Πρόγραμμα Κλάδου
Μεγάλων Οδηγών

ΚΑΝΕ ΝΤΟΥ!

ΕΝΑΣ ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ

ΝΙΩΣΕ. ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΟΥ.
ΟΡΓΑΝΩΣΕ. ΥΛΟΠΟΙΗΣΕ!

Όταν η πραγματικότητα σε καλεί, δεν μπορείς να μένεις στην αδράνεια. Πρώτα **νιώθεις**, αφήνεις την καρδιά σου να αφουγκραστεί όσα συμβαίνουν μέσα σου και γύρω σου. Έπειτα **τοποθετείσαι**, παίρνεις θέση, δείχνεις τι άτομο είσαι και τι υπερασπίζεσαι, για να το κάνεις πράξη. Δεν αρκεί όμως μόνο η στάση, χρειάζεται **οργάνωση**, σχέδιο και καθαρή σκέψη για να δώσεις δύναμη στην πράξη σου. Και τότε έρχεται η **υλοποίηση**: η στιγμή που οι ιδέες γίνονται δράση, που η παρουσία σου αποκτά αντίκτυπο.

Αυτό είναι το **Ν.Τ.Ο.Υ.**: δεν είναι απλώς μια κίνηση, αλλά **μια ολοκληρωμένη διαδικασία** που ξεκινά από το συναίσθημα και καταλήγει στην πράξη και την αλλαγή. Η αλληλεγγύη δεν μένει στα λόγια. Γίνεται **συνηγορία**, με **πράξεις που εμπνέουν**. Νιώθοντας την αδικία, μπορείς να πάρεις θέση με θάρρος, να οργανώσεις τις δυνάμεις σου και να υλοποιήσεις με αποφασιστικότητα. Τότε κάνεις πραγματικά **Ν.Τ.Ο.Υ.**!

Δεν μένει στη θεωρία, αλλά γίνεται ζωντανό παράδειγμα που παρασύρει και άλλα άτομα να ακολουθήσουν. Ήρθε η ώρα να σταματήσουμε να παρακολουθούμε απ' έξω.

Πάμε να κάνουμε Ν.Τ.Ο.Υ.
Νιώσε. Τοποθετήσου. Οργάνωσε. Υλοποίησε.

Μπορείς να αλλάξεις τον κόσμο!

NTOY!

ΠΟΥ απευθύνεται;



Ο **Οδηγός Συνηγορίας** απευθύνεται σε μια ή πολλές επιτροπές των **Ομάδων** και **Πληρωμάτων** (Μ.Ο./Ν.Ο. ή και Στελέχη).

ΠΟΙΟΣ είναι ο στόχος του Οδηγού Συνηγορίας;

Στόχος του Οδηγού Συνηγορίας είναι να **ενδυναμώσει** εσάς, τους Μεγάλους Οδηγούς και Ναυτοδηγούς και να σας **παρακινήσει** να διεκδικήσετε **δικαιώματα** και **αλλαγές** ώστε να επηρεάσετε θετικά την κοινότητά, δίνοντάς σας τα εργαλεία και τον τρόπο να το κάνετε. Δεν χρειάζεται να είμαστε πολλοί για να κάνουμε μια αλλαγή, δεν χρειάζεται να κάνουμε μεγάλες αλλαγές για ένα καλύτερο αύριο. **Αρκεί να το πιστέψουμε!**

ΠΩΣ να χρησιμοποιήσετε τον συγκεκριμένο Οδηγό Συνηγορίας;

Ο **Οδηγός Συνηγορίας** μπορεί να χρησιμοποιηθεί με πολλούς τρόπους, **ομαδικά** ή και **ατομικά** *(με μικρές παραλλαγές)*. Οι δραστηριότητες μπορούν να εκτυπωθούν ή να παρουσιαστούν με ήδη υπάρχοντα υλικά και ευφάνταστους τρόπους στην Ομάδα/Πλήρωμα, και μπορούν να τροποποιηθούν για να γίνουν και σε μικρότερες αριθμητικά ομάδες. Οι δραστηριότητες είναι ενδεικτικές και μπορείτε να δημιουργήσετε τις δικές σας. Σας προτείνουμε μετά από κάθε μέρος, ή στο τέλος κάθε συγκέντρωσης που ασχολείστε με τη **Συνηγορία**, να υλοποιείτε και μια δραστηριότητα αναστοχασμού από τις προτεινόμενες.

Ο Οδηγός Συνηγορίας έχει σχεδιαστεί για να εφαρμοστεί ως εξής:

1η Συγκέντρωση: Εισαγωγή
2η Συγκέντρωση: Μέρος 1ο και Μέρος 2ο
3η Συγκέντρωση: Μέρος 3ο
Επόμενες Συγκεντρώσεις: Μέρος 4ο

Παρ' όλα αυτά, εάν η Ομάδα αποφασίσει, μπορεί να συνδυάσει τα διαφορετικά μέρη για λιγότερες συγκεντρώσεις. Προτείνουμε οι συγκεντρώσεις να είναι κοντά χρονικά μεταξύ τους, όμως, δεν χρειάζεται να είναι συνεχόμενες. Είναι πολύ σημαντικό η Ομάδα να εξοικειωθεί με την εισαγωγή, δηλαδή με την έννοια της Συνηγορίας και τις μορφές της, πριν προχωρήσει στη δημιουργία μιας δικής της Συνηγορίας.

Θεωρία

Ό,τι χρειάζεται να γνωρίζετε σε κάθε ενότητα, μπορείτε να το παρουσιάσετε στην Ομάδα με όποιον τρόπο θέλετε!

Δραστηριότητα

Επιλέγετε τις δραστηριότητες που θέλετε να κάνετε με την Ομάδα σας (σε υποομάδες ή και ατομικά), τις προσαρμόζετε ή τις παραλλάζετε ανάλογα με το μέγεθος και τα ενδιαφέροντα της Ομάδας. Οι δραστηριότητες έχουν οδηγίες, υλικό και κάποιες ερωτήσεις για συζήτηση μετά από κάθε δραστηριότητα.

Ιδέες (Hints)

Ιδέες και μικρά κόλπα για να προσαρμόσετε τη συνηγορία σας και τις συγκεντρώσεις σας ή για να βελτιώσετε την εκστρατεία σας.

Αναστοχασμός (Reflection)

Μετά από κάθε συγκέντρωση συνηγορίας, καλό θα ήταν να ακολουθήσει μια δραστηριότητα αναστοχασμού.





ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στόχος Κεφαλαίου:

Με το τέλος της εισαγωγής να κατανοούμε τι είναι συνηγορία, πώς σχετίζεται με τον Οδηγισμό και πώς μπορούμε να την εξασκήσουμε μέσα από πρακτικά παραδείγματα και εργαλεία.

Τι είναι η Συνηγορία;

Η **Συνηγορία** είναι μια δραστηριότητα που υλοποιείται από ένα άτομο ή μια ομάδα και στοχεύει στην **επιρροή όσων βρίσκονται σε θέσεις λήψης αποφάσεων** ή στην υπεράσπιση ενός ζητήματος ή ενός σκοπού στον οποίο πιστεύουμε.

Χρησιμοποιούμε τη **δική μας φωνή**, τη **θέση** ή τη **δύναμή** μας για να ενισχύσουμε κάποιο άτομο που ίσως δεν μπορεί να ακουστεί από μόνο του.

! Η **Συνηγορία** δεν είναι κάτι αφηρημένο, είναι μια **στάση ζωής** όπου παίρνεις θέση υπέρ κάποιου άλλου.

! **Όλοι** έχουμε τη **δύναμη** και το δικαίωμα να επηρεάσουμε αποφάσεις που μας αφορούν. Όχι μόνο οι πολιτικοί.

! **Όλοι** μπορούμε να κάνουμε **Συνηγορία**, ειδικά νέοι ή και παιδιά. Όχι μόνο ειδικοί.

! Ξεκινήστε από μικρά πράγματα, αλλά τολμήστε **να ονειρευτείτε μεγάλα** και **οργανώστε** τα! Και οι μικρές ιδέες μπορεί να έχουν μεγάλο αντίκτυπο. **Συνηγορία είναι η επιλογή να μη μένετε στην αδράνεια.**

Συνηγορία και Κλάδος Μεγάλων Οδηγών

Στόχος του Κλάδου Μεγάλων Οδηγών είναι να συμβάλει στη διαπαιδαγώγηση των εφήβων, ώστε να εξελιχθούν σε ενεργά μέλη της κοινωνίας.

Ενεργό μέλος της κοινωνίας είναι κάθε άτομο που **συμμετέχει ενεργά** στη δημοκρατία και στην κοινωνία, **παίρνει θέση** με στόχο να φέρει την αλλαγή προς το καλύτερο και προωθεί αξίες όπως η δικαιοσύνη, η ισότητα και η αλληλεγγύη.

Εάν η ενεργή συμμετοχή στην κοινωνία είναι η ταυτότητα, τότε η συνηγορία είναι το **εργαλείο** ώστε αυτή η **ταυτότητα να γίνει πράξη**.

Συνηγορία και WAGGGS

Για την Παγκόσμια Οργάνωση Οδηγών (WAGGGS), συνηγορία σημαίνει: **Κινητοποιούμε τους ανθρώπους ώστε να λαμβάνουν αποφάσεις που θα βελτιώσουν τη ζωή μας και τη ζωή των άλλων.**

Η συνηγορία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην επίτευξη της αποστολής της, που είναι να διευκολύνει τους νέους και τις νέες να αλλάξουν τον κόσμο, με όραμα να δημιουργήσει έναν κόσμο όπου όλοι έχουν ίσες ευκαιρίες, τις στηρίζουν και αναλαμβάνουν δράση.

Η WAGGGS δίνει τη δυνατότητα στη νεολαία να συμμετέχει και να εκφράζει στα υψηλότερα παγκόσμια όργανα λήψης αποφάσεων. Παρέχει τις πρώτες ισχυρές εμπειρίες για έκφραση των απόψεών τους ώστε να διαμορφώσουν το μέλλον τους και της κοινότητάς τους.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.wagggs.org/en/what-we-do/girl-led-advocacy/

ΣΥΝΗΓΟΡΙΑ

ΕΙΝΑΙ

- **Μια έμπρακτη παρακίνηση ώστε να αλλάξει κάτι, μικρό ή μεγάλο.**
- **Μια διοργάνωση και ενεργή συμμετοχή σε δράση.**
- **Μια εκστρατεία με στόχο και συνεχές σχέδιο.**
- **Μια πράξη αλλαγής για πολλούς.**

ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ

- **Μια μεμονωμένη πράξη.**
- **Μια ενημέρωση.**
- **Μια φιλανθρωπία.**
- **Μια απλή συμμετοχή σε δράση άλλου.**
- **Για να λύσει ένα ζήτημα που απασχολεί μόνο εμένα.**
- **Απαραίτητο να λύσει όλο το ζήτημα!**

1 ΕΙΝΑΙ Η ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ?

Στόχος: Να εξοικειωθούμε με τις έννοιες της συνηγορίας.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτάκια με προτάσεις

1 Τα μέλη της Ομάδας παίρνουν ένα χαρτάκι με μια πρόταση. Μόλις το διαβάσουν, αποφασίζουν εάν είναι συνηγορία ή όχι.

- Ένα παιδί φτιάχνει μια ενημερωτική αφίσα για τα πλαστικά στη θάλασσα.
- Ένα παιδί φτιάχνει μια αφίσα που παρακινεί να μη χρησιμοποιούνται τα πλαστικά μιας χρήσης.
- Οι μαθητές μιας τάξης βοηθούν καθημερινά τον συμμαθητή τους με πατερίτσες να ανέβει στον τρίτο όροφο για μάθημα.
- Μια τάξη κλιμακώνει δράσεις διαμαρτυρίας ώστε να αλλάξουν τάξη, καθώς ο συμμαθητής τους με πατερίτσες δεν μπορεί να ανέβει στον τρίτο όροφο για μάθημα.
- Μια Ομάδα Μεγάλων Οδηγών μαζεύει χρήματα για μια οργάνωση που ασχολείται με το περιβάλλον.
- Μια Ομάδα Μεγάλων Οδηγών συνεργάζεται με μια οργάνωση που ασχολείται με το περιβάλλον ώστε να οργανώσουν μαζί μια εκστρατεία συλλογής υπογραφών για ένα περιβαλλοντικό θέμα.
- Η Ομάδα ετοιμάζει ένα γράμμα στο Τοπικό Συμβούλιο, ζητώντας την προσαρμογή της εστίας ώστε να είναι προσβάσιμη για έναν/μια Μ.Ο. σε αμαξίδιο.
- Η Ομάδα κάνει συγκεντρώσεις εκτός εστίας, γιατί ένας Μ.Ο. σε αμαξίδιο δεν μπορεί να μπει και να κινηθεί στην εστία.
- Ένα άτομο βοηθά ένα ηλικιωμένο συγγενικό πρόσωπο που νοσηλεύεται και δεν του παρέχεται η φροντίδα που χρειάζεται.
- Ένας άνθρωπος προβαίνει σε γραπτή καταγγελία κατά του νοσοκομείου στο οποίο νοσηλεύεται ηλικιωμένος συγγενής του, καθώς δεν του παρέχεται η ειδική φροντίδα που χρειάζεται και δικαιούται.
- Ένα Πλήρωμα Ναυτοδηγών συμμετέχει στην εκστρατεία 16 Ημέρες Ακτιβισμού ενάντια στην Έμφυλη Βία, ανεβάζοντας στο Instagram της Ομάδας του καθημερινά για 16 ημέρες δεδομένα για το θέμα, παρακινώντας άλλες ομάδες και άτομα να συμμετάσχουν.
- Ένα Πλήρωμα Ναυτοδηγών πραγματοποιεί συγκέντρωση ευαισθητοποίησης για την Έμφυλη Βία.

2 Μπορείτε να βρείτε τα σενάρια που σχετίζονται; Πώς διαφέρουν μεταξύ τους;

3 Ποιες τακτικές φέρνουν πιο ουσιαστική/μόνιμη αλλαγή: αυτές που είναι συνηγορία ή όσες δεν είναι;

2 ΚΡΥΠΤΟΛΕΞΟ

Στόχος: Εξοικείωση με ρήματα που αφορούν τη Συνηγορία.
Διάρκεια: 10 λεπτά
Υλικό: Κρυπτόλεξο, μαρκαδόροι

1 Βρες τις λέξεις που σημαίνουν:

- Προστατεύω δικαιώματα, αξίες, ανθρώπους
- Μιλώ υπέρ κάποιου, στηρίζω δημόσια
- Ζητώ ενεργά αυτό που μου ανήκει
- Στέκομαι δίπλα σε κάποιον ή σε μια ιδέα
- Στέκομαι απέναντι σε αδικία ή καταπίεση
- Φροντίζω να διατηρηθούν δικαιώματα και αξίες
- Συνεχίζω τον αγώνα χωρίς να υποχωρώ
- Παίρνω πρωτοβουλία για αλλαγή
- Γίνομαι φωνή για όσους δεν ακούγονται

Α	Π	Ω	Γ	Χ	Θ	Ψ	Π	Τ	Ν	Μ	Χ	Α	Ρ	Ε	Β	Υ
Π	Ν	Σ	Ω	Ε	Σ	Ζ	Ι	Η	Φ	Ε	Ρ	Ε	Α	Ι	Η	Σ
Α	Φ	Τ	Δ	Ι	Ε	Κ	Δ	Ι	Κ	Ω	Ε	Ω	Ζ	Δ	Ε	Ο
Ν	Ο	Ε	Ι	Ρ	Ο	Π	Ε	Ρ	Ρ	Ε	Π	Ν	Β	Σ	Σ	Θ
Α	Σ	Κ	Γ	Τ	Ω	Α	Ι	Ν	Ω	Φ	Ι	Α	Ρ	Σ	Η	Υ
Κ	Υ	Π	Ε	Ρ	Α	Σ	Π	Ι	Ζ	Ο	Μ	Α	Ι	Π	Ο	Π
Α	Ν	Ρ	Α	Φ	Η	Σ	Α	Β	Τ	Ι	Ε	Λ	Κ	Ε	Ν	Ο
Σ	Η	Ο	Ι	Β	Μ	Υ	Σ	Ο	Ψ	Ω	Ν	Ψ	Α	Ρ	Τ	Σ
Δ	Γ	Σ	Ψ	Ε	Σ	Σ	Δ	Ο	Ε	Ρ	Ω	Ζ	Δ	Τ	Υ	Τ
Ω	Ο	Ω	Α	Ρ	Γ	Ω	Υ	Σ	Μ	Α	Ζ	Χ	Ψ	Ω	Β	Η
Ζ	Ρ	Π	Σ	Ε	Η	Σ	Δ	Γ	Μ	Α	Ν	Η	Τ	Υ	Θ	Ρ
Α	Ω	Ω	Σ	Δ	Π	Ρ	Ο	Α	Σ	Π	Ι	Ζ	Ο	Μ	Α	Ι
Ρ	Α	Σ	Ω	Β	Ε	Ζ	Β	Τ	Υ	Ν	Β	Ω	Χ	Σ	Α	Ζ
Ι	Φ	Η	Γ	Τ	Η	Ξ	Κ	Λ	Π	Ο	Ι	Θ	Υ	Ρ	Ι	Ω

Η δραστηριότητα μπορεί να γίνει ατομικά ή σε ένα μεγάλο κρυπτόλεξο με όλα τα μέλη της Ομάδας μαζί!

3 MEMORY GAME
ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΜΝΗΜΗΣ

Στόχος: Να εξοικειωθούμε με λέξεις και έννοιες.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά
Υλικά: Κάρτες με λέξεις και ερμηνείες

1 Ανακατεύουμε τις κάρτες μεταξύ τους.

2 Όλες οι κάρτες τοποθετούνται ανάποδα ώστε να μην φαίνονται οι λέξεις και οι σημασίες τους.

3 Τα μέλη της Ομάδας γυρίζουν εναλλάξ δύο κάρτες. Αν η λέξη ταιριάζει με τη σημασία, κρατούν το ζευγάρι. Αν όχι, τις γυρίζουν ξανά ανάποδα και συνεχίζει το επόμενο μέλος.

4 Μόλις ολοκληρώσουμε, διαβάζουμε ξανά τις κάρτες και τη σημασία τους.

Διαβούλευση (consultation)	***Συμμετοχικότητα (participation)***	***Λογοδοσία (accountability)***	***Υπεράσπιση (defence/ protection)***	***Εκπροσώπηση (representation)***	***Κοινωνική δικαιοσύνη (social justice)***
Δίκτυα συνηγορίας (advocacy networks)	***Εκστρατεία ευαισθητοποίησης (awareness campaign)***	***Πολιτική πίεση (policy lobbying)***	***Δικαιώματα του ανθρώπου (human rights)***	***Διαμεσολάβηση (mediation)***	***Ενδυνάμωση (empowerment)***
Αλληλεγγύη (solidarity)	*η προστασία δικαιωμάτων ή συμφερόντων*	*η διαδικασία να δίνεις φωνή σε άλλους*	*συμμετοχή πολιτών στη λήψη αποφάσεων*	*εργαλείο για επίλυση συγκρούσεων*	*η διαδικασία να αποκτούν οι άνθρωποι δύναμη και φωνή*
θεμελιώδη πλαίσιο υπεράσπισης	*δράση για ενημέρωση και κινητοποίηση*	*ενεργός εμπλοκή σε κοινωνικές ή πολιτικές διαδικασίες*	*απαίτηση για διαφάνεια και υπευθυνότητα*	*ομάδες που συνεργάζονται για κοινό σκοπό*	*συλλογική στήριξη και ενότητα*
οργανωμένη προσπάθεια επηρεασμού πολιτικών αποφάσεων	*βασικός στόχος συνηγορίας*				

ΕΙΔΗ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ

Αυτοϋπεράσπιση: Αναφέρεται στην υπεράσπιση του εαυτού ενός ατόμου, όπως η υπεράσπιση των δικών του δικαιωμάτων και αναγκών.

Ατομική συνηγορία: Περιλαμβάνει την υπεράσπιση ενός ατόμου ή μιας μικρής ομάδας ανθρώπων, όπως η παροχή βοήθειας για την πρόσβαση σε υπηρεσίες ή πόρους που χρειάζονται.

Συστημική συνηγορία: Επικεντρώνεται στην αλλαγή πολιτικών, νόμων ή συστημάτων που επηρεάζουν μεγαλύτερες ομάδες ανθρώπων. Επιδιώκει να αντιμετωπίσει τις βαθύτερες αιτίες ενός προβλήματος, αντί να αντιμετωπίσει απλώς τα συμπτώματα.

Νομική συνηγορία/υπεράσπιση: Χρήση νομικών μέσων για την απονομή δικαιοσύνης ή την κατοχύρωση δικαιωμάτων, όπως μέσω του δικαστικού συστήματος ή διοικητικών διαδικασιών.

Συνηγορία από τη βάση: Η κινητοποίηση ανθρώπων σε επίπεδο κοινότητας για την επίτευξη αλλαγής, όπως μέσω της οργάνωσης διαμαρτυριών ή εκστρατειών σύνταξης επιστολών και άλλων μέσων.



ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ

Ατομικά

- Σύνταξη επιστολής ή email σε φορείς, δήμο, υπουργεία για κοινωνικά ζητήματα.
- Καταγγελία σε αρμόδιες αρχές για κακοδιοίκηση ή κακοδιαχείριση.
- Δημόσια τοποθέτηση για ένα ζήτημα.
- Χρήση κοινωνικών δικτύων για ανάδειξη ενός ζητήματος.

Συλλογικά

- Οργάνωση ή συμμετοχή σε εκστρατείες ενημέρωσης (π.χ. αφίσες, video, παρουσιάσεις).
- Οργάνωση ή συμμετοχή σε διαδηλώσεις, πορείες ή ειρηνικές συγκεντρώσεις.
- Δημιουργία ομάδας που να υποστηρίζει συγκεκριμένες αξίες (π.χ. ισότητα, περιβάλλον).
- Συλλογή υπογραφών για μια κοινωνική αλλαγή ή βελτίωση υπηρεσιών.

Στην κοινότητα

- Πρόταση δράσεων που θα φέρουν μια αλλαγή.
- Οργάνωση εκδηλώσεων ή δρώμενων που προβάλλουν κοινωνικά ζητήματα.

Στο διαδίκτυο

- Δημιουργία ενημερωτικού blog, podcast ή video για κοινωνικά ζητήματα.
- Διαμοιρασμός αξιόπιστων πληροφοριών για την αντίκρουση της παραπληροφόρησης.
- Συμμετοχή σε online εκστρατείες ή χρήση hashtags που προωθούν θετικές αλλαγές.

4 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Στόχος: Να εξοικειωθούμε με πραγματικά παραδείγματα συνηγοριών.
Διάρκεια: 40 λεπτά
Υλικά: Συνηγορίες (ηλεκτρονικά ή εκτυπωμένες)

1. **Διαλέγουμε ορισμένα παραδείγματα συνηγοριών είτε από τη λίστα στις σελίδες 81–93 είτε διαλέγουμε δικά μας, και τα παρουσιάζουμε στην Ομάδα.**

2. **Αφήνουμε κάθε μέλος της Ομάδας να διαβάσει, να δει το video ή να ψάξει σχετικά με το ζήτημα της συνηγορίας.**

Επιπλέον: Επισκεφθείτε την παρακάτω ιστοσελίδα με παιδιά και νέους που κάνουν συνηγορία! https://www.voicesofyouth.org

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Ποιες στρατηγικές ή ενέργειες από αυτές τις εκστρατείες σας εμπνέουν περισσότερο;
- Θα μπορούσαμε να τις εφαρμόσουμε στη δική μας ζωή ή κοινότητα;
- Ποιες προκαταλήψεις ή εμπόδια αντιμετώπισαν οι εκστρατείες;
- Πώς μπορούμε να μετατρέψουμε τη γνώση από αυτές τις εκστρατείες στην πράξη, ώστε να συμβάλλουμε κι εμείς σε μια αλλαγή – μικρή ή μεγάλη;

ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ
REFLECTION TIME

3	*Τρία πράγματα που έμαθες*
2	*Δύο πράγματα που βρήκες ενδιαφέροντα*
1	*Μια ερώτηση που έχεις*

Σημείωσε τα...

Μέρος 1ο

IV

ΝΙΩΣΕ

Διάλεξε τουλάχιστον 2 δραστηριότητες από αυτή την ενότητα.

Στόχος Κεφαλαίου:

Με το τέλος του κεφαλαίου, να μπορούμε να αναγνωρίζουμε τις ανάγκες, τις αξίες και τα συναισθήματά μας και να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε τον ρόλο μας στις αλλαγές γύρω μας.

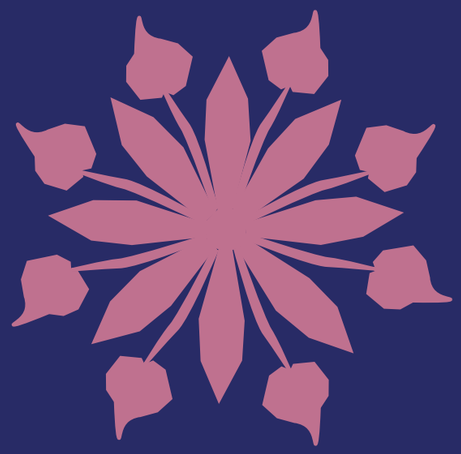
1 ΤΟ ΛΟΥΛΟΥΔΙ

Στόχος: Να αναγνωρίσουμε τις βασικές μας ανάγκες και να τις συνδέσουμε με τα ανθρώπινα δικαιώματα.
Διάρκεια: 10–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά, μαρκαδόροι, υλικά στολισμού

Εισαγωγή Δραστηριότητας

Κάθε άτομο, για να νιώσει ολοκληρωμένο, χρειάζεται να καλύψει ορισμένες βασικές ανάγκες. Για τη βασική επιβίωσή του, για παράδειγμα, χρειάζεται τροφή, νερό, ύπνο και αέρα. Χρειάζεται επίσης καλή υγεία, προσωπική και οικονομική ασφάλεια, καθώς και αγάπη και την αίσθηση του ανήκειν: φιλία, οικειότητα και μια οικογένεια. Τέλος, χρειάζεται να νιώθει αποδεκτό και ότι το εκτιμούν, καθώς και να αισθάνεται προσωπικά ολοκληρωμένο.

1 Κάθε μέλος της Ομάδας σχεδιάζει ένα λουλούδι με 8 πέταλα. Κάθε πέταλο αντιπροσωπεύει μία από τις παρακάτω έννοιες, και έχει διαφορετικό μέγεθος ανάλογα με τη σημασία που του δίνουμε στη ζωή μας:



Βασικές ανάγκες
Προσωπική ασφάλεια
Οικονομική ασφάλεια
Υγεία
Φιλία
Οικογένεια
Εκτίμηση
Αίσθηση ολοκλήρωσης

2 Δίνουμε λίγο χρόνο να ζωγραφίσουμε το λουλούδι μας, κάνοντάς το ακόμα πιο μοναδικό.

3 Σκεφτόμαστε τις συνθήκες που χρειαζόμαστε για να υπάρχουν τα παραπάνω. Ζωγραφίζουμε φύλλα γύρω από το λουλούδι μας και γράφουμε μέσα τις συνθήκες.

4 Μόλις ολοκληρώσουμε, τοποθετούμε όλα τα λουλούδια μας μαζί, σε έναν τοίχο ή τραπέζι.

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Πώς συνδέονται τα ανθρώπινα δικαιώματα με τα λουλούδια και τα φύλλα τους;
- Είναι σημαντικά τα ανθρώπινα δικαιώματα; Γιατί;



2 ΑΞΙΕΣ

Στόχος: Να ανακαλύψουμε τις αξίες που μας καθορίζουν, πώς επηρεάζουν τη συμπεριφορά μας και τι σημαίνει να ζούμε σύμφωνα με αυτές.
Διάρκεια: 10–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτί με αξίες, μαρκαδόροι/στυλό, χαρτιά με πίνακα 3x3

1 Κάθε μέλος της Ομάδας διαλέγει έως 10 αξίες από τις παρακάτω, οι οποίες αντανακλούν το ποιο είναι και όχι αυτό που θέλει ή θα ήθελε να γίνει.

ΣΧΕΣΕΙΣ/ ΚΟΙΝΩΝΙΑ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΟ ΚΑΛΟ	ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΑΞΙΕΣ	ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ	ΖΩΗ ΚΑΙ ΕΥΗΜΕΡΙΑ
Αγάπη	Αυτογνωσία	Υπευθυνότητα	Ευγνωμοσύνη	Υπεροχή (προσπάθεια για το καλύτερο)	Υγεία
Φιλία/ Αδελφοσύνη	Αυτοπειθαρχία	Ισότητα	Ταπεινότητα	Καινοτομία	Χαρά
Εμπιστοσύνη	Περιέργεια	Ελευθερία	Ελπίδα	Εργατικότητα	Ισορροπία
Σεβασμός	Δημιουργικό-τητα	Ειρήνη	Πίστη (σε ιδανικά ή θρησκεία)	Υπομονή	Ομορφιά
Συνεργασία	Συνεχής μάθηση	Αειφορία	Γαλήνη	Επίτευξη στόχων	Ευημερία
Αλληλεγγύη	Σοφία	Προσφορά	Αλήθεια	Επιμονή	Ζωντάνια
Ενσυναίσθηση	Ανθεκτικότητα	Ανθρωπισμός	Απλότητα	Περηφάνεια για έργο	Ελευθερία έκφρασης
Δικαιοσύνη	Θάρρος	Δικαιώματα	Συγχώρεση	Ηγεσία μέσα από την πράξη	Αγάπη για τη φύση
Ευγένεια	Ενδυνάμωση	Ακεραιότητα	Ακεραιότητα	Αναγνώριση	Χιούμορ/ Διάθεση
Ειλικρίνεια	Επάρκεια	Δικαιοσύνη	Υπομονή	Αριστεία	Πλούτος

Μπορούμε να εκτυπώσουμε τη λίστα, να την αντιγράψουμε σε χαρτιά ή σε έναν μεγάλο πίνακα και οι συμμετέχοντες να την επεξεργάζονται ατομικά, γράφοντας σε ένα χαρτί τις αξίες που διάλεξαν!

2 Μόλις διαλέξουμε όλοι, συζητάμε ανά ζευγάρι για τις αξίες που διαλέξαμε και πώς επηρεάζουν την καθημερινή μας ζωή.

3 Στη συνέχεια, ατομικά διαλέγουμε τις 3 που θεωρούμε πιο σημαντικές για εμάς, και συμπληρώνουμε τι πιστεύουμε για καθεμία από αυτές και ποια συμπεριφορά επιδεικνύει. Μπορεί να αποτυπωθεί στο παρακάτω σχέδιο:

Οι 3 βασικές μου αξίες	Τα πιστεύω μου σε σχέση με αυτές τις αξίες	Οι συμπεριφορές που επιδεικνύω σε σχέση με τις αξίες

4 Επιστρέφουμε στο ζευγάρι μας και συζητάμε για τις αξίες που διαλέξαμε.

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Τι συνέβη κατά τη διάρκεια της εμπειρίας; Πώς αισθανθήκατε και ποιες ήταν οι αντιδράσεις σας;
- Τι συμπεράσματα ή διαπιστώσεις μπορείτε να βγάλετε από την εμπειρία;
- Ποιες ενέργειες μπορείτε να κάνετε με βάση όσα μάθατε;

Παράδειγμα

Αλληλεγγύη	Πιστεύω ότι οι άνθρωποι είναι πιο δυνατοί όταν συνεργάζονται, η ευημερία του συνόλου επηρεάζει και τη δική μου, είναι σημαντικό να βοηθάμε όσους έχουν ανάγκη όταν μπορούμε.	Δείχνω κατανόηση στις δυσκολίες των άλλων και προσπαθώ να μπω στη θέση τους, προσφέρω βοήθεια χωρίς να περιμένω αντάλλαγμα, συνεργάζομαι για το κοινό καλό.

3 Η ΣΚΑΛΑ

Στόχος: Να νιώσουμε πού βρισκόμαστε ως προς τη συμμετοχή, να δούμε εμπόδια και δυνατότητες.
Διάρκεια: 30–40 λεπτά
Υλικά: Σκάλα με 8 σκαλοπάτια, πολύχρωμα χαρτάκια, μαρκαδόροι

Εισαγωγή Δραστηριότητας

Το 1992 ο κοινωνιολόγος Roger Hart ανέπτυξε το μοντέλο της σκάλας συμμετοχής, για να δείξει πώς τα παιδιά μπορούν να εμπλέκονται σε δράσεις που επηρεάζουν την κοινότητά τους.

Συμμετοχή

Σκαλοπάτι 1:
Πρωτοβουλία νέων, κοινή λήψη αποφάσεων νέων/ενηλίκων.
Σκαλοπάτι 2:
Οι νέοι ηγούνται και αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες.
Σκαλοπάτι 3:
Κοινή λήψη αποφάσεων με πρωτοβουλία ενηλίκων.
Σκαλοπάτι 4:
Οι ενήλικοι συμβουλεύονται τους νέους και τους ενημερώνουν.
Σκαλοπάτι 5:
Οι ενήλικοι αναθέτουν ευθύνες στους νέους.
Οι νέοι ενημερώνονται και εκφράζουν άποψη.

Μη Συμμετοχή

Σκαλοπάτι 6:
Οι νέοι χρησιμοποιούνται προσχηματικά (ως σύμβολα).
Σκαλοπάτι 7:
Οι νέοι χρησιμοποιούνται ως διακοσμητικά.
Σκαλοπάτι 8:
Οι νέοι χειραγωγούνται.



1 **Δείχνουμε τη Σκάλα της Συμμετοχής. Κάθε μέλος της Ομάδας ξεχωριστά προσπαθεί να βρει τουλάχιστον 1 παράδειγμα από κάθε σκαλοπάτι συμμετοχής στην καθημερινότητά του (σπίτι, σχολείο, εξωσχολικές δραστηριότητες, οικογένεια, φίλοι κ.λπ.).**

2 **Ανά 3–4 άτομα, συζητάμε για πιθανά εμπόδια και βοηθητικούς παράγοντες που βρίσκουν οι νέοι για την άνοδο της σκάλας συμμετοχής. Τα γράφουμε σε χαρτάκια (διαφορετικό χρώμα για το καθένα) και τα κολλάμε στον τοίχο σε ξεχωριστά σημεία.**

3 **Μόλις μαζέψουμε όλα τα χαρτάκια, συζητάμε το καθένα ξεχωριστά και αποφασίζουμε ως Ομάδα εάν μπορούμε να ελέγξουμε (ή θα μπορούσαμε να ελέγξουμε) αυτόν τον παράγοντα ή όχι. Έτσι θα δημιουργήσουμε 2 υποκατηγορίες/στήλες.**

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Πώς σας κάνει να νιώθετε η απουσία συμμετοχής σε ορισμένες καταστάσεις;
- Πιστεύετε ότι είναι εύκολο να αλλάξουν;

Μπορεί η Ομάδα να ετοιμάσει σενάρια με βάση τα σκαλοπάτια, ώστε κάθε άτομο να δουλέψει ένα συγκεκριμένο παράδειγμα.

4 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Στόχος: Να συνειδητοποιήσουμε ποιοι παίρνουν αποφάσεις, πώς αυτές μας επηρεάζουν και να σχεδιάσουμε το μέλλον μας.
Διάρκεια: 40 λεπτά
Υλικά: Μαρκαδόροι, χαρτιά, μολύβια, χαρτόνια, washi tape, περιοδικά, αυτοκόλλητα, κ.λπ.

Εισαγωγή Δραστηριότητας

Σκεφτείτε πώς ήταν οι χώροι γύρω σας όταν ήσασταν μικρότεροι: τα σπίτια σας, οι δρόμοι της γειτονιάς σας, οι εστίες. Πώς αυτά έχουν αλλάξει από τότε; Έχουν εμφανιστεί νέα κτίρια, όπως εμπορικά κέντρα, οικιστικά συγκροτήματα, δρόμοι, παιδικές χαρές ή ποδηλατόδρομοι;

1 Συζητάμε όλοι μαζί:

- Γιατί έγιναν αυτές αλλαγές γύρω μας, και πώς νιώθουμε για αυτές; Από πού ήρθαν οι αποφάσεις για το τι πρέπει να ανανεωθεί και πώς πρέπει να γίνει;
- Επιλέγουμε ένα ή δύο παραδείγματα που αναφέρθηκαν: Υπήρχαν άτομα που ωφελήθηκαν από αυτές τις αλλαγές και με ποιον τρόπο; Τι θα κάνατε εσείς αν βρισκόσασταν στη θέση εκείνων που έπαιρναν τις αποφάσεις;
- Τα άτομα σε θέση εξουσίας επηρεάζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα μέσα από τη λήψη αποφάσεων; Πώς;
- Θα είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα πιο ή λιγότερο σημαντικά για όσους λαμβάνουν αποφάσεις στο μέλλον; Γιατί;

Για να ενισχύσουμε την έννοια της αλλαγής, μπορούμε να δείξουμε παλιές φωτογραφίες για το πώς έμοιαζε η τοπική περιοχή πριν από δέκα ή είκοσι χρόνια. Μπορούμε επίσης να τους ζητήσουμε να σκεφτούν παγκόσμιες αλλαγές. Για παράδειγμα, να σκεφτούν ότι πριν από τριάντα χρόνια το διαδίκτυο ήταν κάτι που συναντούσε κανείς μόνο σε επιστημονική φαντασία, αλλά σε λίγα χρόνια θα υπάρχουν συνδέσεις στο διαδίκτυο σε κάθε σχολείο και βιβλιοθήκη στον κόσμο.

2 Χωριζόμαστε σε ομάδες των δύο ή τριών ατόμων και με υλικά που έχουμε στην εστία, κάνουμε ένα πρόχειρο σχέδιο ή σκίτσο για την ιδανική γειτονιά/πόλη του μέλλοντος. Έχουμε πλήρη ελευθερία στο σχέδιό μας (ο ουρανός είναι το μόνο όριο!).

Αν δεν είμαστε σίγουροι για το πώς μπορεί να είναι η μελλοντική πόλη, μπορούμε να αναρωτηθούμε:

- *Ποια είναι τα άτομα που θα ζουν εδώ; Άνθρωποι που γεννήθηκαν εδώ ή όχι;*
- *Τι ηλικίες θα έχουν;*
- *Θα ζουν σε οικογένειες;*
- *Πώς θα είναι η καθημερινή τους ζωή; Από πού θα αγοράζουν φαγητό;*
- *Πώς θα μετακινούνται;*
- *Τι είδους υπηρεσίες πρόνοιας, όπως νοσοκομεία, κ.λπ., θα χρειάζονται;*
- *Πώς θα είναι τα σχολεία τους;*
- *Πώς θα ταξιδεύουν;*
- *Πώς θα είναι τα σπίτια τους;*
- *Πώς θα είναι η κοινωνική τους ζωή; Τι θα κάνουν στον ελεύθερο χρόνο τους;*
- *Θα έχουν κατοικίδια;*
- *Τι είδους δουλειές θα κάνουν;*
- *Τι νέες τεχνολογικές εξελίξεις μπορεί να υπάρχουν;*
- *Τι θα συμβαίνει με το περιβάλλον; Με το φυσικό τοπίο;*

3 Όταν κάθε Ομάδα συμφωνήσει στο προσχέδιο, το μεταφέρουμε σε ένα μεγάλο φύλλο χαρτιού και το ολοκληρώνουμε με μπογιές και διάφορα υλικά (π.χ. κολλάζ από περιοδικά, αυτοκόλλητα, washi tape κ.λπ.).

4 Όταν ολοκληρωθεί το έργο, ζητάμε από κάθε Ομάδα με τη σειρά της να παρουσιάσει το σχέδιό της, να εξηγήσει από πού πήρε τις ιδέες της, πώς το ανέπτυξε και πώς θα ένιωθε αν ζούσε εκεί. Δώστε χρόνο για σύντομες ερωτήσεις και απαντήσεις μετά από κάθε παρουσίαση, αλλά αφήνουμε τη γενική συζήτηση για το στάδιο της ανατροφοδότησης.

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Πώς συνεργάστηκε η Ομάδα μεταξύ της;
- Νιώσατε ότι μπορείτε όλοι να συμμετέχετε και να συμβάλετε στο έργο;
- Πώς νιώσατε όταν λάβατε ανατροφοδότηση για τα σχέδιά σας;
- Θα ήσασταν διατεθειμένοι να συμβιβάσετε ορισμένα ιδανικά σας για να σχεδιάσετε ένα ομαδικό σχέδιο που θα κάλυπτε τις ανάγκες και τις φιλοδοξίες όλων;
- Σας άρεσε το συναίσθημα του να είστε «αρχιτέκτονες του μέλλοντός σας»; Πιστεύετε ότι αυτά τα σχέδια θα μπορούσαν πραγματικά να επιτευχθούν; Γιατί ή γιατί όχι;
- Πιστεύετε ότι οι ενήλικες θα ήταν διατεθειμένοι να συζητήσουν για τα σχέδιά σας; Γιατί ή γιατί όχι;
- Ποιες ευκαιρίες έχουν γενικά οι νέοι για να επηρεάσουν τις δημοκρατικές διαδικασίες που καθορίζουν τη ζωή και το μέλλον τους;

ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ
REFLECTION TIME

Ποιο άτομο έχει τη δύναμη; Σκέψου στρατηγικά, όχι συναισθηματικά!

Βρες κάτι που σε προβλημάτισε από τα παραπάνω και σκέψου:

Ποιο άτομο έχει τη δύναμη να αλλάξει το ζήτημα;
Ποιο άτομο επηρεάζεται εάν δεν αλλάξει κάτι;
Ποιο άτομο μπορεί να συμφωνεί ήδη μαζί μου;
Ποιο άτομο μπορεί να διαφωνεί και γιατί;

Σημείωσε τα...

1

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΟΥ

Διάλεξε τουλάχιστον 2 δραστηριότητες από αυτή την ενότητα.

Στόχος Κεφαλαίου:

Με το τέλος του κεφαλαίου να αναγνωρίσουμε τις ανάγκες, αξίες και τα συναισθήματά μας απέναντι σε διάφορα ζητήματα και να αρχίσουμε να σκεφτόμαστε το ρόλο μας στις αλλαγές γύρω μας.

1

ΜΕ ΝΟΙΑΖΕΙ, ΜΕ ΑΦΟΡΑ

Στόχος: Να αναγνωρίσουμε την προσωπική μας στάση σε σχέση με διάφορα ζητήματα.
Διάρκεια: 10–40 λεπτά
Υλικά: Δηλώσεις, πλέγμα

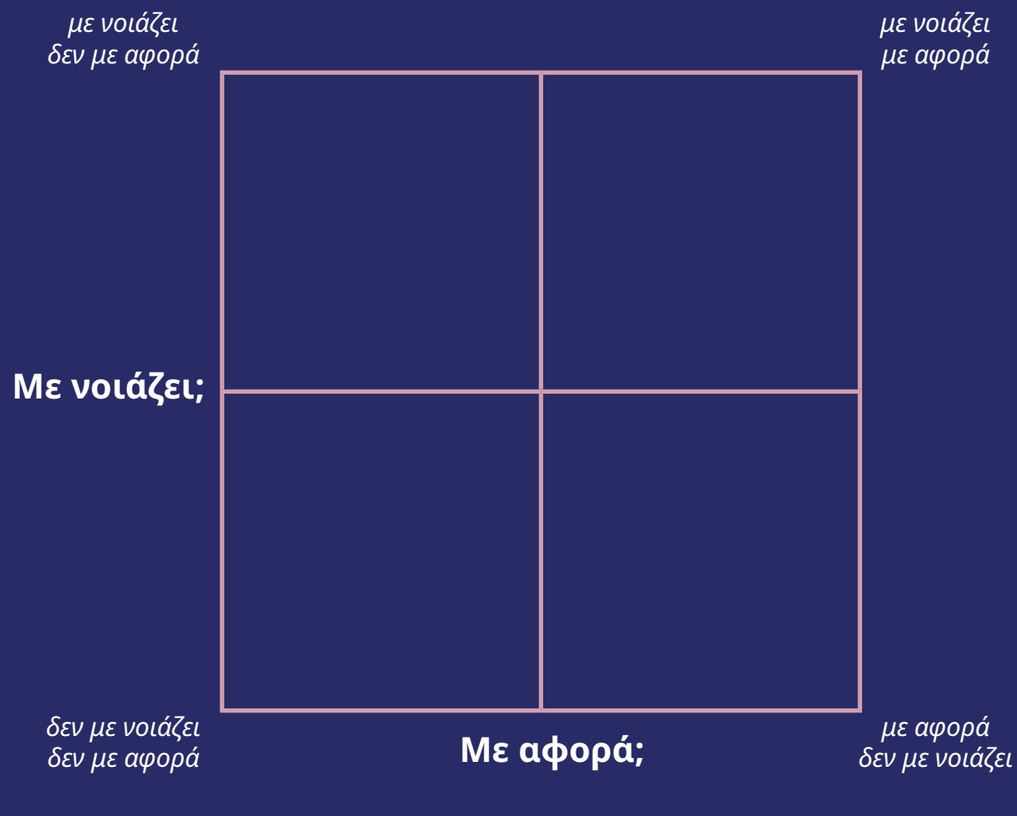
1 **Διαβάζουμε δυνατά στην Ομάδα τις παρακάτω δηλώσεις.**

2 **Κάθε μέλος της Ομάδας δηλώνει κατά πόσο το νοιάζει ή το αφορά το θέμα της κάθε δήλωσης, σύμφωνα με τον παρακάτω άξονα.**

Δηλώσεις: Με νοιάζει ή με αφορά

- Η πρόσβαση όλων σε υπηρεσίες υγείας
- Η ψυχική υγεία
- Η ελευθερία έκφρασης
- Η ειρήνη
- Η δικαιοσύνη
- Η ισότητα φύλων και τα ζητήματα φύλου
- Η αποδοχή της διαφορετικότητας (εθνικής, πολιτισμικής, θρησκευτικής, σεξουαλικής)
- Ο σεβασμός στην ταυτότητα φύλου
- Η φτώχεια και οι κοινωνικές ανισότητες
- Η πρόσβαση στην εκπαίδευση
- Η συμπερίληψη των ατόμων με αναπηρία/νευροδιαφορετικότητες
- Η βία και ο εκφοβισμός (bullying)
- Η κλιματική αλλαγή
- Η προστασία της φύσης και του περιβάλλοντος
- Η υπερκατανάλωση και η διαχείριση των απορριμμάτων
- Η ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο
- Η εξάρτηση από την τεχνολογία
- Η έλλειψη στέγης
- Η πρόσβαση όλων σε καθαρό νερό και τροφή
- Η ανεργία των νέων
- Η συμμετοχή των νέων στα κέντρα λήψης αποφάσεων
- Η ισότητα ευκαιριών στην εργασία
- Οι πόλεμοι και οι συγκρούσεις σε άλλες χώρες
- Η Τεχνητή Νοημοσύνη (A.I.)

Η δραστηριότητα μπορεί να γίνει ατομικά σε χαρτί, ώστε κάθε άτομο να δει πού βρίσκεται, ή ομαδικά για να δει η Ομάδα πού βρίσκεται σε σχέση με αυτά τα ζητήματα, είτε σε μεγάλα χαρτιά ή με χωρισμό της εστίας σε 4 μέρη, βάση του άξονα. Μπορούμε να προσθέσουμε ελεύθερα θέματα ή να συνδυάσουμε κατηγορίες.



3 **Μετά την τοποθέτηση κάθε μέλους σε ένα σημείο, μπορεί να γίνει μια μικρή συζήτηση σχετικά με τον λόγο που τοποθετείται εκεί.**

Εάν θέλουμε να το πάμε ακόμα παρακάτω, μπορούν τα μέλη της Ομάδας, εφόσον έχουν πειστεί από την αιτιολόγηση κάποιου άλλου μέλους, να αλλάξουν γνώμη και τοποθέτηση μέσα στα 4 τετράγωνα (Moving Debate)!

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Υπήρχε κάποια δήλωση που σας δυσκόλεψε ιδιαίτερα;
- Πώς νιώσατε όταν τοποθετηθήκατε σε αυτή;
- Υπήρξε σημείο που δυσκολευτήκατε να στηρίξετε τη θέση σας;
- Πώς συνδέονται αυτές οι δηλώσεις με την καθημερινή ζωή σας ή με κοινωνικά ζητήματα;

2 ΜΟΝΟ 1 ΛΕΠΤΟ

Στόχος: Να σκεφτούμε επιχειρήματα και να μπορούμε να τα εκφράσουμε δημόσια για διάφορα ζητήματα.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά, αναλόγως το μέγεθος της Ομάδας
Υλικά: Καπέλο, χαρτάκια με δηλώσεις

1. **Τα μέλη της Ομάδας κάθονται σε έναν κύκλο.**

2. **Το καπέλο, γεμάτο με χαρτάκια με τις παρακάτω δηλώσεις, περνά χέρι χέρι και κάθε μέλος της Ομάδας τραβάει από ένα χαρτί με μια δήλωση.**

3. **Δίνουμε 5 λεπτά στους συμμετέχοντες να προετοιμαστούν ώστε να μιλήσουν για 1 λεπτό σχετικά με τη δήλωση.**

Δηλώσεις

- Η ελευθερία της έκφρασης είναι θεμέλιο της δημοκρατίας.
- Η ισότητα των φύλων πρέπει να εφαρμόζεται σε κάθε πτυχή της κοινωνίας.
- Η πρόσβαση στην εκπαίδευση είναι ανθρώπινο δικαίωμα.
- Ο ρατσισμός παραβιάζει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια.
- Η ελευθερία στην επιλογή και άσκηση θρησκείας είναι δικαίωμα όλων.
- Το δικαίωμα στην ελεύθερη και δωρεάν πρόσβαση σε υπηρεσίες παροχής υγείας είναι καθολικό.
- Η φτώχεια είναι παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Η ελευθερία του Τύπου είναι απαραίτητη για μια ελεύθερη κοινωνία.
- Η βία κατά των γυναικών είναι παραβίαση ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Η πρόσβαση σε καθαρό νερό είναι θεμελιώδες δικαίωμα.
- Η ελευθερία του συνέρχεσθαι είναι βασικό ανθρώπινο δικαίωμα.
- Η θανατική ποινή παραβιάζει το δικαίωμα στη ζωή.
- Η ελευθερία της σκέψης και της συνείδησης είναι απαραβίαστη.
- Η προστασία των παιδιών από εκμετάλλευση είναι καθήκον όλων.
- Η ελευθερία μετακίνησης είναι ανθρώπινο δικαίωμα.
- Η πρόσβαση στην εργασία χωρίς διακρίσεις είναι δικαίωμα όλων.
- Η ελευθερία του λόγου δεν πρέπει να περιορίζεται από φόβο.
- Η προστασία του περιβάλλοντος συνδέεται με τα ανθρώπινα δικαιώματα.
- Η ελευθερία στην τέχνη και τον πολιτισμό είναι δικαίωμα.
- Η ισότητα στην πολιτική συμμετοχή (εκλέγειν και εκλέγεσθαι) είναι απαραίτητη για τη δημοκρατία.
- Οποιαδήποτε μορφή βασανιστηρίου στερείται κάθε δικαιολογίας.
- Η αλληλεγγύη μεταξύ λαών είναι έκφραση σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Ήταν δύσκολο να μιλήσετε αδιάκοπα για 1 λεπτό;
- Ποια ζητήματα ήταν τα πιο απαιτητικά και γιατί;
- Ποια δήλωση ήταν η πιο αμφιλεγόμενη;
- Ποιο ήταν το πιο απροσδόκητο στοιχείο που ακούσατε;
- Ποια ανθρώπινα δικαιώματα εμπλέκονταν σε κάθε δήλωση;

3

Η ΛΥΣΗ

Στόχος: Να αναπτύξουμε δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων για διάφορα ζητήματα.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά, αναλόγως το μέγεθος της Ομάδας
Υλικά: Χαρτιά, μαρκαδόροι

1 **Κάθε μέλος της Ομάδας γράφει σε ένα χαρτί ένα πρόβλημα που το απασχολεί και δεν μπορεί να βρει λύση.**

2 **Διπλώνουμε το χαρτάκι και το βάζουμε σε ένα βάζο. Τραβάμε ένα χαρτί και κάθε μέλος της Ομάδας διαβάζει το πρόβλημα και γράφει από κάτω μια πιθανή λύση. Στη συνέχεια επαναλαμβάνουμε τη διαδικασία, και το επόμενο μέλος της Ομάδας δίνει μια ακόμα εναλλακτική λύση!**

3 **Το χαρτάκι επιστρέφει στο μέλος της Ομάδας που έγραψε το πρόβλημα. Διαβάζουμε τις λύσεις και συζητάμε:**

- Είναι ρεαλιστικές; Μπορούν να βοηθήσουν να δούμε διαφορετικά την κατάσταση;
- Πώς νιώθουμε όταν κάποιο άλλο άτομο προσπαθεί να μας βοηθήσει;
- Πώς νιώθουμε όταν εμείς προσπαθούμε να βρούμε λύση για κάποιον άλλον;

4

BINGO ΕΠΙΡΡΟΗΣ

Στόχος: Να αναγνωρίσουμε τρόπους επιρροής και να κατανοήσουμε ότι η συνηγορία ξεκινά από μικρές πράξεις.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά με πλέγμα Bingo, μαρκαδόροι

1 **Κάθε μέλος της Ομάδας έχει ένα πλέγμα με 9 κουτιά. Σκοπός είναι να γεμίζουμε το bingo με τις ενέργειες που πιστεύουμε ότι θα έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο.**

2 **Ένα μέλος της Ομάδας αναλαμβάνει να διαβάσει μια λίστα με τουλάχιστον 15 ενέργειες που μπορούμε να κάνουμε για να επηρεάσουμε άλλους να αλλάξουν τον κόσμο.**

3 **Μόλις διαβαστεί μια ενέργεια, κάθε μέλος της Ομάδας αφιερώνει λίγο χρόνο για να σκεφτεί εάν αυτή η ενέργεια έχει μεγάλο αντίκτυπο, και, αν ναι, διαλέγει να την βάλει σε κουτάκι. Το πρώτο μέλος της Ομάδας που θα ανακοινώσει και τις εννέα ενέργειές του κερδίζει το παιχνίδι!**

Πλέγμα Bingo

1	2	3
4	5	6
7	8	9

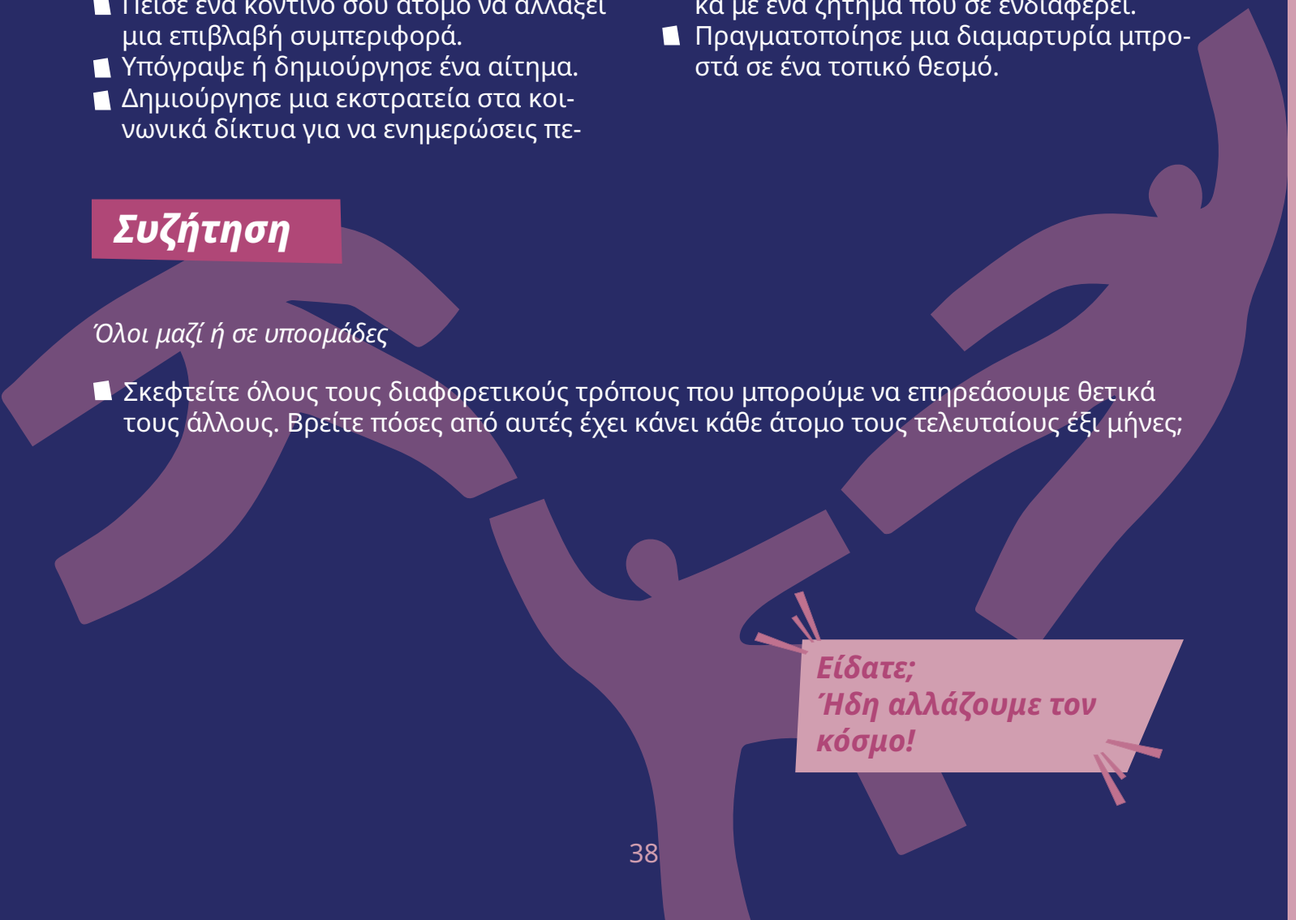
Ενέργειες

- Οργάνωσε ή παρακολούθησε μια συγκέντρωση διαμαρτυρίας στο σχολείο.
- Πραγματοποίησε μια συνάντηση με τους ηγέτες της κοινότητας.
- Πάρε θέση σε μια συγκέντρωση ή κατασκήνωση.
- Γράψε μια επιστολή στον εκδότη μιας εφημερίδας ή κάλεσε έναν ραδιοφωνικό σταθμό όταν διαφωνείς με κάτι που έχει ειπωθεί/δημοσιευτεί.
- Εξήγησε τη γνώμη σου σε ένα μέλος της οικογένειας και άλλαξε τη γνώμη του.
- Κάνε μια ομιλία στο σχολείο.
- Λάβε μέρος στις δημόσιες διαβουλεύσεις του Δήμου σου (όπου το Δημοτικό Συμβούλιο συζητάει με τους δημότες).
- Επικοινώνησε με τοπικούς λειτουργούς για να αντιμετωπίσετε ένα ζήτημα στην περιοχή.
- Πείσε ένα κοντινό σου άτομο να αλλάξει μια επιβλαβή συμπεριφορά.
- Υπόγραψε ή δημιούργησε ένα αίτημα.
- Δημιούργησε μια εκστρατεία στα κοινωνικά δίκτυα για να ενημερώσεις περισσότερους ανθρώπους γύρω από ένα ζήτημα.
- Συνεργάσου με μια ΜΚΟ για να ενισχύσεις μια δράση που αφορά τοπικά ή παγκόσμια προβλήματα.
- Οργάνωσε ένα εργαστήριο για να εκπαιδεύσεις άλλους σχετικά με ένα σημαντικό ζήτημα.
- Φτιάξε μια αφίσα για να πείσεις τον διευθυντή να κάνει αλλαγές στο σχολείο.
- Γράψε μια επιστολή σε μια εταιρεία όταν διαφωνείς με τις ενέργειές της.
- Ζήτησε μια μικρή αλλαγή στην Ομάδα σου. Συζήτησε με τους γονείς σου για να τους
- κάνεις να αλλάξουν έναν κανόνα που πιστεύεις ότι είναι άδικος.
- Υποστήριξε τον σκοπό κάποιου φίλου/φίλης, συμμετέχοντας στη δράση του/της.
- Ευαισθητοποίησε την Ομάδα σου σχετικά με ένα ζήτημα που σε ενδιαφέρει.
- Πραγματοποίησε μια διαμαρτυρία μπροστά σε ένα τοπικό θεσμό.

Συζήτηση

Όλοι μαζί ή σε υποομάδες

- Σκεφτείτε όλους τους διαφορετικούς τρόπους που μπορούμε να επηρεάσουμε θετικά τους άλλους. Βρείτε πόσες από αυτές έχει κάνει κάθε άτομο τους τελευταίους έξι μήνες;



ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ
REFLECTION TIME

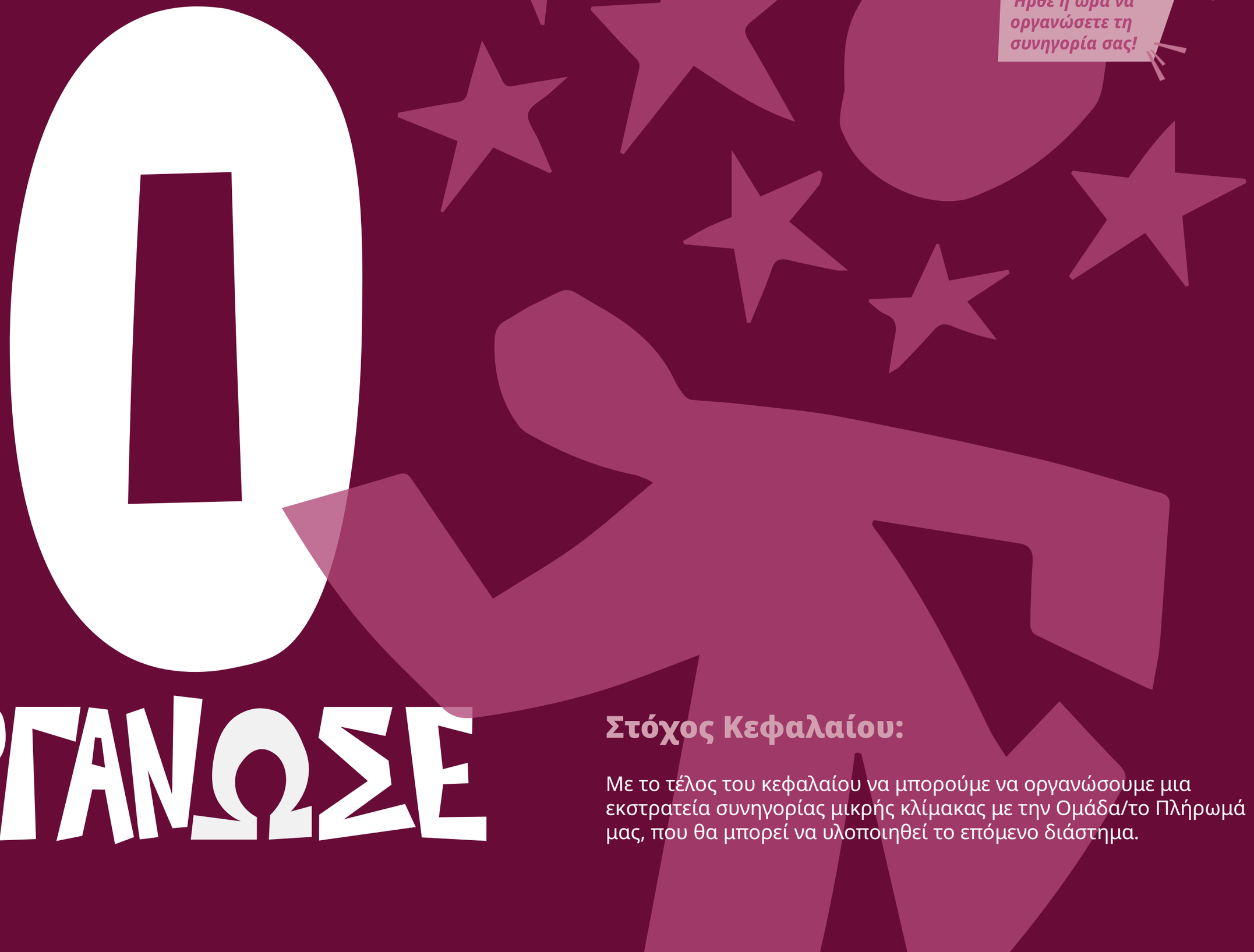
«Από το Εγώ στο Εμείς»

Βρες κάτι που σε προβλημάτισε από τα παραπάνω και σκέψου:

Γιατί έχει σημασία για μένα;
Γιατί θα έπρεπε να έχει σημασία για το σχολείο/τη γειτονιά/την κοινωνία μου;
Πόσοι άνθρωποι ωφελούνται αν αλλάξει;
Πόσοι άνθρωποι πλήττονται αν μείνει ως έχει;

Σημείωσε τα...

Μέρος 3ο



9 ΟΡΓΑΝΩΣΕ

Στόχος Κεφαλαίου:

Με το τέλος του κεφαλαίου να μπορούμε να οργανώσουμε μια εκστρατεία συνηγορίας μικρής κλίμακας με την Ομάδα/το Πλήρωμά μας, που θα μπορεί να υλοποιηθεί το επόμενο διάστημα.

Για να οργανωθείτε, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το Πλάνο Δράσης Συνηγορίας της WAGGGS:

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ				
Το Ζήτημα				
Δεδομένα Έρευνας	1		Πηγές	
	2			
	3			
	4			
Καθορισμός Στρατηγικού Στόχου				
Στόχος SMART	1		Ως Πότε;	
	2			
Κοινό που Απευθυνόμαστε	1			
	2			
	3			
Μήνυμα που θέλω να περάσω	1			
	2			
	3			

Πώς		Μέθοδος	Πότε	Μοίρασμα Εργασιών
Στόχος SMART 1	1			
	2			
	3			
Στόχος SMART 2	1			
	2			
	3			
Αλληλεπίδραση με τα Μ.Μ.Ε.	1			
	2			

Δεν χρειάζεται άγχος! Θα το κάνουμε βήμα-βήμα:

1. **Ορισμός Ζητήματος**
2. **Εντοπισμός Ζητήματος**
3. **Έρευνα και Κατανόηση του Ζητήματος**
4. **Καθορισμός Στόχου Συνηγορίας**
5. **Το Κοινό σας**
6. **Το Μήνυμά σας**
7. **Μέθοδοι Συνηγορίας**
8. **Αλληλεπίδραση με τα Μ.Μ.Ε.**
9. **Πλάνο Δράσης Συνηγορίας**
10. **Αξιολόγηση και Αναστοχασμός**



Πρέπει να γίνουν όλα τα βήματα;

Τα βήματα προσφέρουν ένα πλαίσιο, όχι κανόνα.
Εάν παραληφθεί ένα στάδιο, η εκστρατεία μπορεί να είναι πιο αδύναμη.

Πρέπει να γίνουν τα βήματα με τη σειρά;

Η σειρά βοηθάει να μην χαθεί η συνοχή της εκστρατείας και γι’ αυτό είναι σημαντική. Όμως στην πράξη, μπορεί να χρειαστεί να τρέχουμε δύο βήματα ταυτόχρονα, ή να επιστρέψουμε πίσω σε κάποιο βήμα, αν δούμε ότι κάτι δεν είναι ρεαλιστικό.

Εάν η Ομάδα έχει ήδη επιλέξει με τι θα ασχοληθεί, προχωρήστε κατευθείαν στο βήμα 2!

ΒΗΜΑ 1

ΟΡΙΣΜΟΣ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ

Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ

Διάρκεια: 20 λεπτά
Υλικά: Χαρτί του μέτρου, μαρκαδόροι, post-it

1 **Ζωγραφίζουμε 2 ομόκεντρους κύκλους και μοιράζουμε μικρά post-it στην Ομάδα. Ατομικά ή σε μικρές υποομάδες 2–3 μελών, σημειώνουμε στα post-it απαντώντας στα εξής ερωτήματα:**

- Τι μας προκαλεί θυμό;
- Τι μας δίνει κίνητρο;
- Τι θα μπορούσε να γίνει διαφορετικά, ώστε να ωφελήσει τους ανθρώπους γύρω μας;
- Υπάρχει κάτι στην κοινότητα ή τη χώρα για το οποίο αισθανόμαστε πραγματικά απογοήτευση;
- Τι ιδέες έχουμε για να βελτιώσουμε κάτι που δεν μας αρέσει;

Μερικές από τις ιδέες μπορεί να φαίνονται αδύνατες απλώς επειδή κανείς δεν τις έχει δοκιμάσει ποτέ πριν!

2 **Τοποθετούμε όλες τις ιδέες μας στο εξωτερικό του μεγάλου κύκλου. Η Ομάδα διαβάζει τα ζητήματα που απασχολούν τα μέλη της, και απαντά στα παρακάτω ερωτήματα:**

- Απασχολεί αυτή τη στιγμή τους γύρω μας/την κοινότητά μας;
- Μας συναρπάζει το να φέρουμε αλλαγή σε αυτό το ζήτημα;
- Πιστεύουμε οτι μπορούμε να κάνουμε τη διαφορά σχετικά με αυτό;
- Αισθάνεται η Ομάδα κινητοποιημένη να δουλέψει σε αυτό;

3 **Τα ερωτήματα που απαντούν στα παραπάνω, τα μεταφέρουμε στο εσωτερικό του κύκλου.**

4 **Τέλος, η Ομάδα συζητά και αποφασίζει ποιο είναι το ζήτημα με το οποίο θα ήθελε πραγματικά να ασχοληθεί και θα προχωρήσει παρακάτω!**

ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΣΕ 7 ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Διάρκεια: 10–15 λεπτά
Υλικά: Χαρτί, μαρκαδόροι

1 **Αφού η Ομάδα αποφασίσει το ζήτημα που την απασχολεί και θέλει να δουλέψει, πρέπει να απαντήσει στα εξής:**

- Ποιο είναι το ζήτημα; Τι ακριβώς συμβαίνει;
- Πώς σας κάνει να νιώθετε αυτό το ζήτημα;
- Ποιοι επηρεάζονται και με ποιον τρόπο;
- Ποια δικαιώματα δεν προστατεύονται;
- Τι θα συμβεί αν δεν αλλάξει;
- Ποιος άλλος νοιάζεται για αυτό; Γιατί;
- Το όραμά σας;

ΒΗΜΑ 2

ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ

ΤΑ 5 ΓΙΑΤΙ

Η τεχνική **«Των 5 Γιατί»** είναι μια απλή αλλά ιδιαίτερα αποτελεσματική μέθοδος εντοπισμού της ρίζας ενός ζητήματος.

Ξεκινάμε δηλώνοντας καθαρά το ζήτημα και στη συνέχεια ρωτάμε διαδοχικά **«Γιατί συμβαίνει αυτό;»**, με βάση την προηγούμενη απάντηση, μέχρι να φτάσουμε στην πραγματική βαθύτερη αιτία.

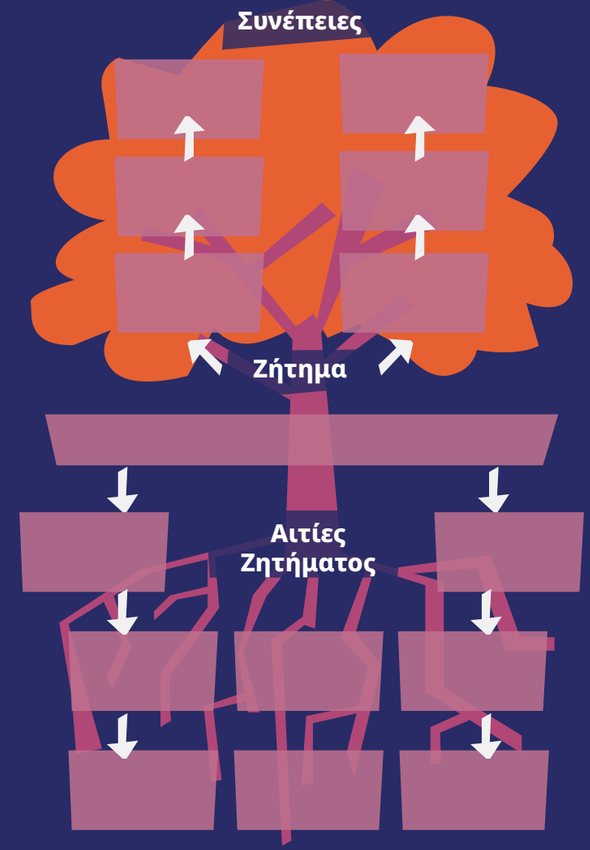
Η μέθοδος βοηθά ομάδες και άτομα να αποφύγουν επιφανειακές λύσεις, να δουν το ζήτημα χωρίς κατηγορίες και να ενισχύσουν τη συνεργασία και τη διαφάνεια. Θεωρείται και είναι ιδανική για εκπαιδευτικά περιβάλλοντα, νεανικές ομάδες και σχεδιασμό εκστρατειών όπου η κριτική σκέψη και η συμμετοχικότητα είναι απαραίτητες.

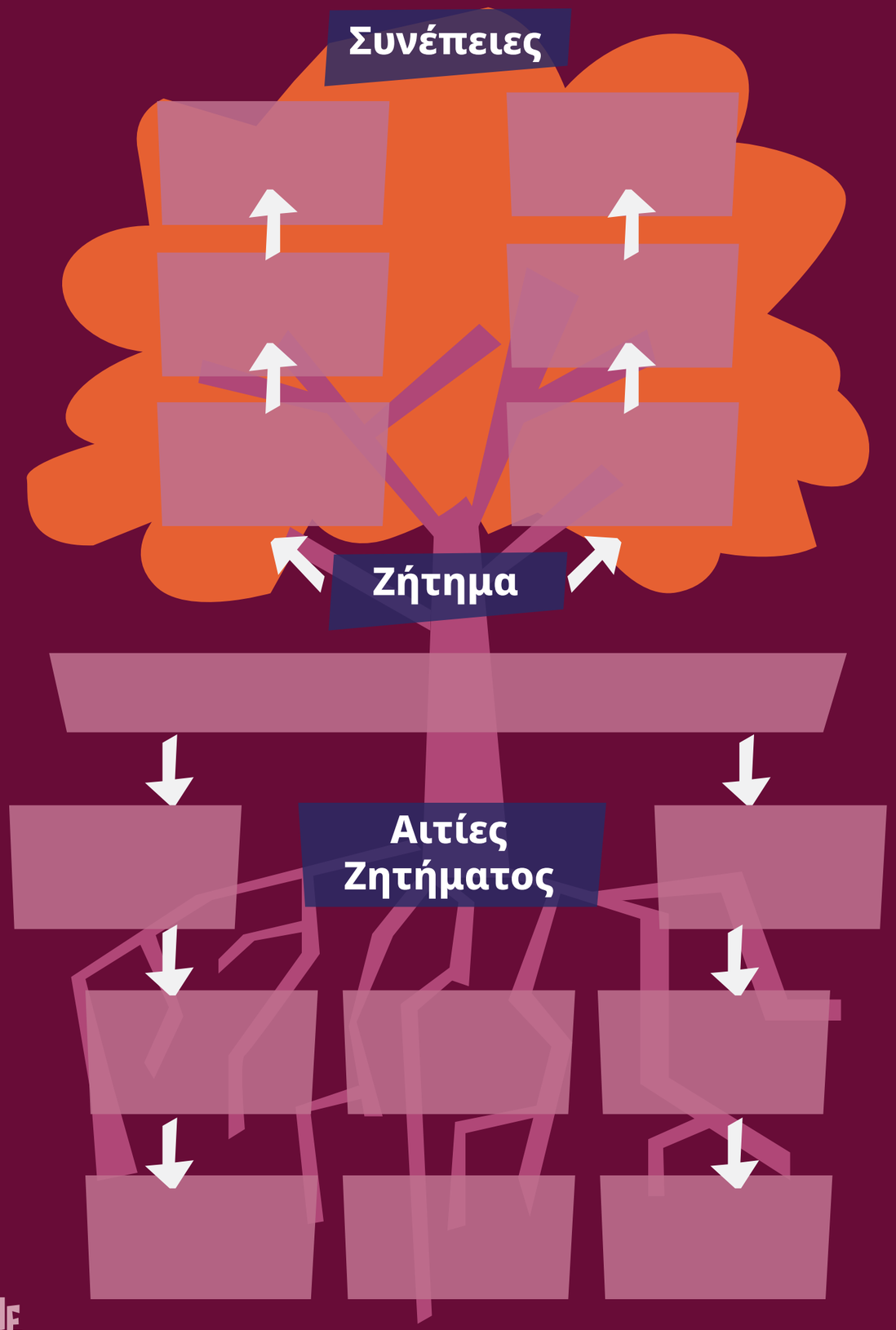
Δεν χρειάζεται να είναι ακριβώς πέντε «γιατί», αλλά πρέπει να είναι αρκετά ώστε να αποκαλυφθεί τι πρέπει πραγματικά να αλλάξει.

ΤΟ ΔΕΝΤΡΟ ΤΟΥ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ

Διάρκεια: 20–30 λεπτά
Υλικά: Χαρτί με δέντρο, μαρκαδόροι

1. **Σχεδιάζουμε σε ένα χαρτί ένα δέντρο σαν αυτό στο παράδειγμα.**
2. **Στο κέντρο του βάζουμε το ζήτημα με το οποίο θα ασχοληθούμε.**
3. **Στις ρίζες του γράφουμε τις αιτίες από τις οποίες προκύπτει το ζήτημα (π.χ. νομοθεσία, στερεότυπα, οικονομικοί παράγοντες, έλλειψη ενημέρωσης).**
4. **Στα κλαδιά γράφουμε τις συνέπειες που έχει η ύπαρξη ή η παράταση αυτού του ζητήματος.**




Συνέπειες
Ζήτημα
Αιτίες
Ζητήματος

ΒΗΜΑ 3

ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ

ΣΥΛΛΟΓΗ ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Για να αποδείξουμε ότι το ζήτημα που εντοπίσαμε είναι μια γνήσια ανησυχία που χρειάζεται να αντιμετωπίσουμε, θα χρειαστούμε στοιχεία. Τα γεγονότα και οι στατιστικές είναι δύο από τα ισχυρότερα εργαλεία για να αναδείξουμε τη σοβαρότητα του ζητήματος, αλλά και πόσο σοβαρές είναι οι συνέπειες που προκαλεί. Η ύπαρξη ισχυρών αποδεικτικών στοιχείων θα ενθαρρύνει άλλους να υποστηρίξουν την εκστρατεία της Ομάδας μας. Πρέπει να μπορούμε να απαντήσουμε στα εξής:

- Υπάρχουν εθνικές πολιτικές ή νόμοι που σχετίζονται με την εκστρατεία μας;
- Υπάρχουν διεθνείς συμφωνίες σχετικές με το ζήτημα που έχει συνυπογράψει η χώρα μας;
- Υπάρχουν θέσεις της WAGGGS για το συγκεκριμένο ζήτημα;

Πού μπορούμε να βρούμε πληροφορίες για την εκστρατεία;

- Αναζήτηση με λέξεις-κλειδιά στο διαδίκτυο: Μπορούμε να μάθουμε πληροφορίες ή εάν υπάρχουν ήδη πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση του ζητήματος.
- Στατιστικά και Έρευνες από κυβερνητικές πηγές, τα Ηνωμένα Έθνη, πανεπιστήμια και οργανώσεις της Κοινωνίας των Πολιτών.
- Συνεντεύξεις ή άρθρα που διηγούνται την ιστορία όσων έχουν επηρεαστεί από το ζήτημα, ώστε να κατανοήσουμε την άποψη και τις εμπειρίες τους.

Τα παραπάνω θα προσφέρουν αξιοπιστία στα επιχειρήματά μας και θα ενισχύσουν την εκστρατεία συνηγορίας μας!

Στην έρευνα πρέπει να ξεχωρίζουμε τι είναι άποψη και τι είναι δεδομένο. Άποψη είναι αυτό που πιστεύει κάποιο άτομο, και δεδομένο είναι κάτι που μπορεί να αποδειχτεί με στοιχεία. Όταν διαβάζουμε ή γράφουμε πληροφορίες, ελέγχουμε πάντα αν βασίζονται σε πραγματικά δεδομένα και όχι μόνο σε προσωπικές απόψεις.

Αν δεν μπορούμε να αποφύγουμε τελείως τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης θα πρέπει να προσέχουμε πολύ την εγκυρότητα των δεδομένων που μας δίνει. Θυμόμαστε να ελέγχουμε και να διπλοτσεκάρουμε τις πληροφορίες που θα μας παρουσιάσει ένα εργαλείο AI.

Όταν ψάχνουμε στο διαδίκτυο για πληροφορίες, δε ξεχνάμε να παραμένουμε ασφαλείς! Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την ασφάλεια στο διαδίκτυο και την παραπληροφόρηση, δείτε το εκπαιδευτικό πακέτο της WAGGGS "Surf Smart 2.0".

Άρθρο 17 της Σύμβασης των Δικαιωμάτων του Παιδιού (UNCRC):
Κάθε παιδί έχει δικαίωμα σε αξιόπιστη πληροφόρηση και οι ενήλικες πρέπει να το βοηθούν να βρει και να κατανοήσει τις πληροφορίες που χρειάζεται.

Η ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΣ

Διάρκεια: 20 λεπτά ή όσο χρειαστεί
Υλικά: Χαρτί, μαρκαδόροι, στυλό, πλέγμα

1 Τα μέλη της Ομάδας χωρίζονται και μοιράζονται μεταξύ τους τα παρακάτω ερωτήματα. Κάθε υποομάδα αναλαμβάνει να ερευνήσει και να απαντήσει σε αυτά:

Τι συμβαίνει;	Τι έχω ακούσει για το ζήτημα; Τι χρειάζεται να μάθω;	Ποιος άλλος ασχολείται με το ζήτημα; Τι κάνουν για να το επιλύσουν;	Τι άποψη έχουν όσοι επηρεάζονται άμεσα από το ζήτημα;
Το ζήτημα σε αριθμούς:	Τι πολιτικές και νομοθεσίες έχω βρει;	Έχει αποτελέσματα; Γιατί ναι ή γιατί όχι;	Πού χρειάζεται να απευθυνθώ για να αλλάξει η κατάσταση;
	Ποιος ή γιατί μπορεί να βοηθήσει στην έρευνά μου;	Τι δε λειτουργεί τι χρειάζεται να γίνει;	

Όταν δεν μπορούμε να βρούμε στοιχεία κατά τη διάρκεια της έρευνάς μας, εξετάζουμε το ενδεχόμενο να επικοινωνήσουμε με τους ανθρώπους που έχουν επηρεαστεί ή έχουν μιλήσει δημόσια για το ζήτημα, ή και με οργανώσεις που ασχολούνται με αυτό. Μπορούν να μας δώσουν συμβουλές, πληροφορίες ή υλικό;

ΒΗΜΑ 4
ΣΤΟΧΟΣ

Για να πετύχουμε την αλλαγή, πρέπει να έχουμε θέσει ξεκάθαρους στρατηγικούς και αντικειμενικούς στόχους, οι οποίοι θα παρουσιάζουν το τι θα θεωρείται «επιτυχία» για την εκστρατεία μας. Ο στρατηγικός στόχος μιας εκστρατείας είναι η μακροπρόθεσμη αλλαγή που θέλουμε να δούμε. Χωρίζεται σε μικρότερους, υλοποιήσιμους στόχους που ονομάζονται αντικειμενικοί.

Παράδειγμα Στρατηγικού Στόχου: Να νιώθουν οι μαθητές ασφαλείς στις καθημερινές τους μετακινήσεις από και προς το σχολείο.

Παράδειγμα Αντικειμενικού Στόχου: Να ζητήσει η Ομάδα από τον Δήμο να βάψει ξανά τη διάβαση πεζών μπροστά στο σχολείο και να τοποθετήσει σήμανση «Προσοχή: Μαθητές» μέσα στους επόμενους 3 μήνες.

Πώς συνδέονται στρατηγικοί και αντικειμενικοί στόχοι:

- Ο **στρατηγικός στόχος** είναι η μεγάλη εικόνα, το όραμα, η αλλαγή που θέλουμε να δούμε στην κοινωνία.
- **Οι αντικειμενικοί στόχοι** είναι οι βραχυπρόθεσμοι **στόχοι της εκστρατείας**: τα συγκεκριμένα, μετρήσιμα βήματα που μπορούμε να πετύχουμε μέσα στον χρόνο του έργου και που μας φέρνουν πιο κοντά στον μεγάλο μας στόχο.

Τι να προσέχουμε όταν βάζουμε αντικειμενικούς στόχους:

- Να είναι συγκεκριμένοι και όχι γενικοί.
- Να έχουν χρονικό ορίζοντα.
- Να είναι ρεαλιστικοί, αλλά και αρκετά τολμηροί ώστε να κινητοποιούν.
- Να συνδέονται άμεσα με το αποτέλεσμα που θέλουμε να πετύχουμε.

Χωρίς έναν στρατηγικό στόχο και αντικειμενικούς στόχους, είναι πολύ δύσκολο να αξιολογήσουμε τη δουλειά μας. Πρέπει να γνωρίζουμε πού πάμε για να ξέρουμε αν έχουμε φτάσει! Οι στόχοι θα πρέπει να είναι SMART.

S	M	A	R	T
Συγκεκριμένος (Specific)	**Μετρήσιμος (Measurable)**	**Ρεαλιστικός (Achievable)**	**Σχετικός (Relevant)**	**Χρονικά οριοθετημένο (Time-based)**
Ποιος είναι ακριβώς ο στόχος σας;	Πώς θα μετρήσετε την πρόοδο για να ξέρετε ότι ο στόχος επιτεύχθηκε;	Είναι ρεαλιστικό να επιτευχθεί; Πώς; Έχετε αρκετό χρόνο και πόρους;	Κατά πόσο ο στόχος συνδέεται άμεσα με το ζήτημα;	Ποια είναι η προθεσμία για να επιτευχθεί ο αντικειμενικός στόχος;

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΜΑΣ

Διάρκεια: 20 λεπτά ή όσο χρειαστεί
Υλικά: Χαρτί, μαρκαδόροι, στυλό, πλέγμα

1 Η Ομάδα συζητά και βρίσκει το στρατηγικό στόχο της εκστρατείας της και συμφωνεί σε 2 αντικειμενικούς στόχους, που πληρούν τα κριτήρια SMART:

Στρατηγικός Στόχος Συνηγορίας:				
Αντικειμενικός Στόχος 1				
Αντικειμενικός Στόχος 2				

Δείτε το Δέντρο της Ομάδας σας από το Βήμα 2, ποια αποτελέσματα έχετε εντοπίσει; Πώς μπορούν οι στόχοι που θέσατε να σας βοηθήσουν να πετύχετε αυτά τα αποτελέσματα; Διαλέξτε μόνο δύο ή τρεις αντικειμενικούς στόχους!

ΒΗΜΑ 5

ΚΟΙΝΟ ΚΑΙ ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ

Πριν ξεκινήσουμε την εκστρατεία μας, πρέπει να γνωρίζουμε πού πρέπει να απευθυνθούμε για να πετύχουμε το μέγιστο αποτέλεσμα. Άτομα που μπορούν να πάρουν αποφάσεις σχετικές με το ζήτημά μας, που έχουν τη δύναμη και την ευθύνη, είναι το βασικό κοινό.

SOS: Πριν από κάθε επικοινωνία, θα πρέπει στην κάθε Ομάδα να οριστεί Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων, που, σε συνεργασία με το Αρχηγείο ή/και το Τοπικό Συμβούλιο θα πραγματοποιεί την όποια επικοινωνία. Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι εκπροσωπούμε το Σ.Ε.Ο. και η προσέγγισή μας να είναι σύμφωνη με τα ισχύοντα πρωτόκολλα επικοινωνίας.

1

Παράγοντες Λήψης Αποφάσεων
Άτομα ή ομάδες που έχουν πρόσβαση ή την δύναμη να υλοποιήσουν τις επιθυμητές αλλαγές.

Παραδείγματα *(Βασικό κοινό)*

- Άτομα που ηγούνται σε τοπικό επίπεδο.
- Άτομα που ασκούν πολιτική ηγεσία.
- Εκλεγμένα άτομα που εκπροσωπούν την κοινότητα.
- Άτομα που συμμετέχουν στη νομοθέτηση
- Διευθυντικά στελέχη.
- CEOs (επικεφαλείς εταιρειών ή οργανισμών).

2

Παράγοντες Επηρροής:
Άτομα ή ομάδες που έχουν πρόσβαση ή επιρροή στα άτομα που λαμβάνουν αποφάσεις.

Παραδείγματα *(Δευτερεύον κοινό)*

- Κυβερνητικούς εκπροσώπους.
- Οργανισμοί ανθρωπίνων δικαιωμάτων.
- Μ.Μ.Ε. (Δημοσιογράφοι, influencers)
- Θρησκευτικές/οικολογικές/τοπικές ή άλλου ειδικού σχετικού ενδιαφέροντος ομάδες.
- Σύλλογοι Γονέων και Κηδεμόνων.
- Οικογένεια ή οικεία πρόσωπα του βασικού κοινού.

Είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη στο σχεδιασμό και άτομα ή ομάδες που επηρεάζονται από το ζήτημα: Μπορούν να μας στηρίξουν αλλά δεν έχουν άμεση θεσμική δύναμη να αλλάξουν την κατάσταση.

- Μαθητικός πληθυσμός
- Κάτοικοι περιοχής
- Νέολαία
- Πολίτες

ΧΑΡΤΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

Διάρκεια: 15–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά, στυλό, πλέγμα

1 Η Ομάδα συμπληρώνει τον παρακάτω πίνακα σύμφωνα με το ζήτημα που έχει επιλέξει:

	Παίρνει αποφάσεις		Επηρεάζει		Επηρεάζεται	
	1	2	1	2	1	2
Ποιο είναι το προφίλ και ο ρόλος του φορέα/δρώντα;						
Ποιες είναι οι βασικές του προτεραιότητες, ανησυχίες ή κίνητρα;						
Ποια είναι η στάση του απέναντι στο ζήτημά μας (υπέρ, κατά, ουδέτερος);						
Τι θέλουμε να κάνει συγκεκριμένα (πολιτικές, πόροι, ευαισθητοποίηση);						
Τι χρειάζεται για να μας στηρίξει;						
Ποιοι τον επηρεάζουν ή ποιον ακούει (άτομα, οργανισμοί, ομάδες);						
Ποιο το επίπεδο πρόσβασής μας (κανένα, χαμηλό, μεσαίο, υψηλό) και ποιος μπορεί να μας βοηθήσει να τον προσεγγίσουμε;						
Πώς μπορούμε να τον πείσουμε αποτελεσματικά;						
Ποιες είναι οι προκλήσεις που μπορεί να υπάρξουν στην αλληλεπίδραση;						

ΒΗΜΑ 6

ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΑΣ

Το μήνυμα πρέπει να λειτουργεί σαν «κλειδί» που ανοίγει τον δρόμο για αλλαγή. Χωρίς αποτελεσματικά βασικά μηνύματα, οι εκστρατείες συνηγορίας μπορεί να χάσουν τον αντίκτυπο που επιδιώκουν. Είναι σημαντικό να σκεφτούμε τις παρακάτω ερωτήσεις όταν διαμορφώνουμε ένα βασικό μήνυμα:

ΚΕΦΑΛΙ (λογική): Τι θέλουμε να μάθει/σκεφτεί το κοινό;

- Η απεύθυνση στο μυαλό σημαίνει να χρησιμοποιούμε λέξεις, γεγονότα και αριθμούς που στηρίζουν την επιχειρηματολογία μας.
- Ποια στοιχεία και αριθμοί μπορούν να είναι εντυπωσιακά για το κοινό μας;
- Ποια συγκεκριμένη και πρακτική λύση μπορούμε να προτείνουμε μέσα από το μήνυμά μας;

ΚΑΡΔΙΑ: Πώς θέλουμε να νιώσει το κοινό;

- Για να αγγίξουμε την καρδιά των ανθρώπων, χρησιμοποιούμε συναισθηματικές και προσωπικές ιστορίες που το κοινό μας θα πιστέψει και θα το κάνουν να νοιαστεί για το ζήτημα.
- Πώς μπορούμε να κάνουμε το κοινό μας να ενδιαφερθεί για το ζήτημα;
- Ποια συναισθήματα μπορούμε να ενεργοποιήσουμε;
- Τι τόνο θα χρησιμοποιήσουμε; Ελπίδα, θυμό, φόβο... αυτά πρέπει να αντανακλώνται στα μηνύματά μας.

ΧΕΡΙΑ (πράξη): Τι θέλουμε να κάνει το κοινό;

- Η απεύθυνση στα χέρια των ανθρώπων σημαίνει να τους δείξουμε πώς μπορούν να εμπλακούν. Οι άνθρωποι χρειάζεται να νιώσουν ότι προσκαλούνται να συμμετέχουν και να καταλάβουν πως η συμμετοχή τους μπορεί να κάνει τη διαφορά.
- Τι μπορεί να κάνει το κοινό μας;
- Ποιο κάλεσμα για δράση θα συμπεριλάβουμε στο μήνυμά μας;

Οδηγίες Μηνύματος (Do/Don't)

(Do)

- Χρησιμοποιήστε δεδομένα και γεγονότα για να στηρίξετε την επιχειρηματολογία σας και μάθετε πώς να τα αξιοποιείτε στο συγκεκριμένο πλαίσιο.
- Χρησιμοποιήστε γεγονότα και δεδομένα, αλλά και πραγματικές εμπειρίες ανθρώπων που επηρεάζονται.
- Διερευνήστε τη θέση, τα ενδιαφέροντα, τις γνώσεις και τα κίνητρα του κοινού που σχετίζεται ή επηρεάζεται από το ζήτημα.
- Διερευνήστε τα αντεπιχειρήματα απέναντι στο όραμά σου.
- Εστιάστε σε ένα ξεκάθαρο αίτημα για αλλαγή.
- Δοκιμάστε τα μηνύματα και τις εκστρατείες σας πριν τα παρουσιάσετε δημόσια.

(Don't)

- Μην χρησιμοποιείτε μόνο γεγονότα και δεδομένα.
- Μη μιλάτε για πολλά διαφορετικά ζητήματα στην ίδια δράση συνηγορίας.
- «Κερδίστε πολλά οφέλη με ένα χτύπημα».
- Μην αποκρύπτετε κάτι, ακόμα και αν δεν είστε σίγουροι για αυτό, ακόμα και αν το κοινό σας καταλάβει ότι δεν είστε βέβαιοι.
- Μη συνεργάζεστε μόνο με ανθρώπους που συμφωνούν μαζί σας, για να αποφύγετε την αντιπαράθεση.
- Δοκιμάστε τα μηνύματα και τις εκστρατείες σας πριν τα παρουσιάσετε δημόσια.

ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΜΑΣ

Διάρκεια: 10–20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά, στυλό

1 Ανάλογα με το ζήτημα της εκστρατείας συνηγορίας σας, διαμορφώστε ως Ομάδα ένα μήνυμα που να αντιστοιχεί στις κατηγορίες «Κεφάλι», «Καρδία» και «Χέρια».



ΒΗΜΑ 7

Η ΜΕΘΟΔΟΣ

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να επηρεάσουμε την κοινωνία και τους παράγοντες λήψης αποφάσεων. Για να έχουμε το επιθυμητό αποτέλεσμα πρέπει να διαλέξουμε την κατάλληλη μέθοδο, δηλαδή τον τρόπο που επιλέγουμε για να πετύχουμε την αλλαγή. Η **μέθοδος** περιέχει διάφορα μέσα, δηλαδή τα **εργαλεία** ή τις **τεχνικές** που χρησιμοποιούμε.

Μέθοδος 1: Δημόσια Συνηγορία

Στόχος: Να ενημερωθεί, ευαισθητοποιηθεί και κινητοποιηθεί η κοινή γνώμη, ώστε να δημιουργηθεί κοινωνική πίεση που ενισχύει την αλλαγή.

Α Ψηφιακή Εκστρατεία (Digital Campaign)

Επικοινωνία που γίνεται αποκλειστικά online και ακολουθεί στρατηγικό σχεδιασμό.

- Αναρτήσεις Κοινωνικών Δικτύων (Instagram, TikTok, Facebook).
- Video όπως Reels, TikTok videos, short-form storytelling.
- Χρήση hashtag για την εκστρατεία infographics & καρτέλες ενημέρωσης (ψηφιακές).
- Podcasts, μικρές προφορικές ιστορίες ή online ραδιόφωνο.
- Blogs ή άρθρα γνώμης.
- Διαδικτυακές προκλήσεις (challenges) ή χρήση τάσεων (trends).
- Gamification (διαδικτυακά παιχνίδια γνώσεων, quiz battles).

- *Χρησιμοποιούμε σταθερή οπτική ταυτότητα (χρώματα, γραμματοσειρές, ύφος).*
- *Κρατάμε τα μηνύματα σύντομα, ξεκάθαρα και οπτικά ελκυστικά.*
- *Προσκαλούμε το κοινό να δράσει: Call To Action (π.χ. «υπόγραψε», «μοιράσου», «συμμετείχε»).*
- *Συνεργαζόμαστε με influencers για μεγαλύτερη απήχηση.*

SOS: Τι κάνει ένα post μέρος ψηφιακής εκστρατείας;

Ένα post θεωρείται μέρος ψηφιακής εκστρατείας όταν:

- Έχει ξεκάθαρο στόχο (ενημέρωση, ευαισθητοποίηση, κινητοποίηση).
- Συνδέεται με το βασικό μήνυμα και την ταυτότητα της εκστρατείας.
- Είναι μέρος σχεδίου (σειρά από post, χρονοδιάγραμμα, θεματικές).
- Περιλαμβάνει κάλεσμα σε δράση (Call to Action).
- Χρησιμοποιεί τα επίσημα εργαλεία της εκστρατείας (hashtag, συνδέσμους).
- Απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό.

Αν λείπουν αυτά, είναι απλώς «ενημερωτικό post», όχι εκστρατεία.

Β Δημόσιες Εκστρατείες και Δράσεις

Ενημέρωση που γίνεται εκτός διαδικτύου, σε φυσικό χώρο.

- Εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης (ημέρες δράσης, πορείες, διαδηλώσεις).
- Δημιουργικές παρεμβάσεις στον δημόσιο χώρο (street art, murals, chalk messages, flash mobs, θέατρο δρόμου, διαδραστικό graffiti, rap battles, παραστάσεις (μουσικές, θεατρικές, χορού), δημόσιες εκθέσεις τέχνης).
- Διανομή ενημερωτικού υλικού (φυλλάδια, αυτοκόλλητα).
- Παρουσιάσεις σε σχολεία, δήμους, κοινότητες.
- Χώροι συζήτησης νέων σχετικά με το ζήτημα.
- Gamification (κυνήγι θησαυρού/QR codes σε διάφορα σημεία της πόλης που αποκαλύπτουν στοιχεία για ένα κοινωνικό ζήτημαα, διοργάνωση βραδιάς γνώσεων).
- Προσομοιώσεις πολιτικής (Κοινοβούλιο νέων, Policy Pong).

- *Διαλέγουμε χώρο με μεγάλη διέλευση.*
- *Συνδυάζουμε τέχνη + μήνυμα για μεγαλύτερη απήχηση.*
- *Προσφέρουμε τρόπους συμμετοχής επί τόπου (QR codes, υπογραφές).*
- *Φροντίζουμε για φωτογραφική κάλυψη/βιντεοσκόπηση ώστε να αξιοποιηθεί online.*

Γ Συνεργασίες για Διάδοση (Partnerships for Outreach)

Συνεργασίες που ενισχύουν την ορατότητα και την απήχηση της εκστρατείας: Οι συνεργασίες εδώ στοχεύουν κυρίως στην ενίσχυση της διάδοσης και όχι στη λήψη κοινών αποφάσεων ή στη μαζική πίεση.

- Συνεργασία με influencers ή creators.
- Συνεργασία με τοπικά Μ.Μ.Ε.
- Συνεργασία με σχολεία, οργανώσεις, δήμους.
- Συμμαχίες με οργανώσεις νεολαίας.
- Συνδιοργάνωση δράσεων με Μ.Κ.Ο..
- Συνεντεύξεις σε podcast ή ραδιόφωνο.
- Community workshops: εργαστήρια ενδυνάμωσης νέων/προφορική αφήγηση προσωπικών εμπειριών.
- Storytelling workshop: εργαστήριο δημιουργίας κοινού μηνύματος αλλαγής.

- *Επιλέγουμε συνεργάτες που ευθυγραμμίζονται με τις αξίες της εκστρατείας.*
- *Μοιραζόμαστε έτοιμο υλικό (κείμενα, visuals) για εύκολη προώθηση.*

Μέθοδος 2: Άμεση Επικοινωνία (Direct Advocacy)

Στόχος: Να επηρεαστούν οι φορείς λήψης αποφάσεων μέσα από άμεση, τεκμηριωμένη επικοινωνία, ώστε να ακούσουν τις ανάγκες, τα αιτήματα και τις προτάσεις της Ομάδας.

Α Παρουσίαση Αιτημάτων & Προτάσεων

Στοχευμένη επικοινωνία με φορείς.

- Σύνταξη επιστολών ή emails.
- Παράδοση υπομνήματος πολιτικής (policy brief).
- Συναντήσεις με τοπικούς ή εθνικούς εκπροσώπους.
- Παρουσίαση προτάσεων σε δημοτικά συμβούλια ή επιτροπές.
- Συμμετοχή σε δημόσιες διαβουλεύσεις.

- *Είμαστε συγκεκριμένοι: τι ζητάτε, από ποιον και γιατί.*
- *Προετοιμάζουμε σύντομες και εύκολα απομνημονεύσιμες φράσεις (talking points).*
- *Κρατάμε όλες τις επικοινωνίες μας σύντομες, σαφείς και τεκμηριωμένες.*

Β Άσκηση Πίεσης/Lobbying

Συστηματική, οργανωμένη και στοχευμένη προσπάθεια επηρεασμού συγκεκριμένων ατόμων για να λάβουν συγκεκριμένες αποφάσεις.

- Στοχευμένες συναντήσεις με φορείς ή «πρόσωπα-κλειδιά».
- Παρουσίαση σύντομων, εύκολα απομνημονεύσιμων επιχειρημάτων (talking points).
- Προετοιμασία συμμαχιών πριν από κρίσιμες αποφάσεις (να ενώσεις δυνάμεις με άλλους πριν παρθεί μια σημαντική απόφαση).

- *Εστιάζουμε στη γραμμή της επηρροής («ποιος επηρεάζει ποιον»).*
- *Είμαστε σύντομοι, σαφείς και προετοιμασμένοι.*
- *Χρησιμοποιούμε δεδομένα και ιστορίες για μέγιστη πειθώ.*

Γ Τεκμηριωμένη Παρέμβαση (Evidence-Based Advocacy)

Παρουσίαση στοιχείων που αποδεικνύουν την ανάγκη αλλαγής.

- Παρουσίαση δεδομένων, στατιστικών και ερευνών.
- Καταγραφή μαρτυριών.
- Πολιτικής προσέγγισης (policy).
- Χαρτογράφηση προβλήματος και λύσεων.

- *Χρησιμοποιούμε απλή γλώσσα για να εξηγήσεις σύνθετα δεδομένα.*
- *Συνδυάζουμε ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία για μεγαλύτερη πειθώ.*

Δ Συμμετοχή σε Θεσμικές Διαδικασίες

Εμπλοκή σε επίσημες διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

- Συμμετοχή σε επιτροπές νέων.
- Συμμετοχή σε συμβούλια νεολαίας ή στη βουλή των εφήβων.
- Υποβολή προτάσεων σε θεσμικά όργανα.

- *Προετοιμαζόμαστε με καλή γνώση του ζητήματος.*
- *Δημιουργούμε συμμαχίες με άλλους νέους εκπροσώπους.*

Μέθοδος 3: Συλλογική Συνηγορία

Στόχος: Να ενωθούν δυνάμεις μεταξύ οργανώσεων, ομάδων και πολιτών, ώστε η φωνή να γίνει πιο ισχυρή και αποτελεσματική. Η συλλογική συνηγορία δεν στοχεύει στην ενημέρωση (όπως η δημόσια), ούτε στην άμεση επαφή με φορείς (όπως η άμεση συνηγορία), αλλά στη δύναμη του πλήθους.

Α Συλλογική Συνηγορία

- Συλλογή υπογραφών (online ή offline).
- Δημόσιες δηλώσεις υποστήριξης από οργανώσεις/φορείς.
- Συμμαχίες με δίκτυα οργανώσεων, ομάδες νέων, Μ.Κ.Ο., σχολεία.
- Μαζικές δράσεις που δείχνουν κοινωνική στήριξη.
- Συμμετοχή σε κινητοποιήσεις, πορείες, ειρηνικές διαμαρτυρίες.
- Κοινές δηλώσεις ή θέσεις.

- *Χρησιμοποιούμε ισχυρά μηνύματα.*
- *Δημιουργούμε μια ενιαία ταυτότητα.*
- *Ανακοινώνουμε σημαντικά σημεία αναφοράς (π.χ. «Φτάσαμε τις 1.000 υπογραφές!»).*
- *Δίνουμε χώρο στις φωνές της κοινότητας (μικρά videos μαρτυριών, quotes, post «Γιατί υπογράφω» κ.λπ.).*
- *Μοιραζόμαστε νέα (updates) από συναντήσεις ή εξελίξεις.*
- *Δίνουμε στους συμμετέχοντες εύκολους τρόπους δράσης (1 click actions, κωδικούς QR, συνδέσμους).*

Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΜΑΣ

Διάρκεια: 20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά, στυλό

1 Συμπληρώνουμε τον παρακάτω πίνακα καταγράφοντας τον τρόπο με τον οποίο θα υλοποιήσουμε τη συνηγορία μας:

Μέθοδος	*Είδος*	*Μέσο*

ΒΗΜΑ 8

ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΤΑ Μ.Μ.Ε.

Η **αλληλεπίδραση** με τα **Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.)** είναι ένας σημαντικός τρόπος για να ενισχυθεί η ορατότητα μιας **εκστρατείας συνηγορίας** και να φτάσει το μήνυμα σε ευρύτερο κοινό.

Τα Μ.Μ.Ε. λειτουργούν σαν πολλαπλασιαστές: μεταφέρουν το ζήτημα, τις ιστορίες και τις προτάσεις της Ομάδας σε άτομα που διαφορετικά δεν θα έφταναν σε αυτά. Η συνεργασία με δημοσιογράφους, τοπικά Μ.Μ.Ε., ραδιόφωνο ή podcasts μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία της εκστρατείας και να δημιουργήσει δημόσια συζήτηση γύρω από το ζήτημα. Για να είναι αποτελεσματική αυτή η αλληλεπίδραση, χρειάζεται ξεκάθαρο μήνυμα, σύντομες και τεκμηριωμένες πληροφορίες, καθώς και προετοιμασία για πιθανές ερωτήσεις. Όταν τα Μ.Μ.Ε. κατανοούν το ζήτημα και βλέπουν τη σοβαρότητα της προσπάθειας, μπορούν να γίνουν πολύτιμοι σύμμαχοι στην αλλαγή.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι να συνεργαστούμε με Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, όπως:

- Δελτία Τύπου Blogs και άρθρα γνώμης.
- Συνεντεύξεις σε τηλεόραση και ραδιόφωνο.
- Συμμετοχή σε talk shows.
- Συνεντεύξεις σε podcasts.
- Σύντομα video ή δηλώσεις για ψηφιακές πλατφόρμες ειδήσεων.
- Συνεργασίες με δημοσιογράφους ή media μέσω social media (π.χ. Instagram Lives, TikTok Q&A, συνεντεύξεις σε live streams).
- Media briefings ή μικρές συνεντεύξεις τύπου.

- *Βρίσκουμε έναν τίτλο ή μια φράση που τραβάει την προσοχή αλλά είναι εύκολα κατανοητή.*
- *Είμαστε σύντομοι και ακριβείς στον γραπτό και προφορικό λόγο.*
- *Μιλάμε απλά και καθαρά, με σύντομα μηνύματα που καταλαβαίνει εύκολα το κοινό.*
- *Προετοιμάζουμε 2–3 βασικά σημεία που θέλουμε να πούμε σε κάθε συνέντευξη ή εμφάνιση.*
- *Γνωρίζουμε τα άτομα που συνομιλούμε και τι ενδιαφέρει το κοινό τους.*
- *Απαντούμε με ευγένεια και σεβασμό, ακόμη κι όταν οι ερωτήσεις είναι δύσκολες.*
- *Μοιραζόμαστε αληθινές ιστορίες από την καθημερινότητά μας ή από την κοινότητα.*
- *Χρησιμοποιούμε εικόνες, φωτογραφίες και σύντομα Video.*
- *Χρησιμοποιούμε την online παρουσία σου για να ενισχύσουμε τις offline δράσεις συνηγορίας.*
- *Δημιουργούμε νέο και σχετικό περιεχόμενο τακτικά.*
- *Αξιοποιούμε τα social media: Instagram Lives, TikTok Q&A, μικρά ενημερωτικά Video, tags σε τοπικά Μ.Μ.Ε..*
- *Δείχνουμε συνέπεια εάν υποσχεθούμε αποστολή υλικού ή απαντήσεις σε ερωτήματα.*
- *Δείχνουμε ενθουσιασμό και πάθος για το ζήτημα — αυτό κάνει τα μέσα να ενδιαφερθούν περισσότερο.*

Δείτε τις ιδέες/hints στο βήμα 7 για την αλληλεπίδρασή σας με τα Μ.Μ.Ε., ακόμα και αν διαλέξατε διαφορετικές μεθόδους συνηγορίας.

ΕΜΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ Μ.Μ.Ε.

Διάρκεια: 20 λεπτά
Υλικά: Χαρτιά, στυλό

1 **Καταγράφουμε τους τρόπους αλληλεπίδρασης με τα μέσα που επέλεξε η Ομάδα μας:**

- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____

ΒΗΜΑ 9

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ

Το **Πλάνο Δράσης Συνηγορίας**, ή αλλιώς **Χάρτης Συνηγορίας**, είναι ένα εργαλείο σχεδιασμού έργου που μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να συγκεντρώσουμε όλα τα βήματα για τη διαμόρφωση της εκστρατείας συνηγορίας μας. Βοηθάει στο να ολοκληρωθούν οι εργασίες με τη σωστή σειρά και να καταγραφούν ακόμα και οι πιο μικρές λεπτομέρειες που εύκολα μπορεί να ξεχαστούν.

Παράδειγμα: Η εκστρατεία των Οδηγών της Μαλαισίας (Malaysian Girl Guides) κατά των Παιδικών Γάμων. Πηγή: WAGGGS

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ				
Το Ζήτημα	**Παιδικοί γάμοι στη Μαλαισία**			
Δεδομένα Έρευνας	1	*Το 71% των νέων πιστεύει ότι δεν είναι αποδεκτό να παντρεύεται κάποιο άτομο κάτω των 18 ετών.*	Πηγές	*U-Report Poll*
	2	*Μεταξύ 2010 και 2015 υπήρξαν 6.246 αιτήσεις για παιδικούς γάμους μεταξύ Μουσουλμάνων και 2.775 αιτήσεις μεταξύ μη Μουσουλμάνων.*		*Κοινή Δήλωση UNICEF*
	3	*82.000 κορίτσια ηλικίας 15–19 ετών παντρεύτηκαν το 2010, σε σύγκριση με 53.000 το 2000.*		*Εθνική Στατιστική Υπηρεσία*
Καθορισμός Στρατηγικού Στόχου	*Να τερματιστεί ο παιδικός γάμος στη Μαλαισία.*			
Στόχος SMART	1	*Να γίνουν τροποποιήσεις στον ισχύοντα νόμο για τον παιδικό γάμο έως το 2019.*	Ως Πότε;	*Τέλος 2019*
	2	*Να αντιμετωπιστούν οι κοινωνικές νόρμες που στηρίζουν την πρακτική μέσω της εκπαίδευσης.*		*Αύγουστος 2019*

Κοινό που Απευθυνόμαστε	1	*Αντιπρόεδρος της Κυβέρνησης και Υπουργείο Γυναικών, Κοινότητας και Οικογενειακής Ανάπτυξης*		
	2	*Αναπληρωτής Υπουργός Γυναικών, Κοινότητας και Οικογενειακής Ανάπτυξης*		
	3	*Υπουργείο Παιδείας*		
Μήνυμα που θέλω να περάσω	1	*Ο παιδικός γάμος είναι επιβλαβής για όλα τα κορίτσια. Είναι λάθος και ο νόμος πρέπει να προστατεύει καλύτερα τα κορίτσια.*		
	2	*Οι Οδηγοί έχουν τη δυνατότητα να φέρουν τις αλλαγές που χρειάζονται για να τερματιστεί ο παιδικός γάμος.*		
	3	*#nobridesunder18 (Όνομα και hashtag της εκστρατείας)*		
Πώς		Μέθοδος	Πότε	Μοίρασμα Εργασιών
Στόχος SMART 1	1	*Ψηφιακή Εκστρατεία Δράσεις στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης από την οργάνωση, συμπεριλαμβανομένης της Αρχηγού και νεαρών ηγετών.*	*Ιούλιος 2018*	*Ομάδα Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε.*
	2	*Εκστρατεία: Συλλογή Υπογραφών Οργάνωση εθνικής εκστρατείας συλλογής υπογραφών ζητώντας αλλαγή του νόμου και παράδοσή της σε βουλευτές.*	*Ιούλιος 2018*	*Ομάδα Συλλογής Υπογραφών*
	3	*Εκστρατεία: Διαμαρτυρίες και Πορείες Διαμαρτυρία μαζί με άλλους ακτιβιστές έξω από το κοινοβούλιο της Μαλαισίας με πλακάτ και πανό.*	*Νοέμβριος 2018*	
	4	*Εκστρατεία: Φεστιβάλ, Συναυλίες, Θεατρικές Παραστάσεις Συμμετοχή στο φεστιβάλ Cooler Lumpur και εργαστήριο δημιουργίας αφισών για τον παιδικό γάμο, οι οποίες εκτέθηκαν στο φεστιβάλ.*	*Οκτώβριος 2018*	*Ομάδα Εκστρατειών*
	5	*Εκστρατεία: Δημόσια Συζήτηση (Debate) Η Διεθνής Επίτροπος των Girl Guides προσκλήθηκε να μιλήσει σε πάνελ για τον τερματισμό του παιδικού γάμου, μαζί με την UNICEF και την Αντιπρόεδρο της Κυβέρνησης, στο Cooler Lumpur Festival.*	*Οκτώβριος 2018*	
Στόχος SMART 2	1	*Άσκηση Πίεσης (Lobbying) Συναντήσεις με βουλευτές και άλλους λήπτες αποφάσεων για να προωθηθεί η εισαγωγή του νομοσχεδίου για τον παιδικό γάμο στην επόμενη συνεδρίαση.*	*Οκτώβριος 2018*	*Advocacy Champions*
	2	*Υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ GGAM και UNICEF Malaysia για κοινή δράση κατά της βίας.*	*Ιανουάριος 2019*	*Ηγεσία της Οργάνωσης*
	3	*Άσκηση Πίεσης σε Τοπικό Επίπεδο Πίεση σε τοπικούς λήπτες αποφάσεων ώστε να υποστηρίξουν τις τροποποιήσεις και να δεσμευτούν για εφαρμογή του νόμου.*	*Μάρτιος 2019*	*Περιφερειακοί Έφοροι*
	4	*Δημιουργία Συμμαχιών: Ανάπτυξη συνεργασιών με οργανισμούς που εργάζονται στο ίδιο ζήτημα, όπως UNICEF και Women's Aid Organisation.*		*Ομάδα Εκπαίδευσης*
	5	*Αναμενόμενο Αποτέλεσμα: Η νεότερη γενιά να είναι καλύτερα προετοιμασμένη να αντιμετωπίσει κάθε μορφή έμφυλης βίας.*		*Έφορος Διεθνών και νέοι ηγέτες*
Αλληλεπίδραση με τα Μ.Μ.Ε.	1	*Τοπική και διεθνής κάλυψη.*	*Νοέμβριος 2018*	*WAGGGS και Ομάδα Επικοινωνίας & Μ.Μ.Ε.*
	2	*Κοινή δημόσια συζήτηση με την UNICEF για μεγαλύτερη απήχηση.*	*Οκτώβριος 2018*	*GGAM, UNICEF*

Η ΣΥΝΗΓΟΡΙΑ ΜΑΣ

Διάρκεια: 30–40 λεπτά εφόσον έχουν συμπληρωθεί τα υπόλοιπα βήματα.*
Υλικά: Πλάνο Δράσης Συνηγορίας, στυλό

1 **Συμπληρώνουμε το πλάνο δράσης της συνηγορίας μας, σύμφωνα με όσα αποφάσισε η Ομάδα μας στα προηγούμενα βήματα.**

ΠΛΑΝΟ ΔΡΑΣΗΣ ΣΥΝΗΓΟΡΙΑΣ				
Το Ζήτημα				
Δεδομένα Έρευνας	1		Πηγές	
	2			
	3			
	4			
Καθορισμός Στρατηγικού Στόχου				
Στόχος SMART	1		Ως Πότε;	
	2			
Κοινό που Απευθυνόμαστε	1			
	2			
	3			
Μήνυμα που θέλω να περάσω	1			
	2			
	3			
Πώς		Μέθοδος	Πότε	Μοίρασμα Εργασιών
Στόχος SMART 1	1			
	2			
	3			
Στόχος SMART 2	1			
	2			
	3			
Αλληλεπίδραση με τα Μ.Μ.Ε.	1			
	2			

ΒΗΜΑ 10

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ/ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Πώς θα ξέρουμε εάν η εκστρατεία μας είναι επιτυχημένη; Η παρακολούθηση και αξιολόγηση της θα μας βοηθήσει να δούμε τη δουλειά μας και να τη βελτιώσουμε αν χρειαστεί.

Παρακολούθηση: Γίνεται τακτικά, ώστε να δούμε πώς πάνε οι δραστηριότητες που έχουμε βάλει στο πλάνο, εάν κάναμε όσα είχαμε συμφωνήσει, εάν είμαστε εντός χρόνου κ.λπ..
Αξιολόγηση: Πραγματοποιείται στο τέλος της εκστρατείας για να διαπιστώσουμε αν ήταν επιτυχημένη ή όχι.

Τόσο η παρακολούθηση όσο και η αξιολόγηση περιλαμβάνουν και τα δύο τη συλλογή δεδομένων. Τα δεδομένα μπορεί να είναι:

Ποσοτικά: Αφορούν αριθμούς, στατιστικά και πράγματα που μπορούμε να μετρήσουμε αντικειμενικά.
Ποιοτικά: Αφορούν συγκρίσεις και περιγραφές που είναι πιο δύσκολο να μετρηθούν.

Τι μπορώ να χρησιμοποιήσω;

- Ερωτηματολόγια, έρευνες: Συλλογή απαντήσεων από άτομα για να κατανοήσετε απόψεις, εμπειρίες ή αλλαγές στη συμπεριφορά.
- Ανασκόπηση εγγράφων: Μπορεί να περιλαμβάνει αναφορές, πρακτικά συναντήσεων, ενημερωτικά δελτία, πολιτικές ή κανονισμούς.
- Παρατηρήσεις και απόψεις από το βασικό σας κοινό: Τι βλέπετε να συμβαίνει στην πράξη και τι λένε οι άνθρωποι που θέλετε να επηρεάσετε.
- Συνεντεύξεις ή συζητήσεις σε ομάδες εστίασης (focus group).
- Δομημένες συζητήσεις με ομάδες 8–10 ατόμων για να κατανοήσετε βαθύτερα τις εμπειρίες και τις ανάγκες τους.
- Μελέτες περίπτωσης (case studies): Αναλυτικές ιστορίες ή παραδείγματα που δείχνουν πώς η εκστρατεία επηρέασε ένα άτομο ή μια ομάδα.
- Παρακολούθηση στα social media: Τι αντιδράσεις, σχόλια, κοινοποιήσεις ή τάσεις εμφανίζονται γύρω από την εκστρατεία σας.
- Κάλυψη από τα Μ.Μ.Ε.: Άρθρα, ρεπορτάζ, αναφορές ή συνεντεύξεις που δείχνουν πώς παρουσιάστηκε η εκστρατεία μας στο ευρύ κοινό.

Κι αν κάτι δεν βγαίνει όπως το σχεδιάσαμε;

Μπορεί να διαπιστώσουμε οτι τα πράγματα δεν είναι όπως τα περιμέναμε. Χρειάζεται ευελιξία και προσαρμογή για να πετύχουμε το στόχο μας – άρα μπορεί να χρειαστεί να αλλάξουμε το πλάνο μας!

ΧΑΡΤΗΣ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Στόχος: Να διαπιστώσουμε τι μπορεί να πάει λάθος στο σχέδιο, ώστε να ξαναγυρίζουμε στους αντικειμενικούς στόχους της εκστρατείας μας.
Διάρκεια: 15–20 λεπτά
Υλικά: Κάρτες, χαρτί, στυλό/μαρκαδόροι

1 Τα μέλη της Ομάδας γράφουν σε κάρτες όλες τις υποθέσεις/παραδοχές που έχουν κάνει για τη συνηγορία (π.χ. «ο δήμος θα μας ακούσει», «οι συμμαθητές μας θα συμμετέχουν»). Τις χωρίζουμε σε:

- Παραδοχές που είναι σίγουρες.
- Παραδοχές που χρειάζονται επιβεβαίωση.
- Παραδοχές που έχουν ρίσκο.

ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Διάρκεια: 20 λεπτά
Υλικά: Πλάνο αξιολόγησης και παρακολούθησης εκστρατείας, στυλό

1 Συμπληρώνουμε τον πίνακα για ορίσουμε τη συχνότητα και τα στοιχεία που θα παρακολουθούμε και θα αξιολογούμε στη διάρκεια της εκστρατείας μας

Κάθε φορά που αναλαμβάνουμε δράση, ειδικά όταν προσπαθούμε να φέρουμε μια αλλαγή, μπορεί να συναντήσουμε άτομα ή ομάδες που αντιδρούν και έρχονται σε αντιπαράθεση μαζί μας. Γι’ αυτό χρειάζεται να σκεφτούμε πιθανούς κινδύνους και πώς μπορούμε να τους αντιμετωπίσουμε.

Πλάνο Παρακολούθησης/Αξιολόγησης	
Συχνότητα Συχνότητα	
Θετικά στοιχεία: *Πώς θα τα ξέρουμε;*	
Αρνητικά στοιχεία: *Πώς θα τα ξέρουμε;*	
Πώς ξέρουμε ότι πετύχαμε;	
Καταμερισμός εργασιών	

Παραδείγματα κινδύνων και προκλήσεων:

- Έλλειψη δημόσιας υποστήριξης για την εκστρατεία.
- Μη επαρκή στοιχεία για να στηρίξουν τον ισχυρισμό σου.
- Έλλειψη πόρων ή χρηματοδότησης.
- Κίνδυνοι για την ασφάλεια ή την ευημερία της Ομάδας μας.

Η αντιμετώπιση της αντιπαράθεσης μπορεί να είναι δύσκολη, αλλά η δουλειά σου στην εκστρατεία δεν πρέπει ποτέ να προκαλεί ανασφάλεια. Κάντε λογικές εκτιμήσεις και μην θέτετε εσάς ή τα μέλη της Ομάδας σας σε κίνδυνο.

ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Διάρκεια: 20 λεπτά
Υλικά: Πλάνο αντιμετώπισης κινδύνων, στυλό

1 Σημειώνουμε μερικούς κίνδυνους ή προκλήσεις που μπορεί να αντιμετωπίσουμε, πόσο πιθανοί είναι και τί μπορούμε να κάνουμε για να τους αποφύγουμε ή μειώσουμε την επίδρασή τους.

	Κίνδυνοι και Προκλήσεις	Βαθμολογία: Χαμηλή/ Μεσαία/Υψηλή	Τι θα κάνουμε για να μειώσουμε τον κίνδυνο;
1.			
2.			
3.			

Κρατάμε πάντα ενήμερο το Αρχηγείο και δεν προβαίνουμε σε πράξεις χωρίς τη σύμφωνη γνώμη του.

ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ
REFLECTION TIME

Ο «Καθρέφτης της Εκστρατείας»

Η Ομάδα στέκεται γύρω από ένα μεγάλο χαρτί χωρισμένο σε τρεις ζώνες:

Τι έχουμε κάνει καλά μέχρι τώρα
Τι δεν είναι ακόμη ξεκάθαρο
Τι χρειαζόμαστε για να νιώσουμε έτοιμοι

Κάθε άτομο γράφει 1–2 post-it σε κάθε ζώνη. Η Ομάδα συζητά τα μοτίβα που εμφανίζονται. Αυτό μας βοηθά να εντοπίσουμε κενά στο σχέδιο πριν ξεκινήσουμε.

«Ο Χάρτης των Συναισθημάτων»

Σε έναν μεγάλο πίνακα υπάρχουν τέσσερις ζώνες:

Ενθουσιασμός
Αβεβαιότητα
Αυτοπεποίθηση
Άγχος

Κάθε μέλος της Ομάδας τοποθετεί αυτοκόλλητα με το όνομά του στη ζώνη που νιώθει ότι αντικατοπτρίζει την κατάστασή του. Μετά συζητά τι χρειάζεται η Ομάδα για να μετακινηθούν όλοι προς την αυτοπεποίθηση.

Μέρος 4ο

Αφού έχετε οργανώσει όλα τα μέρη της συνηγορίας σας, πάμε να υλοποιήσουμε!

ΥΛΟΠΟΙΗΣΕ

Στόχος Κεφαλαίου:

Με το τέλος του κεφαλαίου να μπορούμε να εφαρμόσουμε το πλάνο της εκστρατείας συνηγορίας που ετοιμάσαμε, να παρακολουθούμε και να αξιολογούμε την πρόοδο των δράσεών μας με τη χρήση βασικών δεικτών, να αναγνωρίζουμε και να γιορτάζουμε τουλάχιστον τρεις μικρές επιτυχίες της Ομάδας και της εκστρατείας, καθώς και να κατανοήσουμε πώς η συνηγορία μπορεί να αποτελέσει ένα σταθερό εργαλείο στην Ομάδα μας.

Παρακολουθούμε την πορεία

Κάθε φορά που κάνουμε αξιολόγηση/παρακολούθηση συμπληρώνουμε τον παρακάτω πίνακα. Προτείνουμε να γίνεται μετά από κάθε νέα δράση/εξέλιξη της συνηγορίας μας ή και αν έχουμε μείνει στάσιμοι πολύ καιρό.

Πλάνο Παρακολούθησης/Αξιολόγησης!

Συχνότητα *Κάθε πότε θα εξετάζουμε το πλάνο;*		
Θετικά στοιχεία *Πώς τα ξέρουμε;*		
Αρνητικά στοιχεία *Πώς τα ξέρουμε;*		
Τι χρειάζεται να αλλάξει;		
Με ποιον τρόπο;		
Μοίρασμα Εργασιών		
Είμαστε κοντά στον στόχο ή πρέπει να κάνουμε επαναξιολόγηση του στόχου ώστε να τον πετύχουμε;		

Πώς μετράμε την επιτυχία;

Όταν αξιολογούμε μια δράση, πρέπει πρώτα να συμφωνήσουμε στο τι θα είναι για εμάς επιτυχία! Δηλαδή, χρειάζεται να συμφωνήσουμε ποια είναι τα σημάδια που θα μας δείχνουν αν η κατάσταση βελτιώνεται ή όχι. Αυτά ονομάζονται δείκτες επίδρασης. Οι καλογραμμένοι στρατηγικοί στόχοι και οι SMART αντικειμενικοί στόχοι συνήθως καθιστούν σαφές το είδος των δεικτών που απαιτούνται.

Όσοι επηρεάζονται άμεσα από το ζήτημα είναι συχνά οι πιο κατάλληλοι για να επιλέξουν τους δείκτες επιτυχίας.

Τι δεδομένα χρειαζόμαστε;

Για να αξιολογήσουμε το έργο μας θα χρειαστούμε ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα, ο συνδυασμός τους μας δίνει καλύτερη εικόνα της επιτυχίας! Η αξιολόγησή τους δεν χρειάζεται να είναι μια περίπλοκη διαδικασία, μπορεί να γίνει μέσα από συζήτηση και εξαγωγή συμπερασμάτων, με βάση τις πληροφορίες που έχουμε συγκεντρώσει.

Ποσοτικά δεδομένα

Μπορούν να αποτυπωθούν με αριθμούς; Μερικά Παραδείγματα:

- Πόσα άτομα συμμετείχαν/παρακολούθησαν/ενδιαφέρθηκαν;
- Πόσες υπογραφές μαζεύτηκαν;
- Πόσες προβολές είχε ένα video/πόσα likes είχε μια ανάρτηση;
- Πόσοι φορείς ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμά μας;

Ποιοτικά δεδομένα

Προσφέρουν μια ακριβή περιγραφή, μεταφέρουν ιδέες, γνώμες, εμπειρίες, συναισθήματα κ.λπ.. Μερικά Παραδείγματα:

- Άλλαξε η στάση κάποιων ανθρώπων; Η δική μας;
- Νιώθουμε πιο δυνατά και ενεργά άτομα;
- Άνοιξε συζήτηση στους κύκλους μας;
- Δημιουργήθηκαν νέες συνεργασίες;
- Πώς νιώθουν για την εκστρατεία μας όσοι επηρεάζονται άμεσα;

Προσπαθούμε να συλλέγετε δεδομένα και πληροφορίες που είναι χρήσιμα σε σχέση με τους δείκτες επίδρασής μας.

Μερικές χρήσιμες ερωτήσεις αξιολόγησης:

- Έχουμε πετύχει τον σκοπό και τους στόχους μας;
- Είναι η κατάσταση καλύτερη από πριν; Και πόσο;
- Αν όχι, χρειάζεται να αλλάξουμε τον σκοπό και τους στόχους μας;
- Αν δεν πετύχαμε όσα είχαμε σχεδιάσει, γιατί συνέβη αυτό;
- Είναι οι άνθρωποι που συμμετείχαν στη συνηγορία ικανοποιημένοι με τα αποτελέσματα και με τη διαδικασία;

Πού μπορούμε να δούμε τι αντίκτυπο είχε η εκστρατεία μας;

- Καταγραφή περιστατικών, ιστοριών και συνομιλιών με τις ομάδες-στόχους.
- Παρακολούθηση περιπτώσεων όπου άλλοι έχουν χρησιμοποιήσει τα επιχειρήματά μας ή τη διατύπωσή μας στα δικά τους κείμενα ή παρουσιάσεις.
- Φύλαξη σημαντικών μηνυμάτων, επιστολών και e-mail που λάβαμε.
- Τεκμηρίωση και αρχειοθέτηση των μηνυμάτων που έχουμε δημοσιεύσει, του αριθμού συναντήσεων που πραγματοποιήθηκαν και των προσκλήσεων που λάβαμε από σημαντικούς εξωτερικούς φορείς.
- Διενέργεια ερευνών και συνεντεύξεων για να διαπιστώσουμε ποιον αντίκτυπο είχαν οι δράσεις μας.
- Παρακολούθηση των μέσων ενημέρωσης για αναφορές στο έργο μας.

Μικρές επιτυχίες = ευκαιρία για εορτασμό!

Είναι σημαντικό να γιορτάζουμε όλες τις μικρές νίκες της εκστρατείας μας! Οι μικρές νίκες είναι τα σημάδια ότι η εκστρατεία μας κινείται προς τη σωστή κατεύθυνση. Μπορεί να μην αλλάζουν τον κόσμο από τη μια μέρα στην άλλη, αλλά μας δείχνουν ότι η προσπάθειά μας έχει αποτέλεσμα, και μας δίνουν τη δύναμη να συνεχίσουμε!

Πώς θέλουμε να μοιάζουν οι εορτασμοί μας;

Μπορεί να είναι κάτι πολύ απλό, όπως ένα κέρασμα, μια βόλτα ή μια αγαπημένη δραστηριότητα της Ομάδας. Επιπλέον, μπορούμε να σκεφτούμε ειδικές δραστηριότητες, όπως:

- Να μοιραστούμε μικρές, προσωπικές ιστορίες προόδου (π.χ. «5-λεπτο μικρής νίκης»). Οι προσωπικές ιστορίες ενισχύουν την αυτοπεποίθηση και τη συλλογική ταυτότητα.
- Να ευχαριστήσουμε τα μέλη της Ομάδας, λέγοντας «σε ευχαριστώ γιατί...».
- Η αμοιβαία αναγνώριση είναι πολύ σημαντική όχι μόνο γιατί μας υπενθυμίζει όσα έχουμε κάνει αλλά και γιατί μας βοηθά να αναγνωρίσουμε ακόμη και πράγματα που δεν είχαμε συνειδητοποιήσει ότι έχουμε καταφέρει.
- Να δημιουργήσουμε ένα post ή newsletter για το κοινό μας, έτσι οι μικρές επιτυχίες μας μοιράζονται και κοινοποιούνται, και ο αντίκτυπος πολλαπλασιάζεται!

Checklist για τους μικρούς εορτασμούς!

Με τη παρακάτω λίστα που θα χρησιμοποιήσουμε ως χάρτη, παρακολουθούμε τα milestones, δηλαδή τα σημαντικά σημεία της πορείας της εκστρατείας μας, κατά τη διάρκεια της υλοποίησης! Ο χάρτης αυτός προσαρμόζεται πάνω στη δική μας συνηγορία. Πρώτα σημειώνουμε στον χάρτη τα σημαντικά αυτά σημεία, έπειτα, ανάμεσά τους, βάζουμε τα βήματα που χρειάζονται για να φτάσουμε από το πρώτο στο δεύτερο σημείο! Κάθε φορά που φτάνουμε σε κάποιο σημείο, δεν ξεχνάμε:

- Να κάνουμε αξιολόγηση.
- Να γιορτάσουμε.

Δεν χρειάζεται να περιοριστείτε στα σημεία του παρακάτω παραδείγματος! Δημιουργήστε τον δικό σας χάρτη με τα δικά σας σημεία! Παράδειγμα:

- Ημέρα έναρξης εκστρατείας!
- Η πρώτη αλληλεπίδραση με το κοινό.
- Η πρώτη επικοινωνία με ένα άτομο που μπορεί να λάβει απόφαση για το ζήτημα.
- Η πρώτη μικρή επιτυχία.
- Ημέρα τελικής αξιολόγησης.
- Ολοκλήρωση της εκστρατείας.
- Τελικός εορτασμός!

Ολοκλήρωση εκστρατείας

Η ολοκλήρωση μιας εκστρατείας συνηγορίας είναι κάτι σημαντικό, όχι μόνο επειδή «τελειώσαμε», αλλά επειδή καταφέραμε κάτι μαζί. Ανεξάρτητα από το αν πετύχαμε στο 100% τον στρατηγικό στόχο, σίγουρα πετύχαμε πολλά μικρά πράγματα που αξίζουν αναγνώριση. Δεν είναι μια απλή γιορτή. Είναι μια στιγμή για:

- Να δούμε πόσο έχουμε εξελιχθεί,
- Να αναγνωρίσουμε τις μικρές νίκες που συχνά περνούν απαρατήρητες,
- Να νιώσουμε περήφανοι για την προσπάθεια,
- Να κλείσουμε τον κύκλο της εκστρατείας με θετικό τρόπο,
- Να κρατήσουμε τη διάθεση και την ενέργεια για την επόμενη δράση.

Όταν γιορτάζουμε, δίνουμε αξία στη δουλειά μας και θυμόμαστε ότι η αλλαγή δεν γίνεται μόνο με μεγάλα βήματα, γίνεται και με μικρές, σταθερές κινήσεις που κάνουμε ως Ομάδα. Γι' αυτό, πριν προχωρήσετε σε κάτι διαφορετικό, πάρτε λίγο χρόνο να γιορτάσετε όσα πετύχατε. Το αξίζετε!

Πώς μπορεί να μοιάζει αυτός ο εορτασμός;

Μπορεί να γίνει σε μια μικρή τελετή ή παρουσίαση, είτε ανοιχτή στο κοινό είτε μεταξύ μας Μερικές ιδέες:

- Video recap με τις καλύτερες στιγμές.
- «Τοίχος επιτυχίας» με φωτογραφίες.
- Τελικό post στα social media/newsletter.
- Βραβεύσεις ομάδας τύπου «Βραβείο Δημιουργικότητας», «Βραβείο Επιμονής», «Βραβείο Υποστηρικτικότητας» κ.ο.κ..

Και μετά την υλοποίηση του Πλάνου Συνηγορίας;

Μια συνηγορία δεν τελειώνει απαραίτητα με το τέλος του πλάνου συνηγορίας μας. Εάν ένα ζήτημα μας απασχολεί ως Ομάδα, μπορούμε να το κρατήσουμε ζωντανό! Βρείτε τρόπους να συνεχίσει να ασχολείται η Ομάδα σας με το ζήτημα (π.χ. στόχος χρονιάς, θέμα συγκεντρώσεων, κ.λπ.).

- Μεταφέρετε την εμπειρία σας σε άλλους Μ.Ο./Ν.Ο.
- Σκεφτείτε ιδέες για τα επόμενα βήματα (π.χ. νέα εκστρατεία με άλλους στόχους).
- Μιλήστε με άλλους φορείς και συνεχίστε να παρακολουθείτε την πορεία του ζητήματος.

Το γνωρίζατε; Η κάθε Ομάδα μπορεί να μοιραστεί το σχέδιο και τα αποτελέσματα μιας εκστρατείας συνηγορίας που υλοποίησε με την WAGGGS. Για περισσότερες λεπτομέρειες, επικοινωνήστε με του Σ.Ε.Ο.: inter@seo.gr!

Θυμηθείτε:

Η αλλαγή πολιτικής είναι μια αργή διαδικασία, η επίτευξη των στόχων μιας συνηγορίας μπορεί να πάρει και χρόνια... Μετράμε το ταξίδι, όχι μόνο το αποτέλεσμα! Στη συνηγορία η επιτυχία δεν είναι μόνο «πέρασε ο νόμος» ή «άλλαξε η πολιτική».

- Πόσους συμμάχους κερδίσαμε;
- Πόσες συναντήσεις κάναμε;
- Πόσους επηρεάσαμε;
- Πόσο άλλαξε η στάση του κοινού;
- Πόσο δυνατή έγινε η φωνή μας;

Η επιτυχία δεν ανήκει μόνο σε εμάς. Στη συνηγορία σχεδόν ποτέ δεν είμαστε οι μόνοι που προσπαθούμε να φέρουμε μια αλλαγή. Υπάρχουν Μ.Κ.Ο., πολίτες, άλλες ομάδες νέων, δημοτικοί φορείς που μπορεί να ασχολούνται παράλληλα με εμάς για το ζήτημα που μας απασχολεί. Άρα, ας πούμε «Συμβάλαμε σε αυτή την αλλαγή», αντί για «το πετύχαμε μόνοι μας».

ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΣ
REFLECTION TIME

Αναλογίσου όλη τη διαδικασία και την εμπειρία σου από τη συμμετοχή σου στην εκστρατεία συνηγορίας... Τι έχει αλλάξει;

Σημείωσε τα...

Παλαιότερα πίστευα... ***Τώρα πιστεύω...***

για το θέμα της εκστρατείας

για την Ομάδα μου

για το ρόλο μου

για τους ανθρώπους που συναντήσαμε

για τις δυσκολίες

για την αλλαγή

για τον εαυτό μου

για το μέλλον

Η εκστρατεία της συνηγορίας μας κάπου εδώ ολοκληρώνεται. Κρατάμε όλα όσα μάθαμε από αυτή την εμπειρία, για τον εαυτό μας, την Ομάδα μας και τον κόσμο. Αυτά αποτελούν πολύτιμα εφόδια στη διαδρομή μας ως ενεργοί πολίτες, που συμμετέχουν, εκφράζονται και αναλαμβάνουν δράση για όσα τους απασχολούν.

Γιατί η συνηγορία δεν είναι μια ακόμα δραστηριότητα. Είναι τρόπος έκφρασης και ένα ουσιαστικό εργαλείο που μας επιτρέπει να υπερασπιζόμαστε αξίες, να αναδεικνύουμε ζητήματα και να συμβάλλουμε ενεργά στη βελτίωση του κόσμου γύρω μας.

Κάθε φορά που θέλουμε να βάλουμε το λιθαράκι μας για έναν καλύτερο κόσμο, μπορούμε να επιστρέφουμε σε αυτόν τον Οδηγό και να αξιοποιήσουμε όσα έχουμε μάθει. Έτσι καλλιεργείται στην πράξη ο ρόλος μας ως ενεργού πολίτη.

Το μόνο που χρειάζεσαι είναι να κάνεις ένα Ν.Τ.Ο.Υ.!

ΚΑΝΕ ΝΤΟΥ!

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΝΗΓΟΡΙΩΝ

Οι 16 Ημέρες Ακτιβισμού κατά της Έμφυλης Βίας

Οι 16 Ημέρες Ακτιβισμού (Orange the world – 16 days of activism) είναι μια διεθνής εκστρατεία υπό την ηγεσία της Κοινωνίας των Πολιτών που πραγματοποιείται κάθε χρόνο. Ξεκινά από τις 25 Νοεμβρίου, Παγκόσμια Ημέρα για την Εξάλειψη της Βίας κατά των Γυναικών και ολοκληρώνεται στις 10 Δεκεμβρίου, Ημέρα Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, καταδεικνύοντας ότι η βία κατά των γυναικών είναι η πιο διαδεδομένη παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων παγκοσμίως.

Κάθε χρόνο, η εκστρατεία αφιερώνεται σε ένα διαφορετικό τρόπο που η έμφυλη βία επηρεάζει την καθημερινότητα των γυναικών και των κοριτσιών. Η WAGGGS, όπως και πολλές άλλες οργανώσεις, συμμετέχει ενεργά στην εκστρατεία, με επικοινωνιακό υλικό και προτεινόμενες δραστηριότητες για τις ομάδες κάθε ηλικίας.

Για την εκστρατεία της WAGGGS, δεδομένα και τρόπους εμπλοκής: https://www.wagggs.org/en/what-we-do/stop-the-violence/about-campaign/

Video: https://www.youtube.com/watch?v=KqoG-JsuzQk



Πηγή: WAGGGS

#MeToo

Η φράση “Me Too” αρχικά χρησιμοποιήθηκε σε αυτό το πλαίσιο στα social media το 2006, και συγκεκριμένα στο MySpace, από το θύμα σεξουαλικής παρενόχλησης και ακτιβίστρια, Ταράνα Μπερκ. Παρόμοια με άλλα κοινωνικά κινήματα που επιδιώκουν δικαιοσύνη και ενδυνάμωση, και αυτό βασίζεται στην ανάγκη να σπάσει η σιωπή. Ο σκοπός του Me Too, όπως αρχικά τον εξέφρασε η Μπερκ και αργότερα και άλλοι που υιοθέτησαν αυτήν την τακτική, είναι να ενδυναμώσει τις γυναίκες μέσω της ενσυναίσθησης και της αλληλεγγύης, μέσω της δύναμης των αριθμών, ιδιαίτερα για νέες και ευάλωτες γυναίκες, παρουσιάζοντας δημοσίως πόσες γυναίκες επιβίωσαν από σεξουαλική επίθεση και παρενόχληση, ιδιαίτερα στον χώρο εργασίας.

Το κίνημα άρχισε να διαδίδεται όλο και περισσότερο στις αρχές Οκτωβρίου 2017 μετά τις καταγγελίες πολλών γυναικών κατά του ισχυρού άνδρα του Χόλιγουντ Χάρβεϊ Γουάινστιν κατηγορώντας τον για σεξουαλική επίθεση. Με τη χρήση του #MeToo, όλο και περισσότεροι άνθρωποι έβγαιναν μπροστά και μιλούσαν για την εμπειρία και την κακοποίησή τους, οδηγώντας σε απολύσεις, σφοδρή κριτική και ισχυρές αντιδράσεις στον χώρο. Παράλληλα, το #MeToo έγινε η αφορμή για έναν ευρύτερο κοινωνικό διάλογο για την σεξουαλική παρενόχληση και την ισότητα των φύλων σε όλο τον κόσμο.

Μάθετε περισσότερα στο: https://metoomvmt.org/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=u1Rb7TGgsp4



Πηγή: Damian Dovarganes/AP Photo

Ο βιαστής είσαι εσύ

Το 2019 κυκλοφόρησε ένα video με χιλιάδες γυναίκες στους δρόμους του Σαντιάγο της Χιλής να χορεύουν ρυθμικά και να τραγουδούν με δεμένα τα μάτια με μαύρο μαντήλι. Με κεντρικό σύνθημα «Ένας βιαστής στο δρόμο σας», το τραγούδι δημιουργήθηκε από τη χιλιανή φεμινιστική ομάδα Las Tesis και εξαπλώνεται όχι μόνο στη Χιλή, αλλά και σε ολόκληρο τον κόσμο. Με αυτό τον τρόπο έδειχναν ότι η ευθύνη δεν ανήκει στα θύματα αλλά στους θύτες και στις δομές εξουσίας.

Το τραγούδι μεταφράστηκε σε διάφορες γλώσσες και πραγματοποιήθηκαν αντίστοιχες διαμαρτυρίες σε ολόκληρο τον κόσμο. Το «Ο βιαστής είσαι εσύ» δεν ήταν απλώς ένα τραγούδι ή μια performance αλλά μια παγκόσμια κραυγή διαμαρτυρίας που έφερε στο φως την κουλτούρα του βιασμού και ενίσχυσε τη συλλογική δράση ενάντια στην έμφυλη βία.

Video: https://www.youtube.com/watch?v=yJGE9zqgna8



Πηγή: Το μωβ, φωτογραφία Εβίτα Παρασκευοπούλου

Fridays for Future

Το Fridays for Future είναι ένα διεθνές μαθητικό και φοιτητικό κίνημα που τάσσεται υπέρ της αειφόρου κλιματικής πολιτικής. Ξεκίνησε το 2018, όταν η 15χρονη Γκρέτα Τούνμπεργκ άρχισε να απεργεί από το σχολείο κάθε Παρασκευή για να διαμαρτυρηθεί για την έλλειψη δράσης σχετικά με την κλιματική αλλαγή, με ένα πανό που έγραφε «Σχολική απεργία για το κλίμα». Το κίνημα οργανώνει μαθητικές απεργίες και διαδηλώσεις σε όλο τον κόσμο, απαιτώντας από τις κυβερνήσεις να λάβουν επείγοντα μέτρα για την αντιμετώπιση της κλιματικής κρίσης, όπως η μετάβαση σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας και η διακοπή της εξόρυξης ορυκτών καυσίμων.

Στην Ελλάδα το κίνημα ξεκίνησε το 2019 όταν και δημιουργήθηκε το Fridays For Future Greece. Η μαθήτρια Αριάδνη και η μεγαλύτερη αδελφή της, Μαρία Παπαθεοδώρου, οργάνωσαν την πρώτη κινητοποίηση στη χώρα μας μέσα από τα social media. Το κίνημα είναι βέβαια παγκόσμιο και συγκροτείται από τους νέους για νέους που επιλέγουν να διαμαρτυρηθούν, κάθε άτομο στη δική του χώρα.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.instagram.com/fridaysforfuture/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=u1Rb7TGgsp4



Πηγή: Fridays for Future Greece/Facebook

Black Lives Matter

Το Black Lives Matter (BLM)—που σημαίνει «οι μαύρες ζωές έχουν αξία»—είναι ένα διεθνές ακτιβιστικό κίνημα με επίκεντρο τις ΗΠΑ που προέρχεται από την αφροαμερικανική κοινότητα, το οποίο εκστρατεύει ενάντια στη βία και τον συστημικό ρατσισμό προς τους μαύρους. Το 2013, το κίνημα ξεκίνησε με τη χρήση του χάσταγκ #BlackLivesMatter στα κοινωνικά μέσα μετά την αθώωση του Τζορτζ Ζίμερμαν για τη δολοφονία με πυροβολισμό του Αφροαμερικανού εφήβου Τρέιβον Μάρτιν τον Φεβρουάριο του 2012.
Το κίνημα αναζωπυρώθηκε με κύματα διαμαρτυριών το 2020, όταν ο 46χρονος Αφροαμερικανός Τζορτζ Φλόιντ έχασε τη ζωή του όταν ο λευκός αστυνομικός Ντέρεκ Σόβιν διατήρησε το γόνατό του στον λαιμό του Φλόιντ επί 8 λεπτά και 45 δευτερόλεπτα κατά τη διάρκεια σύλληψής του και ενώ εκείνος ήταν δεμένος με χειροπέδες και με το κεφάλι στο έδαφος, οδηγώντας τον σε ασφυξία.

Μάθετε περισσότερα στο: https://blacklivesmatter.com/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=QCLjCg4D-FQ



Πηγή: Maddie Meyer/Getty Images

Ice Bucket Challenge

Το Ice Bucket Challenge ήταν ένα από τα περισσότερο διαδεδομένα Video του 2014. Σκοπός της διαδικτυακής πρόκλησης ήταν να ενημερώσει τον κόσμο για την ALS (Αμυοτροφική Πλευρική Σκλήρυνση, γνωστή και ως νόσος του Lou Gehrig), με τη ρίψη πάγου ή παγωμένου νερού από έναν κουβά σε κάποιον και να καταγράφεται η αντίδρασή του σε Video, και να συγκεντρώσει πόρους για την έρευνα της ασθένειας και την υπεράσπιση όσων ζουν με αυτή.

Μέσα σε μερικές μόνο εβδομάδες, συγκεντρώθηκαν δωρεές εκατομμυρίων δολαρίων για ερευνητικά ιδρύματα και οργανισμούς που βοηθούν στην καταπολέμηση της ALS, νευρολογικής πάθησης που σταδιακά προκαλεί απώλεια κινητικών και σωματικών λειτουργιών.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.als.org/ibc
Video: https://www.youtube.com/watch?v=bBPc1y7hc4Q



Πηγή: Elise Amendola—AP

Όχι στους παιδικούς γάμους!

Όταν ένα 11χρονο κορίτσι αναγκάστηκε να παντρευτεί έναν άνδρα σχεδόν τριπλάσια ηλικία το 2018, μέλη των Οδηγών της Μαλαισίας (Girl Guides Association of Malaysia) αποφάσισαν να πάρουν θέση. Εκμεταλλεύτηκαν την προβολή της ιστορίας από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για να δημιουργήσουν μια εκστρατεία υπεράσπισης για τον τερματισμό του παιδικού γάμου. Μέσω της έρευνάς τους, τα κορίτσια και οι νεαρές γυναίκες συνειδητοποίησαν ότι η υπάρχουσα νομοθεσία είχε κενά που καθιστούσαν νόμιμο τον γάμο παιδιών σε ορισμένες περιοχές της Μαλαισίας. Η εκστρατεία #nobridesunder18 ήταν εξαιρετικά επιτυχημένη και, σε συνεργασία με άλλες ομάδες, εξασφάλισε 156.000 υπογραφές. Σαράντα Οδηγοί ένωσαν τις δυνάμεις τους με άλλες ακτιβίστριες σε μια διαμαρτυρία έξω από το κοινοβούλιο της Μαλαισίας, όπου τα κορίτσια κρατούσαν πλακάτ και πανό και φώναζαν συνθήματα όπως «Έι, χο χο, ο παιδικός γάμος πρέπει να σταματήσει».

Μάθετε περισσότερα: https://www.wagggs.org/fr/news/malaysia-guides-meet-government-officials-drive-end-child-marriage/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=FAyqVx70oBQ



Πηγή: WAGGGS, φωτογραφία: Edwin Lam

Παράνομος ο ακρωτηριασμός γυναικείων γεννητικών οργάνων

Το 2013, Οδηγοί από τη Μάλτα δημιούργησαν μια εκστρατεία συνηγορίας, αφού επαγγελματίες υγείας μεταξύ αυτών αναγνώρισαν ότι πολλές από τις γυναίκες πρόσφυγες που θεράπευαν είχαν υποστεί ακρωτηριασμό των γυναικείων γεννητικών οργάνων.

Εκείνη την εποχή υπήρχε μικρή επίγνωση για τον ακρωτηριασμό των γυναικείων γεννητικών οργάνων, γι' αυτό αποφάσισαν να ευαισθητοποιήσουν την αστυνομία, τους επαγγελματίες υγείας και την εκπαιδευτική κοινότητα. Καθώς δεν υπήρχαν πολιτικές ή νόμοι που να αφορούν τον ακρωτηριασμό των γυναικείων γεννητικών οργάνων στη χώρα τους, αποφάσισαν να ασκήσουν πιέσεις στην κυβέρνηση για να τον καταστήσει παράνομο. Με την υποστήριξη των κοινοτήτων που είχαν εκπαιδεύσει για το θέμα, άσκησαν πίεση στην κυβέρνηση να θεσπίσει νομοθεσία που να καθιστά παράνομη την πραγματοποίηση του ακρωτηριασμού των γυναικείων γεννητικών οργάνων στη Μάλτα.

Video: https://www.facebook.com/MaltaGirlGuides/videos/join-mgg-in-the-fight-against-fgm-16ways-in-16days-girlsarevaluable/10153892281802046/



Πηγή: X/Malta Girl Guides

Μηδενική Πείνα

Η Ανίτρα Ράρισον, Οδηγός από τη Μαδαγασκάρη και γεωπόνος, υποστήριξε με επιτυχία τις προσπάθειες της κοινωνίας των πολιτών να αυξήσει τον προϋπολογισμό της κυβέρνησής της για τη διατροφή από λιγότερο από 1% σε 3%, ασκώντας πίεση σε εθνικούς και παγκόσμιους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων αυτοπροσώπως και μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Ως παγκόσμια Ηγέτιδα Νέων για τη Διατροφή, η Ανίτρα στόχευσε το Εθνικό Γραφείο Διατροφής (ONN) και το Κίνημα SUN για την Κοινωνία των Πολιτών για να ζητήσουν αυξημένη ιεράρχηση των εφήβων κοριτσιών, χρησιμοποιώντας σαφή μηνύματα σχετικά με το πώς μπορούν να επηρεαστούν δυσανάλογα από τον υποσιτισμό, λόγω της ηλικίας και του φύλου τους. Αφού έθεσε τις βάσεις στη Μαδαγασκάρη, η Ανίτρα άσκησε πίεση σε παγκόσμιους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων στην Ουάσινγκτον των ΗΠΑ και στο Παγκόσμιο Φεστιβάλ Πολιτών στο Γιοχάνεσμπουργκ της Νότιας Αφρικής, όπου μίλησε σε μια συζήτηση υψηλού επιπέδου για τον στόχο του ΟΗΕ για μηδενική πείνα.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.ennonline.net/sites/default/files/NEX12_English_20July19_5-7.pdf



Πηγή: WAGGGS

Plastic-free July

Η πρωτοβουλία Plastic Free July γεννήθηκε το 2011 από την Ρεμπέκα Πρίνς-Ρουίζ στην Αυστραλία και γρήγορα εξελίχθηκε σε παγκόσμιο κίνημα. Κάθε Ιούλιο, εκατομμύρια άνθρωποι δεσμεύονται να μειώσουν ή να εξαλείψουν τη χρήση πλαστικών μιας χρήσης στην καθημερινότητά τους. Η εκστρατεία έχει εμπνεύσει σχολεία, επιχειρήσεις και κυβερνήσεις να υιοθετήσουν πιο βιώσιμες πρακτικές. Το αποτέλεσμα είναι εντυπωσιακό: εκατοντάδες εκατομμύρια συμμετέχοντες έχουν αποτρέψει την παραγωγή εκατομμυρίων τόνων πλαστικών απορριμμάτων, ενώ παράλληλα έχει ενισχυθεί η κοινωνική συνείδηση γύρω από το πρόβλημα της πλαστικής ρύπανσης.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.plasticfreejuly.org/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=V0PC8Mn4yNQ



Πηγή: Remitly

Free Periods

Η εκστρατεία Free Periods το 2017, όταν η 17 ετών Αμίκα Τζόρτζ όταν συνειδητοποίησε ότι χιλιάδες μαθήτριες στο Ηνωμένο Βασίλειο αναγκάζονταν να λείπουν από το σχολείο επειδή δεν είχαν πρόσβαση σε προϊόντα περιόδου. Μέσα από διαδηλώσεις έξω από το κοινοβούλιο και δυναμική παρουσία στα social media, η εκστρατεία της απέκτησε μεγάλη απήχηση και το 2020 οδήγησε την κυβέρνηση να θεσπίσει πολιτική για δωρεάν προϊόντα περιόδου σε όλα τα σχολεία της Αγγλίας.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.freeperiods.org/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=7wAwLpNAn20



Πηγή: B.B.C.

Disruptorxs: Πλατφόρμα για LGBTIQ+ νέους

Το Disruptorxs είναι μια νεανική πρωτοβουλία που δημιουργήθηκε από 14 νέους ακτιβιστές στη Γουατεμάλα, με στόχο να στηρίξει LGBTIQ+ εφήβους και νέους που ζουν στην περιφέρεια μεγάλων και μικρών πόλεων, με πρόσβαση σε πληροφορίες για ψυχική υγεία, σεξουαλική υγεία ή ασφαλή δίκτυα υποστήριξης. Για να καλύψουν αυτό το κενό, οι νέοι δημιούργησαν μια ψηφιακή πλατφόρμα φροντίδας, όπου οι LGBTIQ+ νέοι μπορούν να βρουν αξιόπιστη ενημέρωση, ευκαιρίες, κοινότητες υποστήριξης και ιστορίες που αντικατοπτρίζουν τη δική τους πραγματικότητα. Η ομάδα χρησιμοποιεί εργαλεία ψηφιακής συνηγορίας, συλλογική γνώση και δημόσια ορατότητα για να ενισχύσει την αυτοπεποίθηση και την ασφάλεια των νέων.

Μάθετε περισσότερα στο: https://disruptorxs.com/



Πηγή: Instagram/Disruptorxs

Linda Data: Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Μετά από τη διαρροή προσωπικών του δεδομένων στο διαδίκτυο, ο Κενυάτης Christopher Arunga μαζί με άλλους πέντε διαδικτυακούς ακτιβιστές δημιούργησαν την εκστρατεία Linda Data, το οποίο σημαίνει «Προστατεύστε τα Δεδομένα». Μέσα από επισκέψεις σε πανεπιστημιουπόλεις, συζητήσεις στις κοινότητες και διαδικτυακή συνηγορία, υποστηρίζουν τους νέους να κατανοήσουν τόσο τους κινδύνους όσο και τα δικαιώματά τους στο διαδίκτυο, για τη σημασία της ενημερωμένης συναίνεσης, της ιδιωτικότητας, της ψηφιακής ασφάλειας και των υπαρχουσών νομικών προστασιών. Παράλληλα, ασκούν πίεση για μεγαλύτερη λογοδοσία από τις εταιρείες τεχνολογίας και τους φορείς που συλλέγουν και χρησιμοποιούν τα προσωπικά δεδομένα των πολιτών.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.instagram.com/linda_data_/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=vaXScIX2CxY



Πηγή: Instagram / LindaData

Κίνημα Λατινοαμερικανικής Νεολαίας

Το Movimiento Juvenil Latinoamericano ιδρύθηκε στα τέλη του 2019 με τη στήριξη διεθνών οργανισμών και σήμερα δρα σε επτά χώρες της Λατινικής Αμερικής (Μεξικό, Γουατεμάλα, Ελ Σαλβαδόρ, Ονδούρα, Κόστα Ρίκα, Παναμάς και Κολομβία). Στόχος του είναι να ενισχύσει τη φωνή των νέων στη δημόσια ζωή και να προωθήσει τη δημοκρατία, τα ανθρώπινα δικαιώματα και την κοινωνική και περιβαλλοντική δικαιοσύνη. Δίνουν έμφαση στη συμμετοχή των νέων ιθαγενών στη δημόσια ζωή, ώστε να έχουν λόγο στις αποφάσεις που επηρεάζουν τις κοινότητές τους, και αναδεικνύουν παραβιάσεις δικαιωμάτων και να πιέσουν για θεσμικές αλλαγές. Μέχρι στιγμής, έχει συμβάλει στην αναγνώριση της νέας γενιάς ως καταλύτη κοινωνικής αλλαγής και στην ενίσχυση της δημοκρατικής κουλτούρας στην περιοχή.

Μάθετε περισσότερα στο: https://juventudlac.org/



Πηγή: S. Ramos

Βία και διαχείριση πένθους

Το Kollectiv Sorg (Συλλογική Θλίψη) ξεκίνησε στη Σουηδία ως μια ανοιχτή επιστολή νέων που ζητούσαν από την κοινωνία και τους πολιτικούς να σταματήσουν να αντιμετωπίζουν τη βία ως απλούς αριθμούς και να δουν τους ανθρώπους πίσω από κάθε στατιστικό. Πολύ γρήγορα εξελίχθηκε σε ομάδα νέων της Διεθνούς Αμνηστίας και στη συνέχεια σε ένα ευρύτερο κίνημα που μιλά για την απώλεια, την ασφάλεια και τις βαθύτερες αιτίες της βίας. Η ομάδα δημιούργησε το Collective Talks, μια ομάδα αλληλοϋποστήριξης που συναντιέται αρκετές φορές τον μήνα και προσφέρει ασφαλή χώρο σε συγγενείς θυμάτων και νέους που έχουν επηρεαστεί άμεσα από τη βία. Παράλληλα, οργανώνει δημόσιες εκθέσεις σε γκαλερί και εκκλησίες της Στοκχόλμης, καθώς και ανοιχτές συζητήσεις που χρησιμοποιούν την τέχνη για να ανοίξουν δύσκολους διαλόγους γύρω από την απώλεια, την ασφάλεια και την ελπίδα.

Μάθετε περισσότερα στο: https://kollektivsorg.se/#hem



Πηγή: Amnesty International

Time to change

Η εκστρατεία Time to Change οργανώθηκε και υλοποιήθηκε από τις βρετανικές φιλανθρωπικές οργανώσεις Mind και Rethink Mental Illness. Ξεκίνησε το 2007 και διήρκεσε μέχρι το 2021, με στόχο να μειώσει το στίγμα γύρω από την ψυχική υγεία. Μέσα από τηλεοπτικές εκστρατείες, δράσεις σε σχολεία και χώρους εργασίας, καθώς και προσωπικές ιστορίες ανθρώπων που μοιράστηκαν δημόσια τις εμπειρίες τους, κατάφερε να αλλάξει την κοινωνική στάση: οι προκαταλήψεις απέναντι σε άτομα με ψυχικές δυσκολίες μειώθηκαν κατά περίπου 27%, ενώ αυξήθηκε σημαντικά η προθυμία των πολιτών να μιλήσουν ανοιχτά για την ψυχική τους κατάσταση.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.time-to-change.org.uk/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=5WkzmAHPQaw



Πηγή: S. Implemental

Save the Arctic

Η εκστρατεία Save the Arctic της Greenpeace ξεκίνησε το 2012 με στόχο να προστατευτεί η Αρκτική από τις πετρελαϊκές γεωτρήσεις και την υπεραλίευση. Μέσα από δυναμικές δράσεις, όπως συμβολικές κινητοποιήσεις έξω από τα γραφεία μεγάλων εταιρειών, κατάφερε να τραβήξει την παγκόσμια προσοχή. Η πίεση που ασκήθηκε οδήγησε εταιρείες όπως η Shell να αποσυρθούν από σχέδια γεωτρήσεων στην περιοχή, ενώ παράλληλα ενίσχυσε τη συζήτηση σε διεθνείς οργανισμούς για την ανάγκη δημιουργίας ενός προστατευμένου καταφυγίου γύρω από τον Βόρειο Πόλο.

Μάθετε περισσότερα: https://www.greenpeace.org/usa/protect-the-arctic/



Πηγή: Wikipedia/Save The Arctic

BreatheLife

Η εκστρατεία BreatheLife, που ξεκίνησε το 2016 από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας και άλλους διεθνείς φορείς, επικεντρώνεται στη μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης. Μέσα από συνεργασίες με πόλεις και χώρες, παρέχει τεχνική υποστήριξη για καθαρότερη ενέργεια, βιώσιμες μεταφορές και καλύτερη διαχείριση αποβλήτων. Σήμερα, περισσότερες από 70 πόλεις και χώρες συμμετέχουν στο δίκτυο της εκστρατείας, καλύπτοντας εκατοντάδες εκατομμύρια ανθρώπους. Η εκστρατεία έχει συμβάλει σε δεσμεύσεις για βελτίωση της ποιότητας του αέρα και προστασία της δημόσιας υγείας μέχρι το 2030.

Μάθετε περισσότερα στο: https://breathelife2030.org/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=n3DM5scRpns



Πηγή: BreatheLife

#WeThe15

Ξεκίνησε το 2021 από τη Διεθνή Παραολυμπιακή Επιτροπή και οργανώσεις ανθρωπίνων δικαιωμάτων, στοχεύει να αναδείξει τα δικαιώματα του 15% του παγκόσμιου πληθυσμού που ζει με αναπηρία. Με διεθνείς συνεργασίες, εκδηλώσεις και καμπάνιες ευαισθητοποίησης, έχει ήδη οδηγήσει σε νέες πολιτικές ένταξης και προσβασιμότητας, ενώ παράλληλα ενισχύει την ορατότητα και τη φωνή των ατόμων με αναπηρία σε παγκόσμιο επίπεδο.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.paralympic.org/news/wethe15-global-human-rights-movement-1-2-billion-persons-disabilities
Video: https://www.youtube.com/watch?v=gHCDvdCaJhI



Πηγή: Paralympic/wethe15

End the awkward

Το “End the Awkward” ήταν μια εκστρατεία που ξεκίνησε το 2014 από τη βρετανική οργάνωση Scope, με στόχο να μειώσει την αμηχανία και το κοινωνικό στίγμα που συχνά συνοδεύει τις αλληλεπιδράσεις με άτομα με αναπηρία. Μέσα από χιουμοριστικά τηλεοπτικά σποτ, Video και δυναμική παρουσία στα social media, παρουσίασε καθημερινές καταστάσεις όπου οι άνθρωποι δεν ήξεραν πώς να αντιδράσουν, ενθαρρύνοντάς τους να συμπεριφέρονται φυσιολογικά και χωρίς φόβο. Η εκστρατεία έφτασε σε εκατομμύρια πολίτες στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενίσχυσε τη δημόσια συζήτηση για την κοινωνική ένταξη των ατόμων με αναπηρία και έδωσε ώθηση σε πολιτικές και εταιρικές πρωτοβουλίες για μεγαλύτερη προσβασιμότητα και ισότητα.

Μάθετε περισσότερα στο: https://www.scope.org.uk/campaigns/end-the-awkward
Video: https://www.youtube.com/watch?v=ObrnBcRCuVE



Πηγή: Scope

Stop Funding Hate

Το Stop Funding Hate είναι μια εκστρατεία διαδικτυακού ακτιβισμού που ξεκίνησε το 2016 στη Μεγάλη Βρετανία. Η πρωτοβουλία καλεί μεγάλες εταιρείες να σταματήσουν να διαφημίζονται σε εφημερίδες και μέσα που, σύμφωνα με τους διοργανωτές, χρησιμοποιούν τον φόβο και τη διχόνοια για να αυξήσουν την κυκλοφορία τους. Από την αρχή της δράσης της, η εκστρατεία συγκέντρωσε χιλιάδες υποστηρικτές μέσω κοινωνικών δικτύων, με το πρώτο της Video να γίνεται viral και να φτάνει πάνω από 6 εκατομμύρια προβολές. Χάρη στην πίεση των καταναλωτών, αρκετές εταιρείες –όπως η Lego και η Co-op– ανακοίνωσαν ότι θα σταματήσουν να διαφημίζονται σε εφημερίδες όπως η Sun και η Daily Mail. Έτσι, το Stop Funding Hate αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα του πώς η συλλογική δράση και η διαδικτυακή κινητοποίηση μπορούν να επηρεάσουν εταιρικές πρακτικές και να προωθήσουν πιο υπεύθυνη επικοινωνία.

Μάθετε περισσότερα στο: https://stopfundinghate.info/



Πηγή: Stop Funding Hate

Βιβλιογραφία

Advocacy Handbook, European Youth Forum (2022), https://www.youthforum.org/files/230524-AdvocacyHandbook-150x240mm-digi_2023-05-25-092834_prmy.pdf

Advocacy Toolkit: for every child in Danger, UNICEF United Kingdom https://downloads.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf?_ga=2.182212771.521719826.1552993933-1273219215.1548083611&_gl=1*1e06bph*_ga*NDgwNDUyNDM0LjE3NjM3MzM2NzU.*_ga_4QVKT2Z86S*czE3NjM3MzM2NzUkbzEkZzAkdDE3NjM3MzM2NzYkajYwJGwwJGgw*_ga_10W6FQXZCV*czE3NjM3MzM2NzUkbzEkZzEkdDE3NjM3MzM2NzYkajYwJGwwJGgw*_gcl_au*ODc5MTM5ODkwLjE3NjM3MzM2NzY.

Compasito: Manual on human rights education for children, Council of Europe (Τρίτη Έκδοση, 2023) https://rm.coe.int/compasito-manual-for-human-rights-education-with-children-third-editio/1680b6d0c9

Compass: Manual on human rights education for young people, Council of Europe (Δεύτερη Έκδοση, 2023) https://rm.coe.int/compass-2023-eng-final-web/1680af992c%CE%BC%CE%B9%CF%81%CE%BF

Hear Me Now: International Day of the Girl 2020, WAGGGS (2020) https://s3.eu-west-2.amazonaws.com/wagggs.prod/documents/Hear_Me_Now_ENG.pdf

Speak Out for her World Toolkit, WAGGGS, (2019) https://s3.eu-west-2.amazonaws.com/wagggs.prod/documents/Advocacy_Toolkit_v3.pdf

Youth Advocacy Guide. UNICEF Latin America and Caribbean Regional Office. https://www.unicef.org/lac/media/38341/file/ENG-Unicef-youth-advocacy-guide.pdf

Student Advocacy Starter Kit, Youth Empowerment Mobility (YEM), (2025). https://sadejogrip.org/wp-content/uploads/2025/05/STUDENT-ADVOCACY-STARTER-KIT.pdf

Youth ADVOCACY training curriculum in the area of meaningful adolescent and youth engagement, T.A.C.C. https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-3930/TACC%20Project%20Result%20-%20Advocacy%20Training%20Curriculum.pdf

Πάρ΄το πάνω σου! Ένας σύντομος οδηγός για εφήβους (2026). Στο πλαίσιο της Μεταπτυχιακής Εργασίας της Δήμητρας Πριοβόλου.

Λύσεις Ερωτήσεων Εισαγωγής

ΕΙΝΑΙ Η ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ:

Όχι, είναι απλή ενημέρωση - Ναι - Όχι, δεν παρακινούν για να αλλάξει κάτι- Ναι - Όχι, είναι φιλανθρωπική δράση - Ναι - Να - Όχι, δεν παρακινούν για να αλλάξει κάτι - Όχι, είναι μεμονωμένη πράξη - Ναι - Ναι - Όχι, είναι ενημέρωση/ευαισθητοποίηση εντός Ομάδας, δεν παρακινούν να αλλάξει κάτι εκτός Ομάδας.

ΚΡΥΠΤΟΛΕΞΟ:

ΥΠΕΡΑΣΠΙΖΟΜΑΙ: Προστατεύω δικαιώματα, αξίες, ανθρώπους
ΣΥΝΗΓΟΡΩ: Μιλώ υπέρ κάποιου, στηρίζω δημόσια
ΔΙΕΚΔΙΚΩ: Ζητώ ενεργά αυτό που μου ανήκει
ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΩ: Στέκομαι δίπλα σε κάποιον ή σε μια ιδέα
ΑΝΤΙΤΑΣΣΟΜΑΙ: Στέκομαι απέναντι σε αδικία ή καταπίεση
ΠΡΟΑΣΠΙΖΟΜΑΙ: Φροντίζω να διατηρηθούν δικαιώματα και αξίες
ΕΠΙΜΕΝΩ: Συνεχίζω τον αγώνα χωρίς να υποχωρώ
ΔΡΩ: Παίρνω πρωτοβουλία για αλλαγή
ΕΚΠΡΟΣΩΠΩ: Γίνομαι φωνή για όσους δεν ακούγονται

MEMORY GAME:

Υπεράσπιση (defense/protection): η προστασία δικαιωμάτων ή συμφερόντων
Εκπροσώπηση (representation): η διαδικασία να δίνεις φωνή σε άλλους
Δικαιώματα του ανθρώπου (human rights): θεμελιώδη πλαίσιο υπεράσπισης
Αλληλεγγύη (solidarity): συλλογική στήριξη και ενότητα
Ενδυνάμωση (empowerment): η διαδικασία να αποκτούν οι άνθρωποι δύναμη και φωνή
Διαμεσολάβηση (mediation): εργαλείο για επίλυση συγκρούσεων
Διαβούλευση (consultation): συμμετοχή πολιτών στη λήψη αποφάσεων
Συμμετοχικότητα (participation): ενεργός εμπλοκή σε κοινωνικές ή πολιτικές διαδικασίες
Λογοδοσία (accountability): απαίτηση για διαφάνεια και υπευθυνότητα
Δίκτυα συνηγορίας (advocacy networks): ομάδες που συνεργάζονται για κοινό σκοπό
Εκστρατεία ευαισθητοποίησης (awareness campaign): δράση για ενημέρωση και κινητοποίηση
Πολιτική πίεση (policy lobbying): οργανωμένη προσπάθεια επηρεασμού πολιτικών αποφάσεων
Κοινωνική δικαιοσύνη (social justice): βασικός στόχος συνηγορίας

Για τον Οδηγό Συνηγορίας και το Πρόγραμμα Χρονιάς 2025–2026 Δούλεψαν:

Χαριτίνη Πετροδασκαλάκη: Συντονισμός, Συγγραφή
Μαριάνθη Ρήγου: Συγγραφή
Δήμητρα Καράμπελα: Συγγραφή, Γραφιστική Επιμέλεια

Ευχαριστούμε τους

- Δήμητρα Πριοβόλου για την ενεργή συμμετοχή και συμβουλευτική κατεύθυνση.
- Εύη Τσολιάκου και Σωσώ Αντωνοπούλου για γλωσσική επιμέλεια.
- Ελένη Μπεβεράτου για τη Γραφιστική Υποστήριξη.
- Τμήμα Διεθνών Σχέσεων του Σ.Ε.Ο. και Κατερίνα Παπαναστασίου για την υποστήριξη και την παρουσία στην διαδικτυακή παρουσίαση του προγράμματος χρονιάς.
- Τους Μ.Ο./Ν.Ο. στην Πανελλήνια Συνάντηση Κλάδου Μεγάλων Οδηγών 2026 στην Νεστάνη που συμμετείχαν πιλοτικά με τη δημιουργία εκστρατειών συνηγορίας.

ΕΦΟΡΟΣ ΚΛΑΔΟΥ ΜΕΓΑΛΩΝ ΟΔΗΓΩΝ:
Άννα Παρασχούδη

ΒΟΗΘΟΙ ΚΛΑΔΟΥ:
Μαρία Καλογεροπούλου
Ηρεμής Κωνσταντινίδης
Νικολέττα Κωτή
Χαριτίνη Πετροδασκαλάκη
Εύη Τσολιάκου

ΣΩΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΔΗΓΙΣΜΟΥ