

# Mimovládne organizácie, sociálne skupiny a siete pre zelený aktivizmus mládeže



- Témy:**
- Efektívna komunikácia pre ochranu životného prostredia
  - Platformy sociálnych médií a ich úlohy pri zvyšovaní povedomia
  - Vytváranie pútavého obsahu (napr. príspevky, videá, príbehy)
  - Plánovanie kampane v rámci aktivizmu



Vek: 15+



Max. 20  
účastníkov



115 minút

- Pedagogické ciele**
- Rozvíjať zručnosti na používanie sociálnych médií ako nástroja na zvyšovanie povedomia a mobilizáciu podpory.
  - Podporiť kreativitu pri vytváraní obsahu pre účinné kampane.
  - Umožniť účastníkom porozumieť rôznym publikám a zapojiť sa do nich.
  - Podporiť spoluprácu a tímovú prácu v online advokácii.



- Potrebné materiály**
- Smartfóny, tablety alebo notebooky s prístupom na internet
  - Príklady úspešných kampaní v sociálnych médiách (napr. príspevky Greta Thunbergovej, kampane WWF)
  - Canva alebo podobné nástroje grafického dizajnu na tvorbu obsahu
  - Projektor alebo smartboard na ukážky
  - Predtlačené pracovné listy na plánovanie kampane
  - Zoznam trendových hashtagov a výziev sociálnych médií súvisiacich s environmentálnymi problémami



- Vzdelávacie metódy**
- Interaktívne prezentácie a prípadové štúdie
  - Praktické workshopy na tvorbu obsahu
  - Skupinový brainstorming a scenáre hrania rolí
  - Vzájomné hodnotenie a spoločná kritika nápadov sociálnych médií

## Popis aktivity

### 1 Úvod do komunikácie a sociálnych médií (15 minút)

- Prezentujte prehľad hlavných platforiem sociálnych médií (napr. Instagram, TikTok, Twitter, Facebook) a ich silných stránok pre advokáciu.
- Podelte sa o príklady úspešných kampaní a klimatických aktivistov (napr. #FridaysForFuture, #ClimateAction) a diskutujte o ich vplyve.

**Tip:** Začnite diskusiou: „Prečo je komunikácia pre aktivizmus dôležitá?“

## 2 Vytvorenie pútavej správy (20 minút)

- Naučte sa „Pravidlo 3 C“: Jasné, stručné a presvedčivé správy.
- Diskutujte o dôležitosti poznať svoje publikum a podľa toho prispôbiť správy.
- Oboznámte sa s konceptom "**Zlatý kruh**", ktorý bol vyvinutý Simonom Sinekom, odborníkom na liderstvo a autorom, ktorý je významný v oblasti mediálnej komunikácie. Zameriava sa na porozumenie a efektívnu komunikáciu správy kladením troch kľúčových otázok:
  1. **Prečo?** – Prečo existuje vaša organizácia alebo projekt? Aký je váš účel alebo príčina? Toto je základná viera alebo poslanie, ktoré riadi vaše úsilie.
  2. **Ako?** – Ako robíš to, čo robíš? To vysvetľuje proces alebo hodnoty, ktoré riadia vaše činy a pomáhajú splniť váš účel.
  3. **Čo?** – Čo ponúkate? Týka sa to produktu, služby alebo výstupu, ktorý poskytujete publiku.
- Zlatý kruh zdôrazňuje, že začína s „Prečo“, pretože ľudia sa skôr emocionálne spoja s účelom konania, než len so samotným produktom. Tento prístup je účinný v mediálnej komunikácii, pretože buduje dôveru a emocionálnu rezonanciu, ktoré sú kľúčové pre zapojenie publika.

**Tip:** Zistite viac o Zlatom kruhu Simona Sineka a o tom, ako sa to týka komunikácie na jeho oficiálnej webovej stránke alebo v jeho TED Talk: [Simon Sinek - Start with Why | TED Talk](#)

## 3 Praktický workshop tvorby obsahu (45 minút)

- Rozdeľte účastníkov do malých skupín.
- Predtým, ako sa pustíte do tvorby obsahu, každá skupina by mala vytvoriť kľúčovú správu pomocou rámca "Zlatý kruh".
- Poskytnite zoznam príkladov environmentálnych problémov alebo dovoľte skupinám, aby prediskutovali svoje vlastné.

**Tu je niekoľko návrhov:**

- Zníženie používania plastov
- Úspora vody a zníženie odpadu
- Výsadba stromov alebo zalesňovanie
- Ochrana opelovačov (včely, motýle)
- Podpora udržateľnej módy
- Podpora čistej energie

Každá skupina rozvíja obsah ohajoby na základe svojho kľúčového posolstva:

- **Príspevok na sociálnych médiách:** Účastníci vytvoria obrázok a popis, ktorý zachytáva hlavnú správu pomocou pôsobivých vizuálov a stručného jazyka.
- **15 – 30 sekundové video alebo reel:** Účastníci by mali vytvoriť krátke, pútavé video, ktoré rozpráva príbeh alebo zvýrazní výzvu na akciu, aby bolo dynamické a vhodné pre platformy sociálnych médií.
- **Navrhňte hashtag:** Vytvorenie chytľavého, jedinečného hashtagu, ktorý predstavuje kampaň a povzbudí ostatných, aby sa pridali k hnutiu.
- **Výzva na akciu:** Koniec jasnou výzvou na akciu povzbudzuje divákov, aby sa zapojili.

**Tip:** Na navrhovanie príspevkov a úpravu vizuálov použite nástroje ako **Canva**.  
Osobné príbehy a príklady zo skutočného sveta robia obsah viac príbuznejším.

#### 4 Prezentácie a spätná väzba (30 minút)

- Skupiny prezentujú svoj obsah celej triede.
- Facilitátori a kolegovia poskytujú konštruktívnu spätnú väzbu založenú na jasnosti, kreativite a príťažlivosti pre publikum.
- Diskutujte o tom, ako zlepšiť zapojenie (napr. pomocou prieskumov, výziev a interaktívneho obsahu).
- Povzbudzujte účastníkov, aby sa pripojili k niektorým už aktívnym kampaniam.

**Tip:** Plánujte príspevky pomocou nástrojov, ako je **Buffer** alebo **Hootsuite**, zapojte sledovateľov prostredníctvom komentárov a správ, spolupracujte s influencerami alebo podobne zmýšľajúcimi organizáciami a sledujte analýzy na zlepšenie svojej stratégie.

#### 5 Vyzvite účastníkov, aby spustili minikampaň na sociálnych médiách (5 minút)



- Každý účastník zdieľa príspevok na sociálnych médiách o environmentálnej akcii, ktorú vykonal, pomocou hashtagu vytvoreného skupinou.
- Účastníci počas niekoľkých nasledujúcich dní monitorujú hodnotenia Páči sa mi, komentáre a zdieľania, aby vyhodnotili dosah a vplyv kampane.
- Povzbudzujte účastníkov, aby porovnávali výsledky a diskutovali o tom, ktorý obsah bol najpútavejší alebo najúčinnjší.

**Tip:** Navrhňte uverejňovanie v rôznom čase a pomocou pútavých vizuálov zvýšte zapojenie.

## Ak chcete ísť ďalej

- +** **Greta Thunberg**, popredný hlas v boji proti klimatickým zmenám, využíva svoju platformu na zdieľanie dôležitých správ o environmentálnom aktivizme, udržateľnosti a sociálnej spravodlivosti. Sledujte ju na Instagrame, aby ste boli informovaní o jej najnovších iniciatívach, myšlienkach a akciách, ktoré majú inšpirovať globálnu zmenu. Pozrite si [Instagram Greta Thunbergovej](#).
- +** **Leah Thomas**, tiež známa ako Green Girl Leah, je zástankyňou environmentálnej spravodlivosti, udržateľnosti a inkluzívnosti v boji proti klimatickým zmenám. Jej Instagram je hubom pre dômyselný obsah, ktorý vzdeláva a umožňuje jednotlivcom konať v záujme udržateľnejšej budúcnosti. Sledujte jej cestu, sledujte jej Instagram [tu](#).

## Zdroje a dodatočné zdroje

-  World Wildlife Fund (WWF). (n.d.). [WWF Instagram](#).
-  World Wildlife Fund (WWF). (n.d.). [World Wildlife Fund Official Website](#).
-  Greenpeace. (n.d.). [Greenpeace International](#).



Spolufinancovaný  
Európskou úniou

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.



#EcoQuestProject

[www.ecoquestproject.eu](http://www.ecoquestproject.eu)

Kód projektu: 2023-3-SK02-KA210-YOU-000183253