



Poradnik

Świadome zaangażowanie

Jak działać na rzecz globalnej solidarności

O publikacji

Polska wersja poradnika, który masz przed sobą, została opracowana i zredagowana przez Grupę Zagranica – federację 60 organizacji pozarządowych zaangażowanych w międzynarodową współpracę rozwojową, wspieranie demokracji, pomoc humanitarną i edukację globalną. Autorem pierwotnej, krótszej wersji publikacji w języku angielskim jest duńska organizacja CISU – Civil Society in Development.

Poradnik ukazał się w ramach projektów *Connect for Global Change* oraz *Razem na rzecz zmian. Budowanie potencjału organizacji pozarządowych na rzecz edukacji globalnej*. Jego treść opiera się na doświadczeniu wszystkich partnerów projektu Connect for Global Change – każdy z nich wniósł do niego cenne spostrzeżenia i wiedzę specjalistyczną.

Niniejsza publikacja jest współfinansowana przez Unię Europejską. Odpowiedzialność za jej treść ponosi wyłącznie Grupa Zagranica. Treść ta niekoniecznie odzwierciedla stanowisko Unii Europejskiej.

Niniejsza publikacja jest współfinansowana w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej. Publikacja wyraża wyłącznie poglądy Grupy Zagranica i nie może być utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP.



Spis treści

1. Wprowadzenie	2
Co będziemy robić?	
Co znajdziesz w poradniku?	
Jak korzystać z poradnika?	
2. Edukacja globalna.....	3
3. Cele Zrównoważonego Rozwoju receptą na globalne wyzwania	6
Agenda 2030	
Jak pracować z Celami Zrównoważonego Rozwoju?	
Globalne wyzwania: migracje i klimat	
4. Czym jest świadome zaangażowanie?	9
5. Piramida zaangażowania.....	10
Poziomy w piramidzie zaangażowania	
Świadome zaangażowanie, krytyczne rozumienie i wiedza pośrednia	
Jak korzystać z piramidy zaangażowania?	
6. Wiedza, postawy, zachowanie.....	13
7. Poznaj swoją grupę docelową	14
Przetestuj swoje założenia	
Pytania, które warto zadać grupie docelowej	
8. Różne grupy docelowe – różne strategie	15
Motywowanie ludzi do objęcia przywództwa	
Zmotywuj tych, którzy powinni się zaangażować	
9. Angażowanie młodzieży	21
Młodzi u steru: angażuj młodych ludzi	
w planowanie przyszłości i podejmowanie działań	
Co warto wziąć pod uwagę, planując zaangażowanie młodzieży?	
10. Ludzie na pierwszym miejscu, czyli etyczna i skuteczna komunikacja globalnych wyzwań.....	25
Ludzie na pierwszym miejscu	
Nic o nas bez nas	
Nie upraszczaj	
Uważaj na język	

1. Wprowadzenie

Poradnik *Świadome zaangażowanie. Jak działać na rzecz globalnej solidarności* powstał przede wszystkim z myślą o osobach z organizacji pozarządowych zajmujących się edukacją globalną, ale mamy nadzieję, że skorzystają z niego wszystkie osoby zajmujące się działalnością edukacyjną i kampanijną, skierowaną w szczególności do młodzieży.

W publikacji podpowiadamy, w jaki sposób budować zaangażowanie w tworzenie świata zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju, otwartego, sprawiedliwego i równego dla wszystkich. Mamy nadzieję, że przedstawiona przez nas koncepcja świadomego zaangażowania podpowie, jakie działania można podjąć, i zapewni poczucie sprawczości zarówno edukatorom i edukatorkom, jak i młodzieży.

O programie Connect for Global Change

Celem programu Connect for Global Change jest wsparcie projektów, które będą budować w polskim społeczeństwie – w szczególności wśród młodych ludzi – wiedzę na temat globalnych zjawisk i współzależności oraz gotowość do działania na rzecz sprawiedliwości społecznej, równości oraz zrównoważonego rozwoju.

W dwóch rundach aplikacyjnych – 2024 i 2025 – małe i średnie organizacje pozarządowe mogą ubiegać się o dofinansowanie na realizację kreatywnych, skutecznych i innowacyjnych działań mierzących się z globalnymi wyzwaniami, w szczególności tymi objętymi Celami Zrównoważonego Rozwoju. Kryzys klimatyczny, dyskryminacja, nierówność płci, ubóstwo, wykluczenie i dezinformacja to tylko kilka z wielu zagadnień, które można uwzględnić w planowanych projektach.

Zainteresowane organizacje mogą otrzymać nie tylko dofinansowanie, ale także wsparcie merytoryczne w postaci szkoleń i materiałów edukacyjnych. Naszym celem jest łączenie organizacji społeczeństwa obywatelskiego w Unii Europejskiej oraz budowanie sieci zaangażowanych osób i instytucji, by skutecznie współpracować ponad granicami.

Co znajdziesz w poradniku?

Poradnik zawiera zarówno część wiedzę dotyczącą edukacji globalnej i zrównoważonego rozwoju, jak i praktyczną, czyli konkretne narzędzia, inspiracje oraz przykłady, które pomogą ci włączać innych w skuteczne działania na rzecz globalnej solidarności. Dzięki jego lekturze dowiesz się, jak budować świadome zaangażowanie, czyli takie, które umożliwia ludziom pełne zrozumienie globalnych wyzwań i aktywny udział w rozwiązywaniu globalnych problemów poprzez lokalne działania.

Poradnik podpowie ci, jak lepiej poznać i zrozumieć grupę docelową planowanych działań. Znajdziesz w nim pomysły na zaangażowanie określonych grup, takich jak młodzież, i praktyczne wskazówki dotyczące motywowania mniej zaangażowanych osób poprzez dostosowanie działań do ich zainteresowań i wyznawanych wartości. Dowiesz się też, jak etycznie i skutecznie informować opinię publiczną o globalnych wyzwaniach.

Poradnik będzie szczególnie przydatny dla organizacji ubiegających się o fundusze w ramach programu grantowego Connect for Global Change, ale jego lekturę polecamy wszystkim osobom zainteresowanym tematyką globalnych wyzwań i zrównoważonego rozwoju.



Możesz wykorzystać metody pracy, narzędzia i spostrzeżenia dokładnie w takiej formie, w jakiej zostały zaprezentowane w poradniku. Możesz też potraktować je jako inspirację do opracowania własnej strategii angażowania innych na rzecz zrównoważonego rozwoju i globalnej solidarności. A jeśli masz już w głowie świetny plan, to zastanów się, czy nie warto go wzbogacić lub udoskonalić, korzystając z zawartych w Poradniku wskazówek.

2. Edukacja globalna

Najkrócej mówiąc, edukacja globalna dotyczy tego, jak działa nasz zglobalizowany świat – w jaki sposób ludzie, miejsca, ekosystemy i zjawiska wpływają na siebie nawzajem. Jej celem jest przygotowanie obywateli i obywaterek świata do sprostanienia wyzwaniom, przed którymi stoi ludzkość. Ta dziedzina edukacji służy więc nie tylko budowaniu wiedzy, ale również kształtuje postawy odpowiedzialności za naszą planetę i wszystkie zamieszkujące ją społeczności oraz promuje działania na ich rzecz.

Definicja i podejście do edukacji globalnej wciąż ewoluują. Przyjrzyjmy się definicji edukacji globalnej opracowanej w 2011 roku przez zespół złożony z ekspertów i ekspertek reprezentujących różne środowiska (szkoły, organizacje pozarządowe, polskie władze centralne i lokalne):

„Edukacja globalna to część kształcenia obywatelskiego i wychowania, która rozszerza jego zakres przez uświadamianie istnienia zjawisk i współzależności łączących ludzi i miejsca. Jej celem jest przygotowanie odbiorców do stawiania czoła wyzwaniom dotyczącym całej ludzkości. Przez współzależności rozumiemy wzajemne powiązania i przenikanie systemów kulturowych, środowiskowych, ekonomicznych, społecznych, politycznych i technologicznych.



Fot. © Polska Akcja Humanitarna

Edukacja globalna kładzie szczególny nacisk na:

- tłumaczenie przyczyn i konsekwencji zjawisk
- ukazywanie wpływu jednostki na globalne procesy i wpływu globalnych procesów na jednostkę
- przełamywanie istniejących stereotypów i uprzedzeń
- przedstawianie perspektywy globalnego Południa
- kształtowanie krytycznego myślenia i zmianę postaw

Do aktualnych wyzwań globalnych zaliczyć można:

- zapewnienie pokoju i bezpieczeństwa na świecie
- poprawę jakości życia w krajach globalnego Południa
- zapewnienie zrównoważonego rozwoju
- budowanie partnerskich relacji gospodarczych i społecznych pomiędzy krajami globalnej Północy i globalnego Południa

**U podstaw edukacji globalnej
leżą wartości:**

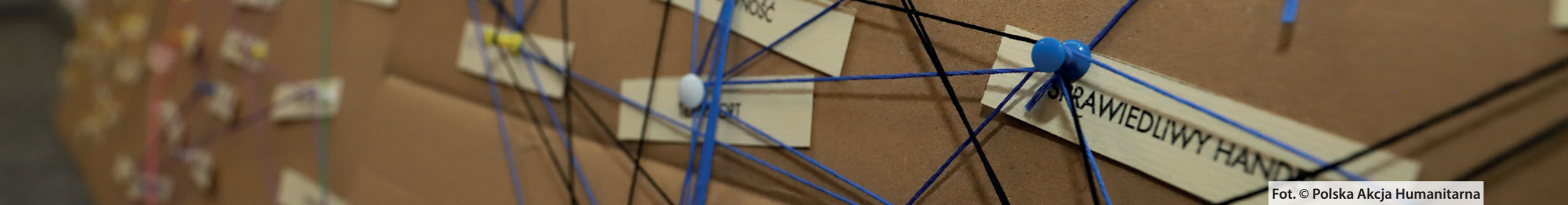
- godność
- sprawiedliwość
- solidarność
- równość
- pokój
- wolność

Edukacja globalna sprzyja kształtowaniu postaw:

- odpowiedzialności
- szacunku
- uczciwości
- otwartości
- odpowiedzialności
- osobistego zaangażowania
- gotowości do ustawicznego uczenia się

Edukacja globalna obejmuje:

- edukację rozwojową,
 - edukację o prawach człowieka,
 - edukację dla społeczności zrównoważonej,
 - edukację dla pokoju i zapobiegania konfliktom,
 - edukację międzykulturową,
- które są globalnym wymiarem edukacji obywatelskiej.



Fot. © Polska Akcja Humanitarna

Tak więc edukacja globalna jest zbiorowym określeniem, które obejmuje te typy edukacji związanej ze zmianami społecznymi, lokalnymi i globalnymi, które dzielają słuszną perspektywę i oddanie na rzecz budowy sprawiedliwego świata. Ten rodzaj edukacji jest niezmiernie ważną metodą służącą zwiększeniu demokratycznego zaangażowania ludzi w szkołach, organizacjach młodzieżowych, związkach zawodowych oraz w innych sposobach, które ludzie wybierają, aby zorganizować się jako społeczeństwo obywatelskie”.

Powyższa definicja, przyjęta ponad dekadę temu, podkreśla, że edukacja globalna ma na celu wprowadzenie pozytywnych zmian na świecie, zwłaszcza w krajach globalnego Południa. Zawiera katalog postaw, które kształtuje edukacja globalna, oraz określa tematy, które porusza. Choć wiele elementów tej definicji wciąż jest aktualnych, w ostatnich latach zmieniliśmy akcenty w dyskusji na temat edukacji globalnej. Zmiany te są efektem procesów dekolonizacyjnych, które obejmują międzynarodową współpracę rozwojową, w tym edukację globalną.

Dekolonizacja pomocy i współpracy rozwojowej polega na zmianie podejścia krajów globalnej Północy – histo-

rycznie powiązanych z kolonializmem – do wspierania rozwoju państw globalnego Południa. Oznacza to przekształcenie dominujących modeli i narracji rozwojowych tak, by uniknąć paternalizmu, dominacji oraz ukrytych form zależności, które mogą powielać dawne kolonialne wzorce². Choć kolonializm formalnie dobiegł końca, relacje władzy oparte na nierównościach wciąż kształtują świat, a współczesna współpraca rozwojowa, w tym edukacja globalna, nie jest od nich wolna. Dlatego krytyczna refleksja, konfrontowanie się z własnymi uprzedzeniami oraz identyfikacja świadomych i nieświadomych kolonialnych schematów są nieodłącznymi elementami pracy na rzecz zrównoważonego świata, opartego na partnerskich i solidarnych relacjach między państwami i społecznościami.

Nowe podejście do edukacji globalnej zostało ujęte w Europejskiej deklaracji edukacji globalnej do 2050 roku, gdzie znajdziemy następującą definicję: „Edukacja globalna to edukacja, która umożliwia ludziom krytyczną refleksję nad światem i miejscem, które w nim zajmują; otwiera ich oczy, serca i umysły na rzeczywistość świata na poziomie lokalnym i globalnym. Pomaga ludziom zrozumieć, wyobrazić sobie, żywić nadzieję oraz działać na rzecz stworzenia świata, w którym

panują sprawiedliwość społeczna i klimatyczna, pokój, solidarność, sprawiedliwość i równość, zrównoważony rozwój planety i międzynarodowe zrozumienie. Wiąże się z poszanowaniem praw człowieka i różnorodności, włączeniem i godnym życiem dla wszystkich, obecnie i w przyszłości³”.

Nowa definicja odchodzi od prostego podziału świata na bogatą globalną Północ i ubogie Południe, podziału, zgodnie z którym celem edukacji globalnej jest jedynie „poprawa jakości życia”. Zamiast tego podkreśla się potrzebę krytycznej refleksji nad naszą rolą w świecie, promując ideę włączenia i godnego życia dla obecnych oraz przyszłych pokoleń, niezależnie od miejsca zamieszkania. Edukacja globalna ma wzbudzać ciekawość, nadzieję i wiarę, że wizja zrównoważonego i otwartego świata dla wszystkich jest możliwa. Wszystko leży w naszych rękach.

Nasz poradnik poprowadzi cię krok po kroku przez tematy, metody i strategie, które możesz wykorzystać, planując własne działania w zakresie edukacji globalnej. Przekonasz się, że osobiste zaangażowanie w budowanie lepszego świata oraz włączanie innych w działania nie jest takie trudne, a przynosi ogromną satysfakcję.

¹ Definicja edukacji globalnej umieszczona w Porozumieniu międzysektorowym dot. edukacji globalnej (Warszawa, 26.10.2011), opracowana przez międzysektorowy zespół złożony z nauczycieli, doradców i konsultantów metodycznych oraz przedstawicieli Ministerstwa Edukacji Narodowej, Ministerstwa Spraw Zagranicznych, władz oświatowych, uczelni wyższych i organizacji pozarządowych. Więcej informacji: <https://teg.edu.pl/edukacja-globalna>.

² Kluczowe aspekty dekolonizacji współpracy rozwojowej obejmują m.in. budowanie partnerskich relacji między państwami, uwzględnianie perspektyw krajów Południa oraz ich wiedzy i ekspertyzy. Ważne jest również włączenie do dyskusji o globalnym rozwoju odpowiedzialności historycznej za kolonializm i jego skutki, a także wzmacnianie działań, które pozwalają krajom Południa na pełną kontrolę nad ich zasobami i kierunkami rozwoju gospodarczego, tak aby zewnętrzne wsparcie wspierało ich niezależność, a nie ją podważało. Więcej informacji na ten temat znajdziesz m.in. w publikacji Lindy Tuhiwai Smith *Decolonising Methodologies*, 3rd Edition, 2021.

³ Europejska deklaracja edukacji globalnej do 2050 roku została przyjęta w 2021 r. przez państwa europejskie, w tym Polskę. Więcej informacji znajdziesz na stronie: <https://zagranica.org.pl/europejska-deklaracja-edukacji-globalnej/>.

3. Cele Zrównoważonego Rozwoju receptą na globalne wyzwania

Agenda 2030

Aby rozpocząć przygodę z edukacją globalną i zdobyć wiedzę niezbędną do motywowania innych do zaangażowania, warto zapoznać się z ważnym dokumentem międzynarodowym – Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030, który stanowi strategię rozwoju świata na najbliższe lata. Agenda ta przedstawia mapę najważniejszych globalnych wyzwań, przed którymi stoi ludzkość, oraz propozycje zmierzenia się z nimi. W dokumencie zawarto 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju, podzielonych na pięć obszarów tematycznych:

- **ludzie** – tutaj znajdziemy cele dotyczące m.in. wolności od głodu, ubóstwa, prawa do zdrowia i odpowiedniej jakości życia, dostępu do edukacji i równości płci;
- **planeta** – ten obszar zawiera cele związane m.in. z ochroną środowiska, dostępem do czystej wody i czystej energii, działaniami w dziedzinie klimatu;
- **dobrobyt** – cele w tym obszarze tematycznym dotyczą m.in. godnej pracy, zrównoważonego rozwoju infrastruktury, wzrostu gospodarczego;
- **pokój** – obszar ten kładzie nacisk na pokój i sprawiedliwość oraz silne instytucje, które je wzmacniają;
- **partnerstwo** – obszar dotyczący międzynarodowej współpracy i globalnej solidarności na rzecz realizacji wszystkich Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030 została przyjęta w 2015 roku przez wszystkie 193 państwa członkowskie ONZ, w tym Polskę. Nakłada ona na państwa konkretne zobowiązania, bo do każdego z Celów Agendy przyporządkowano wskaźniki mierzące postępy w ich realizacji⁴.



Jak pracować z Celami Zrównoważonego Rozwoju?

Jak wykorzystać poważny i dość skomplikowany dokument do angażowania innych w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju? Chociaż mnogość tematów i zadań zawartych w Agendzie może początkowo przytłaczać, wykorzystaj ją na swoją korzyść. W jaki sposób?

Jeśli jesteś nauczycielką w szkole, pomyśl, które Cele Zrównoważonego Rozwoju mogą być powiązane z przedmiotem, którego uczysz. Biologia, wiedza o społeczeństwie, geografia, ekonomia, filozofia czy historia – to tylko kilka przedmiotów, na których można skutecznie poruszać tematy związane z wyzwaniami zrównoważonego rozwoju ujęte w Agendzie 2030. A może chcesz dotrzeć do osób działających w lokalnych organizacjach społecznych? Cele Zrównoważonego Rozwoju obejmują tematy istotne dla wielu instytucji, takie jak równość płci, wolność od dyskryminacji czy przeciwdziałanie zmianom klimatu. Wybierz temat, który budzi w tobie ciekawość i pasję, ponieważ aby skutecznie angażować innych, musisz najpierw poczuć, że ta kwestia jest dla ciebie ważna. Działanie na rzecz takiego celu przyniesie ci spełnienie i satysfakcję!

⁴ Więcej informacji o Agendzie na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030 i postępach w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju znajdziesz na stronie: <https://kampania17celow.pl/agenda-2030/>.

Globalne wyzwania: migracje i klimat

Warto zauważyć, że globalne wyzwania, przed którymi stoi ludzkość, są niezwykle złożonymi i wieloaspektowymi zjawiskami, dlatego zwykle odpowiada na nie więcej niż jeden Cel Zrównoważonego Rozwoju. Problemy te wykraczają poza granice państw i wymagają wspólnych, międzynarodowych wysiłków, aby stworzyć bardziej inkluzywny, sprawiedliwy i zrównoważony świat. Przyjrzyjmy się dwóm aktualnym wyzwaniom, które jak w soczewce pokazują globalne współzależności oraz przenikanie się poszczególnych Celów Zrównoważonego Rozwoju – zmianom klimatu i migracjom.



Fot. © Polska Akcja Humanitarna

ZMIANY KLIMATU

Stabilny klimat jest kluczowy dla przetrwania życia na Ziemi. Niestety w wyniku działalności człowieka od wielu lat obserwujemy systematyczny wzrost średniej globalnej temperatury na świecie, który powoduje zmiany wzorców pogodowych. W wyniku emisji gazów cieplarnianych do atmosfery średnia globalna temperatura wzrosła już o ponad jeden stopień Celsjusza w porównaniu z okresem przedindustrialnym. Ten wzrost temperatury przyczynia się do podnoszenia poziomu mórz, intensyfikacji opadów oraz występowania bardziej ekstremalnych temperatur. Zmiany te już teraz mają bardzo poważne konsekwencje dla ludzkości i innych form życia. Negatywnie wpływają

na nasze zdrowie, produkcję żywności i ekosystemy na całym świecie. Jak widać, zmiany klimatu dotyczą wszystkich dziedzin życia i ludzkiej aktywności.

Ze względu na potencjalnie katastrofalne skutki naukowcy i aktywiści apelują do światowych przywódców o przeciwdziałanie głównym przyczynom zmian klimatu – degradacji środowiska naturalnego, rabunkowej gospodarce zasobami naturalnymi, nadmiernej konsumpcji i wykorzystaniu paliw kopalnych. Mimo że działania mające przeciwdziałać katastrofie klimatycznej znalazły się w Agendzie na rzecz zrównoważonego rozwoju (Cel 13 poświęcony jest w ca-

łości działaniom w dziedzinie klimatu, ale zadania związane z przeciwdziałaniem przyczynom i skutkom zmian klimatu oraz z ochroną środowiska są obecne również w wielu innych celach), dotychczasowe wysiłki na rzecz przeciwdziałania katastrofie klimatycznej są niewystarczające. Dlatego ludzie z całego świata zrzeszają się w grupy i organizacje, by głośno protestować przeciwko opieszałości rządów. Dzieje się to również w Polsce. Młodzieżowy Strajk Klimatyczny⁵ czy Ostatnie Pokolenie⁶ to aktywistyczne ruchy młodzieżowe, które wykorzystują różne formy działania, również nieposłuszeństwo obywatelskie, by nagłośnić swoje postulaty.

⁵ Więcej informacji o celach i działaniach Międzynarodowego Strajku Klimatycznego znajdziesz na stronie: <http://www.msk.earth/>.

⁶ Więcej informacji o celach i działaniach Ostatniego Pokolenia znajdziesz na stronie: <https://ostatniepokolenie.org/>.

MIGRACJE

Migracje towarzyszą ludzkości od jej zarania. Ludzie przemieszczają się od wieków z różnych powodów: z ciekawości, żądzy przygód, w poszukiwaniu lepszych warunków życia, ale także ze strachu o własne zdrowie i życie uciekają od wojen, prześladowań, ubóstwa i głodu. Ludzie mogą więc opuszczać miejsce zamieszkania z własnej woli bądź zmuszeni do tego zewnętrznymi okolicznościami. Ważne jest, aby różnicować terminy odnoszące się do osób migrujących przymusowo:

- Uchodźcy: osoby, które muszą opuścić swój kraj z powodu zagrożenia życia lub wolności w wyniku konfliktu lub prześladowań.
- Osoby wewnętrznie przesiedlone: osoby, które musiały opuścić swoje domy, ale pozostały w granicach swojego kraju.
- Osoby ubiegające się o azyl: uchodźcy, którzy ubiegają się o ochronę w innym kraju, ale ich wnioski nie zostały jeszcze rozpatrzone.

Pod koniec 2023 roku na całym świecie było ponad 117,3 miliona osób, które zostały przymusowo przesiedlone, z czego prawie 60% pozostawało w swoich krajach⁷.

Już na pierwszy rzut oka widać, że migracje, w szczególności te przymusowe, są nierozłącznie powiązane z wieloma globalnymi wyzwaniami, z którymi borykają się kraje pochodzenia migrantów i migrantek. Są to m.in. ubóstwo, głód, konflikty zbrojne czy zmiany klimatu. Migracje wywołują również presję na społeczeństwa przyjmujące i – obok wielu korzyści, takich jak np. wypełnienie luki na rynku pracy czy odciążenie systemu emerytalnego – zjawisko to może wywołać też negatywne konsekwencje w państwach docelowych, m.in. dyskryminację migrantów i migrantek, nierówności ekonomiczne czy przeciążenie infrastruktury oraz służby zdrowia. W Agendzie na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030 nie ma jednego Celu poświęconego migracjom – ze względu na złożoność zjawiska zadania związane z tym wyzwaniem umieszczone są w większości z nich.

Temat migracji i praw człowieka osób migrujących rozpala opinię publiczną w niemal wszystkich państwach Unii Europejskiej, także w Polsce. Duża liczba uchodźców i uchodźczyń z Ukrainy, przybyłych do naszego kraju po pełnoskalowej rosyjskiej inwazji na ten kraj, oraz liczne przypadki nieuregulowanego przekroczenia polsko-białoruskiej granicy, a także reakcje polskich władz na ten kryzys – niektóre z nich naruszające prawa człowieka – sprawiają, że wiele osób i organizacji angażuje się w tę sprawę. Warto w tym kontekście wspomnieć chociażby o Grupie Granica, ruchu społecznym, który monitoruje sytuację na polsko-białoruskiej granicy i udziela pomocy migrantom i migrantkom przymusowym na terytorium Polski⁸.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



⁷ Global Trends report, <https://www.unhcr.org/global-trends-report-2023>.

⁸ O działaniach Grupy Granica możesz przeczytać na stronie: <https://www.facebook.com/grupagranica>.

4. Czym jest świadome zaangażowanie?

DEFINICJA

Świadome zaangażowanie to aktywne włączanie się osób, które krytycznie analizują globalne wyzwania, w budowanie zrównoważonego świata.

Ze świadomym zaangażowaniem mamy do czynienia wtedy, gdy ludzie aktywnie włączają się w rozwiązywanie ważnych dla nich kwestii i w pełni rozumieją ich znaczenie. Świadome zaangażowanie wykracza poza zwykłe zaangażowanie, bo prowokuje głęboką refleksję, zachęca do analizowania różnych perspektyw i wyrażania własnych, opartych na faktach opinii.

Kiedy wspieramy świadome zaangażowanie, zachęcamy do dogłębnego zrozumienia wyzwania, na które chcemy odpowiedzieć, oraz do refleksji, w jaki sposób nasze wysiłki wpisują się w szerszy kontekst. Krytyczne podejście do danego zagadnienia i głębokie zrozumienie jego złożoności to warunki konieczne, by ludzie mogli znaleźć skuteczne rozwiązanie problemu, przekonać innych do swojego stanowiska i wreszcie – wcielić je w życie, osiągając pożądaną zmianę.



Fot. Jacob Crawford

5. Piramida zaangażowania

Angażowanie innych osób na rzecz sprawiedliwego i zrównoważonego świata to podróż pełna możliwości, którą można odbyć na wiele sposobów. W tym rozdziale poznasz piramidę zaangażowania. Możesz wykorzystać ten model, by przeanalizować swoje pomysły i zastanowić się, jak zaangażować w ich realizację osoby o różnym stopniu motywacji, możliwościach czasowych czy poziomie wiedzy i umiejętności. Piramida zaangażowania pomoże ci sformułować cele, wybrać odpowiednie metody działań i zaplanować ich wyniki. Model ten słusznie uwzględnia fakt, że nasze zaangażowanie na rzecz zmiany społecznej może przybrać różną skalę i intensywność – od obserwacji działań aż po aktywne przywództwo – i zakłada, że na niższych poziomach piramidy zaangażowania znajduje się zazwyczaj więcej osób niż na samym jej szczycie.

Model piramidy oraz zawarte niżej sugestie potraktuj jako punkt wyjścia do własnej refleksji i pracy. Inspiruj się i dostosuj zaprezentowane narzędzia do własnego podejścia i potrzeb osób, z którymi działasz.



Poziomy w piramidzie zaangażowania

KONSUMENCI_TKI I OBSERWATORZY_KI:

Są to osoby, które zetknęły się z interesującą cię tematyką niejako przypadkiem, np. w uczelnianej kawiarni zauważyły ogłoszenie o planowanej demonstracji lub w mediach społecznościowych mignęła im informacja o webinarze. Przyciągnij ich uwagę, publikując atrakcyjnie wizualnie treści lub organizując wydarzenia poświęcone aktualnym tematom. Przykuwająca wzrok kampania w mediach społecznościowych, wystawa fotograficzna w popularnym miejscu czy zorganizowanie spotkania z dziennikarką lub podcasterem zajmującymi się ważną dla ciebie tematyką to tylko trzy z wielu pomysłów, które możesz wykorzystać.

ZAINTERESOWANI_E I SOJUSZNICY_CZKI:

Są to osoby już zainteresowane kwestią, na rzecz której działasz, i chętne do okazania wsparcia. Może np. wzięły udział w twojej prelekcji lub wspierająco skomentowały post o ważnej dla ciebie sprawie. Zachęć je do zrobienia kolejnego kroku, np. poprzez subskrypcję newslettera lub dołączenie do grupy w mediach społecznościowych. Proste działania, takie jak podpisanie petycji lub udział w warsztatach, mogą sprawić, że osoby te poczują się bardziej związane z daną sprawą i bardziej zaangażują się na jej rzecz.

AKTYWIŚCI_STKI:

Są to osoby, które aktywnie wspierają ważną dla ciebie sprawę, np. uczestnicząc w protestach czy organizując akcje informacyjne. Zapewnij im możliwość realizowania własnych inicjatyw, np. kampanii czy debat w ich lokalnych społecznościach. Wspieraj ich pasję i zachęcaj do dzielenia się swoimi doświadczeniami i pomysłami z innymi.

MULTIPLIKATORZY_KI:

Są to liderki i liderzy, którzy rozpowszechniają twoje przesłanie i angażują kolejne osoby na rzecz pożądanego zmiany, np. rekrutując je do lokalnej grupy aktywistycznej czy też prowadząc szkolenia na ważny dla was temat. Wzmocnij ich pozycję, wyposaż w narzędzia i zasoby umożliwiające dotarcie do szerszego grona odbiorców i odbiorczyń.

INNOWATORZY_KI:

To pionierki i pionierzy, którzy napędzają innowacyjne zmiany. Wspieraj ich kreatywność poprzez współpracę nad przełomowymi działaniami i nowymi inicjatywami. Zachęcaj do nieszablonowego myślenia i poszukiwania nowatorskich rozwiązań złożonych problemów.

Świadome zaangażowanie, krytyczne rozumienie i wiedza pośrednia

Świadome zaangażowanie polega na przekształceniu świadomości w działanie. Oznacza ono rezygnację z nieprzemyślanych działań na rzecz działań opartych na wiedzy. Nie chodzi tylko o zwiększenie skali aktywności na rzecz zrównoważonego świata, lecz także o głębokie zaangażowanie w cel i kontekst podejmowanych działań.

W Connect for Global Change uważamy, że świadome zaangażowanie rozpoczyna się na poziomie 3 piramidy zaangażowania.

Krytyczne myślenie to zdolność do refleksji nad daną kwestią. Oznacza umiejętność oceny i analizy informacji, myśli i opinii, co z kolei umożliwia formułowanie własnych perspektyw, pomysłów i stanowisk. W przeciwieństwie do bezrefleksyjnego przyjmowania napływających informacji krytyczne myślenie prowadzi do intelektualnej niezależności, umożliwia formułowanie uzasadnionych opinii i podejmowanie świadomych decyzji.

W Connect for Global Change uważamy, że krytyczne myślenie zaczyna się na poziomie 2 piramidy zaangażowania.

Wiedza pośrednia to przypadkowe napotkanie pewnych informacji, a nie ich aktywne poszukiwanie.

W Connect for Global Change uważamy, że pośredni zasięg naszych działań obejmuje poziomy 0 i 1 piramidy zaangażowania.

Jak korzystać z piramidy zaangażowania?

Wykorzystaj model piramidy zaangażowania, by:

- **ocenić obecny poziom zaangażowania:** Określ, na którym poziomie piramidy znajdują się odbiorcy i odbiorczynie twoich działań. Jeśli są przede wszystkim obserwatorami_kami, postaraj się przykuć ich uwagę nieszablonowym pomysłem, atrakcyjną grafiką czy zapadającym w pamięć doświadczeniem.
- **wyznaczyć oczekiwany poziom zaangażowania:** Określ oczekiwany poziom zaangażowania odbiorców i odbiorczyń, który chcesz osiągnąć poprzez skierowane do nich działania. Zastanów się, czy twoim celem jest zwiększenie poziomu zaangażowania grupy docelowej, czy może zależy ci przede wszystkim na utrzymaniu go na dotychczasowym poziomie, a obawiasz się, że jeśli nie podejmiesz odpowiednich działań, może ono osłabnąć. Przykładowo: darczyńcy, którzy i które każdego roku ofiarowują twojej organizacji 1,5% podatku, niekoniecznie muszą stać się wolontariuszami i wolontariuszkami, ale istnieje ryzyko, że zrezygnują z dalszego finansowego zaangażowania, jeśli nie zaproponujesz im innych angażujących działań, które utrzymają ich uwagę i poparcie.
- **zaprojektować działania:** Jeśli twoim celem jest, by sojusznicy_czki stali się aktywistami_kami na rzecz ważnej dla ciebie sprawy, zaprojektuj swoje działania w sposób, który umożliwi im zwiększenie świadomego zaangażowania. Zachęcaj do przechodzenia na wyższe poziomy piramidy, rozwijając kompetencje przywódcze twoich odbiorców i odbiorczyń oraz oferując im zaawansowane szkolenia.



Przykład 1: Fiona z Belgii

Fiona ma 18 lat, dużo czyta o kwestiach klimatycznych i rozumie złożoność tego tematu, choć czuje się nieco przytłoczona wszystkimi dostępnymi informacjami. Jest jednak potencjalnie zainteresowana podjęciem dalszych działań w tej kwestii.

Fiona jest teraz na poziomie 2 – jest obserwatką

zainteresowaną tematem. Gdybyś zaprosił_a ją do udziału w młodzieżowym projekcie klimatycznym, mogłaby zostać sojuszniczką, dołączyć do twoich działań i rozpowszechniać informacje.



Przykład 2: Pablo z Hiszpanii

Pablo pracuje dla dużej międzynarodowej firmy, która zajmuje się importem i eksportem. Dzięki swojej pracy ma kontakt z ludźmi z całego świata. Niektórzy z jego znajomych przeprowadzili się do Maroka, aby znaleźć tam pracę, w związku z tym Pablo często słyszy historie o innych krajach i kulturach.

Pablo jest teraz na poziomie 0 – jest konsumentem i odbiorcą informacji. Gdybyś zaprosił_a go na pokaz filmu dokumentalnego lub do udziału w projekcie koncentrującym się na Maroku, mógłby przejść o jeden poziom wyżej w piramidzie zaangażowania.



Przykład 3: Halina z Polski

Halina pracuje dla organizacji pozarządowej zajmującej się tematyką płci i jest aktywną rzeczniką równouprawnienia kobiet i mężczyzn we wszystkich dziedzinach życia. Udziela również porad na ten temat.

Halina jest bardzo zaangażowana w sprawę i promuje ją wśród innych – jest na poziomie multiplikatorki w piramidzie zaangażowania. Jej ogromnym marzeniem jest zaangażowanie się w temat równości płci na poziomie europejskim. Jak mógłbyś... abyś współpracować z Haliną, aby pomóc jej przejść na wyższy poziom?

- **monitorować postępy:** Śledź, jak osoby uczestniczące w twojej inicjatywie poruszają się po piramidzie. Czy przechodzą na wyższe poziomy, czy też istnieją bariery uniemożliwiające rozwój ich zaangażowania? Analizuj i wyciągaj wnioski, aby

udoskonalić swoje działania. Jeśli niektóre pomysły okazały się nieskuteczne i osoby nie pną się wzwyż piramidy, zmień swoje podejście i wypróbuj nowe metody.

6. Wiedza, postawy, zachowanie

Świadome zaangażowanie jest ściśle powiązane z wiedzą, postawami i zachowaniem. Wiedza może otwierać ludziom oczy na takie problemy, jak ubóstwo, nierówności czy zmiany klimatu.

Postawy to nasze przekonania i odczucia wobec tych wyzwań, które mogą wpływać na nasze zachowanie. Zaangażowanie nie zawsze opiera się na racjonalnych, świadomych działaniach. Działamy (również) na podstawie głębszych wartości, naszej tożsamości, uczuć i pasji.

Zachowanie jest kluczowe

Chociaż zaangażowanie składa się z różnych elementów, kluczem do włączania ludzi w działania jest wpływanie na ich zachowanie. W praktyce wiedza i postawy są mało użyteczne, jeśli nie przekładają się na konkretne zachowania zmierzające do zmiany świata.

Przez długi czas socjolożki i socjologowie uważali, że istnieje liniowy związek między wiedzą, postawami a zachowaniem. Wychodzili z założenia, że jeśli poinformujesz ludzi np. o zmianach klimatu (wiedza), to poczną się oni bardziej zaangażowani (postawa) i na tej podstawie podejmą działania, takie jak np. instalacja paneli słonecznych na dachu swojego domu (zachowanie).

Brak liniowej zależności

Jednak dziś już wiemy, że związek między tymi trzema elementami jest daleki od liniowego: zwiększanie wiedzy często nie wystarczy, by zmienić postawy i zachowanie. Co więcej, relacja ta może działać w odwrotnym kierunku. Na przykład ktoś może zacząć wspierać inicjatywę swojej przyjaciółki dotyczącą segregacji odpadów (zachowanie), a dopiero potem zainteresować się problematyką recyklingu i zrównoważonej gospodarki odpadami (wiedza).

Krótko i na temat: teoria planowanego zachowania

Teoria planowanego zachowania w przystępny sposób ilustruje, jakie czynniki warto uwzględnić, gdy chcemy zmotywować innych do działania, niezależnie od grupy docelowej czy rodzaju zaangażowania. Zawiera ona trzy kluczowe elementy: osobiste wartości (czy to jest dla mnie istotne?), środowisko społeczne (co pomyślą moi przyjaciele?) oraz poczucie własnej skuteczności (czy będę w stanie to osiągnąć?).

Możesz wykorzystać teorię planowanego zachowania jako punkt odniesienia, projektując działania mające na celu zaangażowanie i uczestnictwo innych⁹.



⁹ Ten krótki opis został opracowany na podstawie teorii planowanego zachowania autorstwa Martina Fishbeina i Icka Ajzena.

7. Poznaj swoją grupę docelową

Kiedy zaczynasz planować swoje działania, prawdopodobnie masz już mniej lub bardziej jasne wyobrażenie o tym, kim są twoi odbiorcy i odbiorczynie. Twoja inicjatywa będzie jednak bardziej skuteczna, jeśli zdobędziesz bardziej konkretne informacje o swojej grupie docelowej. Zrozumienie, kogo chcesz zaangażować, jest kluczowe, bo różne metody działania oddziałują na różnych odbiorców. Aby twoje przedsięwzięcie odniosło sukces, musisz szczegółowo poznać swoją grupę docelową – co ją motywuje, na czym jej zależy i jaki jest jej lokalny kontekst. Takie zrozumienie umożliwi dobór skutecznych metod – masz wtedy większą pewność, że wybrane przez ciebie działania będą rezonować z osobami, do których je kierujesz.

Istnieje wiele strategii angażowania odbiorców i odbiorczyń, ale nie wszystkie są odpowiednie dla każdej grupy docelowej. Piramida zaangażowania omówiona w poprzednim rozdziale zachęca do refleksji, dlaczego niektóre osoby z grupy docelowej znajdują się na szczycie piramidy, a inne na jej dole. Pomyśl, jak wykorzystać tych na szczycie, by zaangażować osoby znajdujące się na niższych poziomach piramidy.

Przetestuj swoje założenia

Aby zdobyć niezbędne informacje na temat grupy docelowej, możesz oprzeć się na swoich wcześniejszych doświadczeniach, zapoznać się z raportami lub zasięgnąć porady ekspertów i ekspertek zaznajomionych z daną grupą. Albo jeszcze lepiej – zapytać u źródła! Przeprowadź wywiady z osobami należącymi do grupy, do której chcesz dotrzeć, zapytaj o ich motywacje, zaprezentuj swój pomysł na działanie i poproś o opinię. Dzięki temu zdobędziesz wgląd w to, kim są, czego potrzebują i jak reagują na różne działania. Przekonasz się, czy twoje początkowe założenia i przekonania na temat grupy docelowej okazały się trafne.

Zbadaj, z jakich mediów i kanałów korzystają potencjalni odbiorcy i odbiorczynie twoich działań. Dzięki temu dowiesz się, jak i gdzie najlepiej do nich dotrzeć – czy to za pośrednictwem mediów społecznościowych, festiwali, wydarzeń kulturalnych, czy też innych przestrzeni online i offline.



Pytania, które warto zadać grupie docelowej, zanim założysz, że ją (dobrze) znasz

Najważniejsza rada, którą warto zapamiętać, to: nawiąż bezpośredni kontakt z grupą docelową, zaprezentuj swoje pomysły, proś o informację zwrotną. Dzięki temu będziesz mieć pewność, że poznasz i zrozumiesz swoich odbiorców i odbiorczynie przed sfinalizowaniem planów działania. Oto kilka pytań, które możesz im zadać:

- Jakie kwestie są obecnie dla ciebie najważniejsze?
- Planujemy akcję na temat X. Co o nim wiesz?
- Gdzie szukasz informacji na tematy, które cię interesują?
- Co zmotywowałoby cię do dzielenia się wiedzą na ten temat np. w mediach społecznościowych?
- Jakiego rodzaju wydarzenia są według ciebie najbardziej angażujące lub inspirujące?
- Jakie wyzwania lub bariery mogą ci uniemożliwić zaangażowanie się?
- Czy możesz opisać niedawne doświadczenie, w którym poczułeś_aś motywację do podjęcia działań w jakiejś sprawie? Co tobą kierowało?
- Czy uważasz, że możesz przyczynić się do rozwiązania problemu X? Jeśli tak, to w jaki sposób? A jeśli nie, to dlaczego?
- Czy są jakieś organizacje lub ruchy, których działania śledzisz i które cię inspirują?

8. Różne grupy docelowe – różne strategie

W jaki sposób określić, jaka jest właściwie grupa docelowa planowanych działań? W pierwszej kolejności warto podzielić potencjalnych odbiorców i odbiorczynie na mniejsze, bardziej konkretne grupy. Możesz zacząć od demografii i zidentyfikować swoją grupę docelową na podstawie takich czynników jak: wiek, płeć, dochody, wykształcenie, zawód, sytuacja rodzinna. Dodatkowo warto wziąć pod uwagę miejsce, gdzie znajdują się osoby, do których chcesz dotrzeć – czy zamieszkują konkretny region lub miejscowość?

Możesz również skorzystać z bardziej zaawansowanych narzędzi, które pomogą ci doprecyzować, jakie są preferencje twojej grupy docelowej i co ją motywuje. Poniżej prezentujemy dwa modele segmentacji, czyli podziału odbiorców i odbiorczyń na grupy o podobnych potrzebach, motywacjach i zachowaniach.

Pierwszy z nich, czyli psychologiczny model segmentacji, jest szczególnie przydatny przy planowaniu działań dla osób znajdujących się na szczycie piramidy zaangażowania – liderów i liderów, którzy chcą zainspirować i zmobilizować innych do działania. Drugie narzędzie to behawioralny model segmentacji i możesz z niego skorzystać, by lepiej rozumieć i zachęcać do działania osoby mniej zaangażowane.



Fot. Jacob Crawford

Motywowanie ludzi do objęcia przywództwa

Aby ludzie zaangażowali się w daną kwestię, muszą czuć motywację. Różne osoby są motywowane do podejmowania działań przez różne czynniki. To, co motywuje kogoś najbardziej – czy jest to poczucie wspólnoty, pragnienie niezależności, czy też coś zupełnie innego – zależy od danej osoby i tego, co jest dla niej najważniejsze. Biorąc pod uwagę różne aspekty psychologiczne, możesz określić, co rezonuje z tobą, twoją organizacją i częścią grupy docelowej, którą chcesz zmotywować do objęcia przywództwa i inspirowania innych. Dzięki temu zaplanujesz działanie, które jest zarówno motywujące, jak i wciągające, co przełoży się na głębsze zaangażowanie i satysfakcję przyszłych liderów i liderek¹⁰.

To, co motywuje ludzi, jest uzależnione od ich indywidualnego usposobienia, potrzeb i wartości, którymi kierują się w życiu:

- Dla niektórych osób kluczowe znaczenie ma uczestnictwo w podejmowaniu decyzji, które kształtują kierunek działań. Wpływ na to, w jaki sposób mogą włączyć się w daną sprawę, przekłada się na ich wyższą motywację i zaangażowanie.
- Inni mogą kierować się potrzebą spełnienia. To, że ktoś uzna i doceni ich wkład w dane przedsięwzięcie, stanowi silną motywację, ponieważ wzmacnia poczucie sprawczości i wpływu.

- Silne poczucie wspólnoty również może być istotnym czynnikiem motywującym. Ludzie są bardziej zaangażowani, gdy działają we wspierającym środowisku i czują się związani z innymi. Poczucie przynależności i bycia docenianym w grupie może zwiększyć ich zaangażowanie i entuzjazm.
- Kolejnym czynnikiem zwiększającym motywację jest zgodność celów danego działania z osobistymi wartościami i zainteresowaniami. Gdy cele rezonują z tym, na czym ludziom zależy, ich zaangażowanie staje się bardziej świadome i skuteczne, co pomaga utrzymać ich motywację do działania.
- Wreszcie – dla niektórych osób najważniejszą kwestią jest otrzymanie wsparcia i posiadanie osobistych zasobów koniecznych, aby odnieść sukces. Pewność siebie i wiara w swoje kompetencje są dla takich osób niezbędne, aby pozostały zaangażowane w działania i oddane sprawie.



Fot. © Amnesty Italia

MANIFEST Z LAMPEDUSY W OBRONIE PRAW UCHODźCÓW I MIGRANTÓW

Wizyta studyjna

Młodzi ludzie z dwunastu państw Unii Europejskiej wzięli udział w wizycie studyjnej na Lampedusie, włoskiej wyspie, na której w październiku 2013 roku doszło do tragicznej katastrofy. Ledwie pół mili od brzegu zatonął statek, na którym znajdowało się 540 uchodźców i uchodźczyń, głównie mieszkańców Erytrei. W wyniku tragedii utonęło 368 osób, 155 przeżyło, 20 uznano za zaginione. Podczas wizyty na Lampedusie w 2020 roku młode osoby m.in. z Polski, Włoch, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii wzięły udział w licznych warsztatach dotyczących migracji, praw uchodźców i uchodźczyń, praw człowieka i zmian klimatu. Najważniejsze były jednak rozmowy z ludźmi – mieszkańcami i mieszkankami wyspy oraz ocalałymi z katastrofy. Młode aktywistki i aktywiści, poruszeni tym doświadczeniem, opracowali tzw. Manifest z Lampedusy skierowany do decydentów i opinii publicznej w Europie. Domagają się w nim świata wolnego od dyskryminacji, w którym przestrzegane są prawa uchodźców i uchodźczyń, i zachęcają do zaangażowania na ich rzecz. Wizyta studyjna była częścią projektu Start the Change! finansowanego przez Unię Europejską.

Celem wydarzenia było zwiększenie wiedzy młodych aktywistów i aktywistek na temat zjawiska migracji i zachęcenie ich do długofalowego zaangażowania na rzecz praw uchodźców i migrantów.

Grupa docelowa: Młode osoby w wieku szkolnym z dwunastu państw Unii Europejskiej.

Kraj: Polska/Włochy/Hiszpania/Wielka Brytania

¹⁰ Ten rozdział został zainspirowany pracą Simona Elsborga Nygaarda, doktora psychologii zrównoważonego rozwoju i dobrostanu, na temat angażowania obywateli w działania na rzecz zrównoważonego świata.

! Lista kontrolna pozwalająca ocenić, czy dane działanie • zmotywuje grupę docelową

Wykorzystaj poniższą listę kontrolną, aby sprawdzić, czy w planowanych działaniach zostały uwzględnione wybrane aspekty psychologiczne i czynniki motywujące ludzi do przejęcia inicjatywy.

- **Samostanowienie:** Czy osoby uczestniczące w działaniu mogą samodzielnie zdecydować o tym, w jaki sposób będą zaangażowane? Czy mają możliwość kształtowania własnego uczestnictwa?
- **Kompetencje:** Czy osoby uczestniczące mają zapewnione niezbędne wsparcie i zasoby, aby czuć się kompetentne w swoich rolach? Czy otrzymały szkolenie lub wskazówki, aby zbudować pewność siebie w danym obszarze?
- **Społeczność:** Czy wśród osób uczestniczących istnieje silne poczucie wspólnoty? Czy osoby czują się ze sobą związane? Czy czują wsparcie od reszty zespołu, a ich wkład jest doceniany? Czy otoczenie jest inkluzywne i wspierające?
- **Różnorodność:** Czy realizowane przedsięwzięcie jest różnorodne, a udział w nim atrakcyjny? Czy obejmuje różne typy działań, aby utrzymać zainteresowanie i satysfakcję?
- **Znaczenie:** Czy osoby uczestniczące uważają działanie za istotne? Czy angażując się w to przedsięwzięcie, mają możliwość realizowania osobistych wartości i zainteresowań? Czy dostrzegają, jak ich praca wpisuje się w szerszy kontekst i przyczynia do działań na rzecz większej sprawy?
- **Dostosowanie zadań do celów:** Czy istnieje wyraźny związek między zadaniami osób uczestniczących a ogólnymi celami akcji? Czy osoby rozumieją, w jaki sposób ich zadania wspierają sukces całego przedsięwzięcia? Czy dla każdej osoby jest jasne, czego się od niej oczekuje?
- **Uznanie:** Czy wysiłek każdej zaangażowanej osoby jest zauważony i doceniany? Czy osoby uczestniczące dostrzegają rezultaty swojej pracy? Czy tworzysz przestrzeń do świętowania osiągnięć wszystkich członków zespołu i regularnie pokazujesz, jak ich wkład przyczynia się do sukcesu waszego działania?
- **Dopasowanie wartości:** Czy działanie jest zgodne z osobistymi wartościami i standardami etycznymi osób uczestniczących? Czy masz pewność, że ich zaangażowanie odzwierciedla to, co uważają za ważne i właściwe?
- **Osobiste korzyści:** Czy angażowanie się w konkretne działania przynosi satysfakcjonujące przeżycia i korzyści rozwojowe (nauka nowych umiejętności, budowanie nowych relacji, zaspokojenie potrzeb związanych ze sprawstwem, poczuciem sensu itp.)? Czy uczestnicy mają świadomość wartości, jakie mogą uzyskać, oraz tego, co w ich zaangażowaniu jest dla nich szczególnie motywujące i pociągające?

Zmotywuj tych, którzy powinni się zaangażować

W tym rozdziale poznasz praktyczne narzędzie, które pomaga inspirować i motywować różne grupy odbiorców i odbiorczyń poprzez łączenie kwestii globalnych z ich podstawowymi wartościami i codziennym życiem. Takie podejście, zwane behawioralnym modelem segmentacji, jest pomocne, gdy chcesz włączyć w swoje działania osoby, które angażują się w problematykę globalną w niewielkim stopniu bądź wcale. Model dzieli odbiorców i odbiorczynie na różne grupy, czyli segmenty, na podstawie ich podstawowych wartości, postaw i zachowań, i odpowiada, jak ich zaangażować.

Model przedstawia sześć różnych grup odbiorców i odbiorczyń: urodzeni aktywiści_stki, poszukujący sprawiedliwości praktycy_czki, optymistyczni pragmatycy_czki, prostolinijni indywidualiści_tki, poszukujący bezpieczeństwa tradycjonałiści_stki i zaangażowani opiekunowie_ki¹¹. Osoby mniej zaangażowane, w tym młodzież, można znaleźć w każdej z tych grup.

Tak jak każdy inny model podział ten nie jest jednoznaczny, a poglądy ludzi mogą się zmieniać w wyniku rozmów i osobistych interakcji. W związku z tym pa-

miętaj o odpowiednim dostosowaniu swoich działań na podstawie uzyskanych informacji zwrotnych i reakcji, które zaobserwujesz. Skuteczne zaangażowanie jednego segmentu odbiorców i odbiorczyń może pomóc ci dotrzeć do innych.

DEFINICJA

W programie Connect for Global Change bardzo zależy nam na dotarciu do osób mniej zaangażowanych, które mają stosunkowo niewielką wiedzę na temat globalnego rozwoju i nie podejmują działań w tym obszarze. Warto pamiętać, że takie osoby mogą być zaangażowane i aktywnie udzielać się w innych społecznie istotnych tematach.

Ludzie mniej zaangażowani w kwestie globalne nie zdobyli znaczącej wiedzy o zrównoważonym rozwoju i nie wykształcili zdecydowanych opinii na ten temat. Grupa ta może obejmować osoby w różnym wieku, o różnym wykształceniu, sytuacji ekonomicznej, miejscu pracy, nawykach korzystania z internetu, orientacjach politycznych itp. Pamiętaj, że mniej zaangażowana może być cała grupa docelowa lub tylko segment mniej lub bardziej jednorodnej grupy docelowej. Na przykład w danej klasie licealnej będą tacy, którzy są bardzo zaangażowani, i tacy, którzy nie angażują się w ogóle.

WSKAZÓWKA

W Eurobarometrze, czyli regularnych badaniach opinii publicznej w Unii Europejskiej (europa.eu), można znaleźć obszerne dane na temat grup w danym kraju lub regionie, które są statystycznie mniej zaangażowane.

Warto jednak pamiętać, że te statystyki ukazują ogólne trendy dotyczące świadomości w dużych grupach i mogą nie dostarczyć bezpośrednich informacji o tym, jak skutecznie zaangażować poszczególne osoby. Pamiętaj, że w każdej dużej grupie demograficznej są wyjątki.

Na te wyjątki warto zwrócić szczególną uwagę, niezależnie od tego, czy należą one do kategorii mniej zaangażowanych osób, czy też tych bardziej świadomych i aktywnych, które mogą służyć jako pomost do zaangażowania innych.

¹¹ Rozdział został opracowany na podstawie analizy segmentów autorstwa duńskiej organizacji **Democracy X**. Pełny opis tego modelu segmentacji znajdziesz tutaj: www.openpuljen.dk/media/lv.



URODZENI AKTYWIŚCI / URODZONE AKTYWISTKI

Charakterystyka:

- Cechuje ich otwartość na nowe możliwości i zmiany.
- Odnoszą się do świata z silnym poczuciem sprawiedliwości społecznej i empatią.
- Preferują państwowe rozwiązania kwestii społecznych.
- Aktywnie działają na rzecz swojej społeczności i angażują się w rzecznictwo.

Pomysły na zaangażowanie:

- Rozpocznij od dyskusji na temat globalnych nierówności. Zapytaj, co myślą na ten temat i czy dostrzegają je w różnych aspektach swojej działalności.
- Zorganizuj debatę lub protest i zachęć do udziału.
- Wykorzystaj ich kompetencje przywódcze w projektach społecznych i kampaniach politycznych.



POSZUKUJĄCY SPRAWIEDLIWOŚCI PRAKTYCY / POSZUKUJĄCE SPRAWIEDLIWOŚCI PRAKTYCZKI

Charakterystyka:

- Mają silne poczucie sprawiedliwości i solidarności.
- Popierają opiekuńczą rolę państwa i surowe kary za przestępstwa.
- Wierzą we wspólną odpowiedzialność za dobrostan członków_in swojej społeczności i w silne zaangażowanie państwa w sprawy społeczne.

Pomysły na zaangażowanie:

- Pokaż, że problematyka globalna jest silnie powiązana z naszym codziennym życiem. Połącz kwestie globalne z ich konkretnymi, lokalnymi przejawami. Przykładowo: możesz wykorzystać projekt lokalnej farmy wiatrowej, by zilustrować szerszą problematykę ochrony klimatu i środowiska naturalnego.
- Zorganizuj ciekawe wydarzenia w lokalnej społeczności, np. wieczór filmowy połączony z dyskusją na tematy społeczne.
- Proponuj zadania, które będą adekwatne do kompetencji członków i członkiń tej grupy, takie jak koordynowanie lokalnych wydarzeń.



OPTYMISTYCZNI PRAGMATYCY / OPTYMISTYCZNE PRAGMATYCZKI

Charakterystyka:

- Mają realistyczne i praktyczne podejście do rozwiązywania problemów.
- Szanują tradycję i autorytety.
- Preferują proste i funkcjonalne rozwiązania.

Pomysły na zaangażowanie:

- Skoncentruj się na praktycznych działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju, np. lokalnych akcjach zbiorów segregowanych odpadów.
- Angażuj w działania służące rozwiązywaniu codziennych problemów ich lokalnej społeczności.
- Wykorzystaj przykłady lokalnych projektów, by zilustrować przekrojowe kwestie, takie jak zmiany klimatu.



Fot. Centrum Edukacji Obywatelskiej

SZKOLNY OGRÓD „JONEK”

Miejsce refleksji o życiu w zgodzie z naturą

Uczniowie i uczennice Zespołu Szkół nr 1 im. Gustawa Morcinka w Tychach postanowili stworzyć przyszkolny ogródek „Jonek”. W szkole brakowało dotychczas przestrzeni, w której młodzież mogłaby odpocząć na świeżym powietrzu w otoczeniu przyrody. Ogródek miał być miejscem rekreacji, odpoczynku i kontaktu z przyrodą, ale także służyć nauce i refleksji nad funkcjonowaniem współczesnego świata. Grupę projektową zainteresował także temat małych, lokalnych ogrodów – młodzieńcy uznali, że warto byłoby stworzyć takie miejsce dla społeczności szkolnej. Tematy, które towarzyszyły młodzieży podczas realizacji tej inicjatywy, to dobrostan, czyli możliwość zatrzymania się i skupienia na własnych potrzebach, oraz funkcjonowanie w zgodzie z naturą i poszukiwanie alternatywnych możliwości pozyskiwania produktów spożywczych na potrzeby lokalne. Projekt łączy w sobie wiele wątków edukacji globalnej, jak zrównoważony rozwój, konsumpcja i produkcja, żywność i rolnictwo, bioróżnorodność, zasoby naturalne, zmiana klimatu, edukacja. W projekcie kształtowane były kompetencje kluczowe, na które kładzie nacisk edukacja globalna, m.in. krytyczne myślenie czy postawa otwartości na planetę.

Celem projektu było stworzenie w szkole zielonej i zrównoważonej przestrzeni, sprzyjającej refleksji nad funkcjonowaniem w zgodzie z naturą.

Grupa docelowa: uczniowie i uczennice Zespołu Szkół nr 1 im. Gustawa Morcinka w Tychach

Kraj: Polska



PROSTOLINIJNI INDYWIDUALIŚCI / PROSTOLINIJNE INDYWIDUALISTKI

Charakterystyka:

- Cenią indywidualną wolność i osobistą odpowiedzialność.
- Odznaczają się sceptycyzmem wobec rozbudowanych systemów pomocy społecznej, preferują niższe podatki.
- Kierują się logicznymi i racjonalnymi argumentami.

Pomysły na zaangażowanie:

- Podkreślaj osobiste korzyści płynące z działań społecznych.
- Angażuj ich w debaty na temat skutecznych rozwiązań kwestii społecznych.
- Przydzielaj zadania, które wykorzystują ich praktyczne umiejętności i niezależność.
- Pokaż, w jaki sposób działanie na rzecz globalnego rozwoju może prowadzić do rozwoju osobistego i zdobycia nowych umiejętności.
- Zaoferuj praktyczne warsztaty lub możliwości wolontariatu, dzięki którym poczują sprawczość i zobaczą realny wpływ swojego zaangażowania.



POSZUKUJĄCY BEZPIECZEŃSTWA TRADYCJONALIŚCI / POSZUKUJĄCE BEZPIECZEŃSTWA TRADYCJONALISTKI

Charakterystyka:

- Cenią stabilność, rodzinę i społeczność.
- Preferują tradycyjne role społeczne, przejawiają ostrożność wobec gwałtownych zmian.
- Wspierają pomoc społeczną dla grup defaworyzowanych, choć na co dzień wyznają pogląd, że każda osoba jest kowalem własnego losu.

Pomysły na zaangażowanie:

- Organizuj wydarzenia o tradycyjnym charakterze, np. wspólne gotowanie dla lokalnej społeczności.
- Angażuj w dyskusje, które łączą pozytywne doświadczenia z przeszłości z obecnymi działaniami.
- Pokazuj bezpośrednie korzyści dla lokalnej społeczności płynące z szerszych inicjatyw.
- Dostosuj swoją komunikację. Pokaż, jak kwestie globalne łączą się z ich codziennym życiem. Wykorzystaj historie i praktyczne przykłady, z którymi będą w stanie się utożsamić. Podkreślaj, że zrównoważony rozwój w wymiarze globalnym przełoży się na bezpieczeństwo i stabilność ich lokalnej społeczności.



ZAANGAŻOWANI OPIEKUNOWIE / ZAANGAŻOWANE OPIEKUNKI

Charakterystyka:

- Obawiają się gwałtownych zmian społecznych, martwią się o swoje bezpieczeństwo.
- Cenią stabilność i mają silne poczucie nostalgii.
- Wolą małe, łatwe do wykonania kroki od abstrakcyjnych działań na szerszą skalę.

Pomysły na zaangażowanie:

- Połącz kwestie globalne z ich konkretnymi, lokalnymi przejawami. Przykładowo możesz zainicjować dyskusję o tym, jak globalne zmiany gospodarcze wpływają na możliwości zatrudnienia w ich miejscowości.
- Organizuj popularne i mało ryzykowne wydarzenia, np. lokalne sprzątanie okolicznych lasów.
- Używaj osobistych historii i praktycznych przykładów, aby budować zaufanie.
- Opieraj się na wspólnych zainteresowaniach i skup się na tym, w jaki sposób globalne wysiłki na rzecz rozwoju pomogą chronić środowisko i zapewnić lepszą przyszłość ich dzieciom. Praktyczna wskazówka: organizuj wydarzenia społecznościowe lub kampanie informacyjne, które podkreślają, że kwestie globalne silnie przekładają się na lokalne realia.



Fot. Skoleliv i Nepal

GLOBALNE DZIEWCZYNY – ŻYCIE SZKOLNE W NEPALU

Dialog międzykulturowy

Akcja *Global Girls* zrealizowana przez duńską organizację Skoleliv i Nepal (pol. Życie szkolne w Nepalu) pokazuje, jak można skutecznie wykorzystać krótkie filmiki do przełamywania różnic kulturowych i społecznych. Dziewczęta z Danii i Nepalu, dzieląc się codziennymi doświadczeniami za pośrednictwem filmików na TikToku, mogły się ze sobą skontaktować, poznać i lepiej zrozumieć swoje realia. Akcja wspiera nawiązywanie przyjaźni ponad granicami i dialog międzykulturowy. Ta metoda wizualnego opowiadania przystępnych i bliskich życiu historii zaangażowała szczególnie odbiorców i odbiorczynie, których na podstawie behawioralnego modelu segmentacji możemy zaklasyfikować jako „zaangażowanych opiekunów/zaangażowane opiekunki”.

Celem akcji jest zwiększenie zaangażowania uczestników poprzez promowanie wymiany doświadczeń, empatii i dialogu międzykulturowego, co w przyszłości ma zainspirować je do podjęcia działań na rzecz mierzenia się z globalnymi wyzwaniami.

Grupa docelowa: Dziewczęta, szczególnie te zainteresowane budowaniem relacji i zrozumienia poprzez przystępne treści wideo.

Kraj: Nepal

9. Angażowanie młodzieży

Podobnie jak w przypadku każdej innej grupy docelowej angażowanie młodych ludzi w kwestie globalnego rozwoju wymaga przemyślanego podejścia, które współgra z ich zainteresowaniami i unikalną perspektywą. Często błędem jest traktowanie młodzieży jako jednorodnej grupy i wychodzenie z założenia, że w pełni ją rozumiemy. Dlatego, podobnie jak w przypadku innych grup docelowych, najpierw spróbuj poznać i zrozumieć młodych ludzi, zanim zaczniesz angażować ich w działania. Możesz w tym celu wykorzystać pomysły z poprzednich części poradnika i podzielić młodych ludzi, których chcesz zmobilizować, na konkretne segmenty odbiorców i odbiorczyń.

DEFINICJA

Młodych ludzi definiujemy szeroko: są to osoby w wieku od 15 do 30 lat. Organizacje, sieci i ruchy młodzieżowe są zarządzane przez młodych ludzi i/lub swoje działania kierują do osób poniżej 30. roku życia.

Jeśli mielibyśmy scharakteryzować młodych ludzi na podstawie wcześniej przeprowadzonych analiz, moglibyśmy powiedzieć, że są bardzo zaangażowani w świat online i preferują te platformy społecznościowe, które odzwierciedlają ich zainteresowania i wartości. Chcą włączać się w inicjatywy, które oferują możliwość realizacji pasji oraz rozwoju osobistego i zawodowego. Kreatywny przekaz i innowacyjne pomysły przyciągają uwagę młodych osób, a jasna komunikacja i natychmiastowa informacja zwrotna są kluczowe, aby utrzymać ich motywację i zaangażowanie. Mimo że niektórzy młodzi ludzie mają silną potrzebę pozytywnych zmian i angażują się na ich rzecz, są często rozczarowani powolnymi lub nieodpowiednimi reakcjami władz państwowych na palące dla nich kwestie.

Fot. Jacob Crawford





Fot. Przemysław Stefaniak

STOP PRZEMOCY ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ

Artystyczny flashmob

Przemoc ze względu na płeć to globalny problem, przeciwko któremu protestują młodzi ludzie na całym świecie, również w Polsce. Akcję *Stop przemocy ze względu na płeć* na terenie Starego Browaru w Poznaniu zorganizowali aktywiści i aktywistki zrzeszeni w Amnesty International, międzynarodowym ruchu obrony praw człowieka. Młode osoby zaprosiły lokalnych artystów i artystki do przeprowadzenia flashmobu. Podczas wydarzenia wykonano akustyczną wersję piosenki *Stand by Me* Bena E. Kinga z akompaniamentem gitary, wiolonczeli, trójkątów i marakasów. Osoby biorące udział w wydarzeniu trzymały plakaty z akcyjnymi hasłami dotyczącymi przemocy ze względu na płeć, informowały o tym zjawisku oraz o różnych możliwościach zaangażowania się w sprawę, rozdawały też naklejki i bransoletki dla tych, którzy zobowiązali się przeciwstawić przemocy. Zdjęcia z akcji zostały opublikowane w mediach społecznościowych. Zaprezentowane podczas akcji informacje i dane o zjawisku przemocy z pewnością przemówiły do odbiorców i odbiorczyń, którzy według behawioralnego modelu segmentacji mieszczą się w grupie „poszukujący sprawiedliwości praktycy / poszukujące sprawiedliwości praktyczki”.

Celem akcji było zwiększenie świadomości na temat przemocy ze względu na płeć, zainteresowanie opinii publicznej tym tematem i zaangażowanie osób w przeciwdziałanie przemocy.

Grupa docelowa: Mieszkańcy i mieszkanki Poznania, przechodnie, a za pośrednictwem mediów społecznościowych także szersza opinia publiczna.

Kraj: Polska

Młodzi u steru: angażuj młodych ludzi w planowanie przyszłości i podejmowanie działań

Zachęć młodych ludzi do kwestionowania utartych schematów. Wspólnie zastanówcie się, jakie scenariusze przyszłości mogą być realne, jeśli już dziś podejmiecie działania na rzecz pozytywnej zmiany. Następnie sprawcie, by ta wizja świata stała się rzeczywistością! Poniższe wskazówki pokażą ci krok po kroku, jak angażować młode osoby w aktywizm na rzecz lepszego świata i wzmacniać ich wpływ¹².

1. Kwestionuj

Po co? Zachęcając młodzież do zakwestionowania utartych schematów i założeń na temat rzeczywistości, pomożesz im zidentyfikować i zrozumieć ograniczenia, które utrudniają im dostrzeżenie nowych możliwości. Dzięki kreatywnym ćwiczeniom, takim jak planowanie różnych scenariuszy rozwoju świata czy spekulatywne opowiadanie historii, będą mieli szansę eksplorować alternatywne wizje przyszłości i poszerzać swoją perspektywę.

Jak? Zorganizuj warsztaty, których celem jest opracowanie hipotetycznych scenariuszy dotyczących rynku pracy w przyszłości lub zrównoważonego rozwoju za 100 lat. To pomoże osobom uczestniczącym myśleć nieszablonowo i zakwestionować status quo.

2. Puść wodze fantazji

Po co? Sięgnięcie do nieograniczonych zasobów wyobraźni pomaga wizualizować różne wizje przyszłości i znajdować kreatywne rozwiązania globalnych problemów. Ćwiczenia artystyczne, odgrywanie ról i doświadczenia immersyjne mogą pobudzić kreatywność i otworzyć młodych ludzi na nowe pomysły.

Jak? Artystyczne projekty zorientowane na pożądaną wizję przyszłości czy odgrywanie ról, dzięki którym młodzież poczuje różne wizje przyszłości na własnej skórze, pomogą dostrzec nowe możliwości.

3. Działaj!

Po co? Kiedy młodzi ludzie spróbują przekuć swoje pomysły w konkretne działania, ich wizje staną się bardziej namacalne i osiągalne. Może to zwiększyć ich poczucie sprawczości i odpowiedzialności za własną przyszłość.

Jak? Zastanówcie się nad konkretnymi i praktycznymi krokami, które możecie wdrożyć, by zrealizować pożądaną wizję przyszłości. Może będzie to za inicjowanie lokalnych działań, zaangażowanie się w projekty społeczne lub promowanie zmian w polityce? Jeśli waszą wizją jest przyszłość bez odpadów, zaplanujcie lokalną akcję promującą segregację odpadów i spróbujcie wcielić ją w życie!

¹² Rozdział opracowany na podstawie koncepcji *futures thinking* (pl. myślenie o przyszłości). Więcej praktycznych wskazówek i inspiracji dotyczących stosowania tej metody w planowaniu działań można znaleźć na stronie projektu [Futures Frequency](#) opracowanego przez fińską organizację Sitra lub w pracy UNESCO [Futures Literacy & Foresight](#).

Co warto wziąć pod uwagę, planując zaangażowanie młodzieży?

Wykorzystaj poniższe wskazówki, by skutecznie dotrzeć ze swoim przekazem do młodych ludzi¹³:

Działasz w środowisku szkolnym?

Szkola to zorganizowana społeczność z wieloma młodymi ludźmi już zebranymi w klasie, co oznacza, że masz swoją grupę docelową na miejscu! Dlatego szkoły to niezwykle cenne miejsce do realizacji inicjatyw edukacji globalnej i warto je zapraszać do współpracy. Wykorzystanie szkół jako przestrzeni do angażowania może być bardzo skuteczne, ale wymaga starannego planowania. Kluczowe jest włączenie w ten proces kadry pedagogicznej i zintegrowanie działań z innymi wydarzeniami zaplanowanymi w roku szkolnym. Angażowanie młodych ludzi, którzy w szkole mają wiele zadań i obowiązków, również wymaga przemyślanego podejścia. Współpraca z nauczycielami i nauczycielkami zapewni zgodność twojej inicjatywy z celami nauczania i zwiększy szanse na jej powodzenie. W niektórych sytuacjach również współpraca z rodzicami może okazać się kluczowa dla realizacji działań.

- **Działaj w sieci:** Młodzi ludzie nie doświadczyli świata bez internetu, dlatego nazywani są cyfrowymi tubylcami. Wykorzystaj media społecznościowe, aplikacje i inne platformy internetowe, aby dotrzeć do nich tam, gdzie są najbardziej aktywni. Pamiętaj, że budowanie świadomego zaangażowania wymaga znacznie więcej niż tylko działań promocyjnych w internecie. Postaraj się stworzyć dynamiczną i interaktywną przestrzeń, w której ludzie będą chętnie uczestniczyć i działać! Zastanów się, jak motywować do długofalowego zaangażowania. Możesz w tym celu wykorzystać specjalistyczne strony internetowe poświęcone ważnym dla ciebie tematom, blogi, aplikacje, a także cyfrowe wydania gazet i sieci społecznościowe.
- **Starannie wybieraj platformy i treści:** Nie próbuj zgadywać, z jakich platform i kanałów korzystają twoi odbiorcy i odbiorczynie – zapytaj ich o to. Pamiętaj, że platformy internetowe znacznie różnią się między sobą pod względem sposobu ich wykorzystania, typu publikowanych tam treści czy profilu użytkowników i użytkowniczek. Dostosuj swój przekaz do konkretnej platformy, poprzez którą chcesz dotrzeć do młodych ludzi. Zamiast wykorzystywać wszystkie dostępne kanały, wybierz te najbardziej odpowiednie dla twojej akcji.
- **Niech to będzie osobiste:** Kluczem do zaangażowania młodzieży jest dostosowanie działań do ich wartości i pasji. Oferuj takie możliwości zaangażowania, dzięki którym młode osoby będą mogły realizować swoje zainteresowania i wyraźnie zobaczyć, że ich wkład może mieć pozytywny wpływ zarówno na poziomie osobistym, lokalnym, jak i globalnym.
- **Postaw sprawę jasno:** Udzielaj jasnych i szczerych informacji o możliwościach zaangażowania i swoich oczekiwaniach. Używaj prostych i zwięzłych komunikatów z wyraźnymi elementami wizualnymi, aby twój przekaz był zrozumiały. Upewnij się, że młodzi ludzie wiedzą, co należy zrobić, w jaki sposób i jakich umiejętności to wymaga.
- **Niech to będzie atrakcyjne:** Podkreślaj osobiste i zawodowe korzyści wynikające z zaangażowania w twoją akcję. Zwracaj uwagę na możliwość zdobycia nowych umiejętności, cennych doświadczeń i rozwoju osobistego. Dzięki temu zmotywujesz młode osoby do świadomego i długofalowego zaangażowania. Wybieraj działania, które będą przyciągać młodzież, takie jak wymiana kulturalna, wizyty studyjne, wolontariat, wydarzenia związane ze sportem i sztuką. Zapytaj młodych ludzi, co ich najbardziej motywuje.
- **Dostosuj do potrzeb:** W swoim przedsięwzięciu oferuj możliwość zaangażowania długo- i krótkoterminowego, co da ci szansę włączenia osób o różnej dyspozycyjności czasowej i stopniu motywacji. Proponuj różnorodne działania, od krótkich, spektakularnych akcji, po dłuższe, bardziej wymagające procesy. Wtedy każdy znajdzie coś dla siebie, niezależnie od dostępności lub poziomu zainteresowania.
- **Wzmacniaj:** Angażuj młodych ludzi na każdym etapie działania, od fazy generowania pomysłów, po ich realizację. Udział w podejmowaniu decyzji i przejęcie odpowiedzialności zwiększy ich zaangażowanie i satysfakcję. Włączaj młodzież w sesje burzy mózgów, procesy decyzyjne i realizację działań. Pozwalaj kształtować i rozwijać działania, w których uczestniczą.

¹³ Rozdział ten został opracowany na podstawie wniosków z badań przeprowadzonych w ramach międzynarodowego projektu Mindchangers finansowanego przez Unię Europejską. Więcej informacji znajdziesz na stronie: <https://www.mindchangers.eu/publications/practical-guide/>.

- Krótko i na temat: Młodzi ludzie często najlepiej reagują na inicjatywy, które oferują szybkie i namacalne rezultaty. Projektuj działania, które prowadzą do natychmiastowych efektów i wyraźnych korzyści. Dzięki temu utrzymasz uwagę i motywację młodych osób na wysokim poziomie.
- Postaw na kreatywność: Świeże, innowacyjne pomysły przyciągają uwagę i zwiększają zaangażowanie. Niezależnie od tego, czy planujesz miejską demonstrację, czy warsztat dla młodych liderów i lidererek, myśl kreatywnie o tym, jak prezentować i wdrażać swoje inicjatywy.
- Spraw, by było to możliwe: Zaoferuj finansowe i operacyjne wsparcie dla inicjatyw prowadzonych przez młodzież. Pomóż znaleźć sponsorów i napisać wnioski o dofinansowanie, dostarcz narzędzia do projektowania działań, zmniejszaj przeszkody biurokratyczne, wspieraj radą na każdym etapie działania.
- Buduj mosty: Szukaj powiązań między różnymi obszarami polityki i sektorami w celu zwiększenia wpływu inicjatyw młodzieżowych. Buduj możliwości współpracy między władzami lokalnymi, organizacjami społeczeństwa obywatelskiego, instytucjami edukacyjnymi i innymi partnerami w celu stworzenia kompleksowych i spójnych możliwości zaangażowania młodych ludzi. Takie podejście może sprawić, że wasze działania będą bardziej skuteczne, a rezultaty trwalsze.



10. Ludzie na pierwszym miejscu, czyli etyczna i skuteczna komunikacja globalnych wyzwań

Dzięki lekturze poprzednich rozdziałów poradnika wiesz już, czym jest edukacja globalna, gdzie szukać wiedzy na temat globalnych wyzwań i jak angażować różne grupy odbiorców w budowanie zrównoważonego i otwartego dla wszystkich świata. Zanim jednak ruszysz do działania, poświęć jeszcze kilka chwil na refleksję o etycznych aspektach swojego zaangażowania. Zdajesz już sobie sprawę, że globalne wyzwania to złożone i skomplikowane procesy, których w specyficzny dla siebie sposób doświadczają osoby o różnych cechach, pochodzące z różnych miejsc i kręgów kulturowych. Jak angażować na rzecz zrównoważonego rozwoju, prezentując tę różnorodność perspektyw, pełen kontekst danego zagadnienia i nikogo przy tym nie wykluczając? Jak w obliczu tylu trudności, z którymi mierzy się ludzkość, dawać ludziom nadzieję, że lepszy świat jest możliwy? Poniżej znajdziesz kilka wskazówek, jak etycznie i skutecznie komunikować globalne wyzwania.

Ludzie na pierwszym miejscu

Pamiętaj, by na każdym etapie realizacji działań i komunikacji priorytetowo traktować godność, prawa człowieka oraz bezpieczeństwo osób i społeczności, na rzecz których działasz i/lub z którymi współpracujesz. Zadbaj o to, by wszystkie zainteresowane osoby wyraziły świadomą zgodę na współpracę przy twoim projekcie. Pamiętaj o ochronie prywatności i danych

osobowych. Zmień plany, jeśli będą tego wymagać okoliczności.

Nic o nas bez nas

Wszystkie podejmowane przez ciebie działania powinny zmierzać do włączania w nie osób dotkniętych globalnymi wyzwaniami i uwzględniać ich perspektywę. Upewnij się, że ludzie, których bezpośrednio dotyczy sprawa, jaką chcesz nagłośnić, odgrywają kluczową rolę na każdym etapie twoich działań, mają realny wpływ na kształt danej inicjatywy, występują w roli osób uczestniczących, współpracujących, prelegentów czy prowadzących warsztaty. Nawiąż współpracę z lokalnymi organizacjami/grupami już działającymi na rzecz danej sprawy czy społeczności, uwzględnij ich ekspertyzę i doświadczenie. Pamiętaj też, że tożsamość każdej osoby składa się z wielu elementów. Nikt nie jest wyłącznie uchodźczynią lub osobą doświadczającą przemocy. Postaraj się, aby twoja praca uwzględniała różnorodność osób, które doświadczają danego wyzwania.

Nie upraszczaj i pokazuj rozwiązania

Kwestionuj i rozbrajaj szkodliwe stereotypy na temat globalnych wyzwań oraz miejsc i społeczności, które ich bezpośrednio doświadczają. W komunikacji dotyczącej krajów globalnego Południa często pojawia się skojarzenie z obrazami ubóstwa, stagnacji i nę-

dzy. Wiele osób z naszego kręgu geograficzno-kulturowego nie zna podstawowych faktów dotyczących poprawy stanu zdrowia, malejącego ubóstwa i wydłużającej się średniej długości życia na świecie¹⁴. Dlatego w swoich działaniach zawsze opieraj się na rzetelnych danych, prezentuj prawdziwe informacje, tłumacz szerszy kontekst zjawisk z dokładnością i szacunkiem dla osób, których dotyczą. Informuj o rozwiązaniach, zamiast tylko podkreślać problemy – takie podejście pomaga tworzyć realistyczny obraz świata, w którym oprócz wyzwań dostrzegamy także postępy i możliwości.

Uważaj na język

Język, którym się posługujemy, ma ogromną moc. Może wzmacniać relacje władzy, które utrzymują ubóstwo, nierówność i cierpienie, albo je dekonstruować i obalać. Nasze wybory językowe mają kluczowe znaczenie dla wizji świata, którą prezentujemy i na rzecz której działamy. Zwróć uwagę, w jaki sposób wypowiadasz się na temat osób i grup o różnych tożsamościach. Zrezygnuj z określeń, które wzmacniają stereotypy i krzywdzą osoby mierzące się z globalnymi wyzwaniami. Zadbaj o to, by twoja komunikacja dostrzegała i odzwierciedlała różnorodność świata, osób i społeczności, była oparta na szacunku, godności i prawach człowieka¹⁵.

¹⁴ Więcej informacji o fałszywych przekonaniach obywateli i obywaterek UE na temat globalnych wyzwań znajdziesz na stronie szwedzkiej fundacji [Gapminder](#).

¹⁵ Więcej informacji na temat etycznej komunikacji globalnych wyzwań znajdziesz w publikacji *Jak mówić o większości świata? Jak informować o krajach globalnego Południa?* wydanej przez Instytut Globalnej Odpowiedzialności, *Kodeksie w sprawie obrazów i wiadomości dotyczących krajów Południa* opracowanym przez organizacje pozarządowe działające w obszarze pomocy humanitarnej, współpracy rozwojowej i edukacji globalnej oraz *Języku równościowym* wydanym przez Amnesty International.



Adaptacja oraz współautorstwo polskiego wydania:
Katarzyna Salejko, Elżbieta Olczak
Redakcja językowa: Magda Majewska
ISBN: 978-83-966305-1-3

Wydawca polskiego wydania:
Grupa Zagranica
connect@zagranica.org.pl

WILDE
GANZEN



fingo

lafedo CAT

111
Strength in numbers

SLOGA
Slovenian Global Action

LAPAS
Latvian Platform
for Development
Cooperation

RESACOO
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
COOPÉRATION INTERNATIONALE

vbp
Lithuanian
development
cooperation
platform

COP
Cooperazione Piemonte

polska pomoc



Finansowane przez
Unię Europejską