos kūrimo programomis, vaizdo įrašų redagavimo programomis ir skaitmeninio meno platformomis, gali atverti naujų galimybių žaismingai mokytis ir įgyti prasmingos patirties. Šios priemonės, derinamos su tradiciniais kūrybiniais metodais, leidžia giliau tyrinėti ir užmegzti ryšius, skatina jų asmeninį ir akademinį augimą.

Dažnai nepastebimas jaunimo skaitmeninio kūrybiškumo potencialas. Tradicinėse diskusijose apie žaidimą ir mokymąsi jaunuoliai yra linkę atskirti savo dalyvavimą skaitmeninėse technologijose nuo natūralios kūrybinės veiklos. Dėl to atsirado spraga suprantant, kaip jaunimas sąveikauja su skaitmenine žiniasklaida. Tačiau skaitmeninėms technologijoms toliau tobulėjant, pedagogams labai svarbu ištirti, kaip šias priemones galima naudoti kūrybiškai ir išraiškingai, padedant jauniems žmonėms integruoti jų skaitmeninį ir fizinį pasaulius.

Praktinė veikla, skirta sujungti įvairias jaunų žmonių idėjas naudojant skaitmeninius įrankius: Naudodamiesi internetine platforma, pavyzdžiui, „Padlet“ arba „Miro“, paraginkite kiekvieną dalyvį pateikti nuotrauką, GIF arba skaitmeninį meno kūrinį, kuris atspindėtų ką nors, ką jie

mėgsta arba mėgsta daryti. Kai daugiau dalyvių prisideda, koliažas didėja, parodydamas grupės interesų įvairovę ir paskatindamas prasmingus pokalbius.

6.3 poskyris. *Praktiniai skaitmeninio kūrybiškumo pavyzdžiai jaunimo programose*

Skaitmeninis kūrybiškumas jaunimo programose evoliucionuoja, atspindėdamas platesnius technologijų pokyčius ir jų integraciją į įvairius gyvenimo aspektus. Šis pokytis akivaizdus keliuose novatoriškuose metoduose, kuriuose skaitmeninės priemonės derinamos su tradiciniais metodais, siekiant pagerinti mokymąsi ir įsitraukimą.

Europos skaitmeninio meno dirbtuvės: Meno stočių fondas Lenkijoje siūlo dirbtuves, kuriose jaunimas gali tyrinėti skaitmeninio meno formas. Naudodamiesi tokiomis priemonėmis kaip skaitmeninės piešimo planšetės ir grafinio dizaino programinė įranga, dalyviai kuria savo skaitmeninius meno kūrinius ir animaciją. Šios dirbtuvės skatina kūrybinę raišką ir kartu moko vertingų skaitmeninio meno ir dizaino įgūdžių.

Kodavimo ir robotikos iniciatyvos: Europos kodų savaitė - tai ES masto iniciatyva, kuria skatinamas jaunimo programavimas ir skaitmeniniai įgūdžiai. Jos metu daugelyje šalių rengiami kodavimo seminarai, robotikos varžybos ir skaitmeninių žaidimų kūrimo užsiėmimai. Šių renginių tikslas - įkvėpti ir šviesti jaunimą skaitmeninių technologijų srityje per praktinę, interaktyvią patirtį.

Virtualios realybės mokymosi patirtis: „VR4Youth“ programa Nyderlanduose naudoja virtualią realybę, kad sukurtų įtraukiančią mokymosi aplinką jaunimui. Naudodamiesi VR dalyviai gali tyrinėti istorinius įvykius, imituoti mokslinius eksperimentus arba kūrybiškai pasakoti istorijas. Ši programa suteikia unikalią būdą pagerinti edukacinę patirtį ir skatinti kūrybiškumą naudojant pažangiausias technologijas.

Skaitmeninė žiniasklaida socialiniuose projektuose: Projektas „Jaunimo įgalinimas pasitelkiant skaitmeninę žiniasklaidą“ Ispanijoje padeda jaunimui naudoti skaitmeninę žiniasklaidą socialinėms problemoms spręsti. Dalyviai mokosi kurti skaitmenines kampanijas, daugialypės terpės turinį ir socialinės žiniasklaidos strategijas, kad skatintų tokius tikslus kaip aplinkos tvarumas ir socialinis teisingumas. Šioje iniciatyvoje skaitmeniniai įgūdžiai derinami su aktyvizmu, skatinant jaunimą naudotis technologijomis siekiant teigiamų socialinių pokyčių.

Šie pavyzdžiai iš visos ES rodo, kaip skaitmeninės priemonės veiksmingai naudojamos siekiant praturtinti jaunimo programas. Integruojant technologijas į įvairius mokymosi ir kūrybiškumo aspektus, šios programos padeda jaunimui ugdyti svarbiausius įgūdžius ir naujoviškai įsitraukti į savo pomėgius.

7 skyrius: Socialinė medija ir interneto platformos

7.1 poskyris. „Tik Tok“ ir jo įtaka jaunimui

„TikTok“ tapo dominuojančia platforma skaitmeniniame kraštovaizdyje, ypač tarp jaunosios kartos atstovų. „TikTok“ įtaka neapsiriboja vien pramogomis, o formuoja jaunimo bendravimo su turiniu, mokymosi ir saviraiškos būdus.

„TikTok“ siūlo daugybę funkcijų, kurias galima panaudoti kūrybiniams projektams. Jaunimo darbuotojai gali padėti dalyviams naudoti tokius įrankius, kaip efektai, filtrai ir muzika, kad pagerintų savo vaizdo įrašus. Pavyzdžiui, skaitmeninio pasakojimo dirbtuvės, kuriose jaunimas, naudodamasis „TikTok“ integruotais redagavimo įrankiais, kuria trumpus filmus ar animacines istorijas, gali būti įdomi ir edukacinė patirtis. Skatinkite juos tyrinėti „TikTok“ efektus, kad pridėtų kūrybiškumo savo turiniui, pavyzdžiui, naudoti papildytosios realybės (AR) filtrus, kad sukurtų įtraukiančią patirtį, arba teminius vaizdo įrašų iššūkius, kad sudomintų bendraamžius.

„TikTok“ gali būti galinga bendruomenės kūrimo ir propagavimo platforma. Jaunimo darbuotojai gali palengvinti kampanijas, kurių dalyviai, naudodamiesi „TikTok“, didina informuotumą apie socialines problemas, pavyzdžiui, klimato kaitą ar socialinį teisingumą. Organizuokite tokią veiklą kaip hashtagų iššūkiai ar dalyvavimas tendencijose, kad sustiprintumėte jų balsus ir pasiektumėte platesnę auditoriją. Pavyzdžiui, sukurkite kampaniją, skatinančią jaunimą dalytis savo asmeninėmis istorijomis ar iniciatyvomis, susijusiomis su darbu bendruomenei, naudojant konkrečius hashtagus, kad būtų galima sekti ir parodyti jų indėlį. Toks metodas ne tik skatina bendruomeniškumo jausmą, bet ir įgalina jaunimą būti aktyviais jiems rūpimų priežasčių šalininkais.

2020 m. „TikTok“ naudotojai surengė pokštą, kad paveiktų D. Trumpo mitingą Tulsoje, Oklahomoje. Išdykaujant buvo užsiregistruojama dėl nemokamų bilietų į mitingą, neketinant jame dalyvauti, taip siekiant sukurti didelį atotrūkį tarp tikėtino ir realaus dalyvių skaičiaus. D. Trumpo kampanija gyrėsi, kad užsiregistravo daugiau nei milijonas žmonių, tačiau dalyvavo tik apie 6 200 žmonių. Šis pokštas, kuriuo plačiai dalytasi TikTok, prisidėjo prie mažo mitingo dalyvių skaičiaus ir parodė socialinės žiniasklaidos galią darant įtaką politiniams įvykiams ir formuojant visuomenės nuomonę. Taigi „TikTok“ naudotojai pademonstravo, kaip socialinės žiniasklaidos platformos gali būti panaudotos siekiant daryti įtaką realiems įvykiams ir viešajam diskursui.

7.2 poskyris. „Canva“: Lengvas dizainas jaunimui ir pedagogams

„Canva“ yra nemokama dizaino platforma, kuri supaprastina vizualiai patrauklios medžiagos kūrimą, todėl ji yra ideali priemonė su jaunimu dirbantiems asmenims ir pedagogams. Naudodami patogią sąsają ir didelę šablonų biblioteką, naudotojai gali be vargo kurti plakatus, socialinės žiniasklaidos grafiką, pristatymus ir mokomąją medžiagą. „Canva“ šablonai skirti įvairiems poreikiams, įskaitant informuotumą apie psichikos sveikatą, renginių planavimą ir mokomąjį turinį, todėl naudotojai gali kurti profesionaliai atrodančius dizainus neturėdami išsamių projektavimo įgūdžių.

Kad informacija būtų skleidžiama efektyviai, „Canva“ siūlo tokias priemones, kaip turinio kalendorius, leidžiančias planuoti ir planuoti pranešimus, užtikrinant nuoseklų ir savalaikę komunikaciją. Pedagogai gali naudoti:



„Canva“, kad sukurtumėte vizualiai patrauklius pamokų planus, infografikus ir reklaminę medžiagą mokyklos renginiams, padidindami įsitraukimą ir supratimą. Su jaunimu dirbantys darbuotojai gali pasinaudoti „Canva“, kad sukurtų seminarų, kampanijų ir psichikos sveikatos išteklių medžiagą, kad sudėtinga informacija būtų prieinama ir įtraukianti.

Pavyzdžiui, naudodami „Canva“ galite sukurti psichikos sveikatos kalendorių, pasirinkdami ir pritaikydami šabloną su atitinkamomis informuotumo didinimo datomis ir švietėjišku turiniu, pasirinkdami kalendoriaus šabloną iš „Canva“ ir pritaikydami jį su pagrindinėmis psichikos sveikatos informuotumo didinimo dienomis, vietos paramos ištekliais ir motyvuojančiomis citatomis. kalendorių užpildyti praktiniais patarimais, įveikimo strategijomis ir priminimais apie psichikos sveikatos praktiką, įskaitant nuorodas į skaitmeninius išteklius. Užpildytu kalendoriumi galite dalytis kaip PDF formatu arba paveikslėliu per socialinę žiniasklaidą, el. paštu arba atsispausdinti ir reguliariai jį atnaujinti, kad informacija būtų aktuali ir nauja.

7.3 poskyris. Kiti naudingi įrankiai

Kahoot

„Kahoot“ - tai interaktyvi viktorinų platforma, leidžianti su jaunimu dirbantiems asmenims kurti ir dalytis viktorinomis, kad įtrauktų jaunus žmones į mokymąsi. Naudokite „Kahoot“, kad smagiai ir dinamiškai įvertintumėte žinias, supažindintumėte su naujomis temomis arba skatintumėte varžytis.

Mentimeter

„Mentimeter“ - tai realiuoju laiku su auditorija sąveikaujantis įrankis, kurį galima naudoti atsiliepimams rinkti, apklausoms vykdyti arba idėjoms generuoti. Ji naudinga norint padaryti užsiėmimus įdomesnius ir iš karto surinkti jaunimo dalyvių nuomonę.

Padlet

„Padlet“ yra bendradarbiavimo platforma, kurioje naudotojai gali kurti skaitmenines lentas ir jomis dalytis. Ji puikiai tinka dalytis idėjomis, palengvinti grupinius projektus ir kaupti išteklius vienoje prieinamoje vietoje.

Google Jamboard

„Google Jamboard“ - tai interaktyvioji lenta, leidžianti mokytis bendradarbiaujant ir kurti smegenų šurmą. Ją galima naudoti interaktyvioms sesijoms, grupinėms smegenų šturmo diskusijoms ir vaizdiniam mokymuisi.

Storybird

Storybird is an online tool that helps users create and publish visual stories. It's ideal for encouraging creative writing, facilitating collaborative storytelling, and sharing stories within a community.

Mural

Mural is a digital workspace for visual collaboration that helps teams brainstorm, plan, and analyse projects together. It can be used for mind mapping, project planning, and engaging youth in problem-solving activities.

8 skyrius: Skaitmeninės kūrybos nauda jaunimui

8.1 poskyris. Įsitraukimo ir motyvacijos didinimas

Skaitmeninis kūrybiškumas didina įsitraukimą ir motyvaciją, nes mokymąsi paverčia interaktyvia patirtimi. Tokios priemonės kaip vaizdo įrašų redagavimo programinė įranga, grafinio dizaino programos ir interneto platformos leidžia kurti dinamišką ir aktualų turinį, kuris sudomina jaunus žmones. Pavyzdžiui, „Jaunimo žiniasklaidos projektas“ Ispanijoje įtraukia jaunimą į skaitmeninių istorijų ir trumpametražių filmų kūrimą, mokymąsi paversdamas įdomia ir paveikia veikla.

8.2 poskyris. Naujų įgūdžių ir kompetencijų ugdymas

Svarbi skaitmeninio kūrybiškumo nauda - naujų įgūdžių ir kompetencijų ugdymas. Jaunimas įgyja vertingų techninių įgūdžių tokiose srityse kaip grafinis dizainas, vaizdo įrašų redagavimas ir kodavimas, kurie yra labai svarbūs šiuolaikinėje darbo rinkoje. Be to, skaitmeniniai projektai skatina kūrybiškumą, problemų sprendimą ir gebėjimą prisitaikyti, padėdami jaunimui ugdyti augimo mąstyseną. Jungtinės Karalystės programa „Skaitmeniniai įgūdžiai jaunimui“ yra to pavyzdys, nes į ją įtraukiami skaitmeninės žiniasklaidos projektai, kurie gerina ir techninius, ir kūrybinius įgūdžius.

Skaitmeninė kūryba taip pat skatina bendradarbiavimą ir bendravimo įgūdžius. Dirbant su skaitmeniniais projektais dažnai tenka dirbti komandoje ir naudotis internetinėmis priemonėmis, todėl jaunimas mokosi veiksmingai bendradarbiauti ir valdyti projektus. Ši praktinė komandinių užduočių patirtis padeda ugdyti esminius įgūdžius, būtinus būsimai akademinei ir profesinei sėkmei, ruošiant jaunimą įvairioms profesinėms aplinkoms.



Šaltiniai

- Early Education. (n.d.). *Children's creativity with digital technology and media*. Retrieved August 2, 2024, from <https://early-education.org.uk/childrens-creativity-with-digital-technology-and-media/>
- Council of Europe. (n.d.). *Digital developments in youth work training*. Coyote Magazine. Retrieved August 2, 2024, from <https://pjp-eu.coe.int/en/web/coyote-magazine/digital-developments-in-youth-work-training>
- European Commission. (2014). *The creative potential of young people: A report on the impact of digital technologies on creativity*. Retrieved August 2, 2024, from https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/news/2014/documents/report-creative-potential_en.pdf
- CBS News. (2020, June 20). *Trump rally prank on TikTok leads to a significantly lower turnout*. Retrieved August 2, 2024, from <https://www.cbsnews.com/news/trump-rally-tiktok-crowds-tulsa/>
- The Youth Lab. (2022). *The power of TikTok's influence*. Retrieved August 2, 2024, from <https://www.theyouthlab.com/insights/the-power-of-tiktoks-influence>

Išvados

„YESDGs“ mokymo kursas yra vertingas švietimo šaltinis su jaunimu dirbantiems asmenims ir pedagogams, skirtas suteikti daugiau galimybių tiek jiems, tiek jauniems žmonėms, su kuriais jie dirba. Kursas apima tokias pagrindines sritis kaip darnaus vystymosi tikslai (DVT), socialinis verslumas ir aktyvizmas bei skaitmeninis kūrybiškumas, todėl jaunimo darbuotojams suteikia žinių ir praktinių priemonių, kad jie galėtų įkvėpti jaunus žmones daryti teigiamą poveikį savo bendruomenėms ir jiems vadovauti.

Su jaunimu dirbantiems asmenims šis kursas padės patobulinti esminius projektų planavimo, propagavimo ir skaitmeninio dalyvavimo įgūdžius. Jis aprūpina juos strategijomis, padedančiomis jaunimui suprasti DVT, pritaikyti juos savo bendruomenėms ir imtis prasmingų veiksmų. Dėmesys praktinei veiklai ir realiam pritaikymui padeda su jaunimu dirbantiems asmenims pasaulinius tikslus paversti kasdieniniais, įgyvendinamais veiksmais, kurie susilaukia atgarsio tarp jaunų žmonių.

Tuo pačiu metu kursas ugdo svarbiausius jaunų žmonių įgūdžius, pavyzdžiui, lyderystės, problemų sprendimo ir kūrybiško advokataavimo. Jie skatinami priimti atsakomybę už socialines ir aplinkosaugos problemas, naudotis tokiomis priemonėmis kaip skaitmeninis pasakojimas ir socialinė žiniasklaida, kad sustiprintų savo nuomonę ir paskatintų pokyčius. Kursas skatina pedagogų ir jaunimo bendradarbiavimą, sukurdamas erdvę bendram mokymuisi ir inovacijoms.

Apibendrinant galima teigti, kad „YESDGs“ mokymo kursas yra labai svarbi priemonė pedagogams ir su jaunimu dirbantiems asmenims, suteikianti jiems žinių ir įgūdžių, padedančių jauniems žmonėms tapti aktyviais ir įsitraukusiais piliečiais.