



CHILDREN IN PERMACULTURE

Dodatek priročniku

Navdihovanje drugih

2018

Children in Permaculture (CiP), v prevodu Otroci v permakulturi, je projekt Erasmus+, v katerem 7 evropskih organizacij sodeluje z namenom izboljšanja poučevanja otrok v formalnem, neformalnem in priložnostnem izobraževanju s pomočjo materialov, ki bodo nastali tekom projekta (primerni dobrih praks, kurikulum, učne priprave, filmi in drugi materiali). Ti materiali bodo omogočili pedagogom v vrtcih in šolah, permakulturnikom, učiteljem in drugim strokovnjakom, da izvajajo bolj celostno in trajnostno izobraževanje z otroki na podlagi permakulturnih etik in načel.

Partnerske organizacije



Ta dokument je rezultat projekta Otroci v permakulturi in je bil financiran iz program Erasmus+ med leti 2015 do 2018. Vsebina dokumentov ne odraža nujno uradnega mnenja Evropske unije. Za navedene informacije in mnenja v njih so odgovorni izključno njihovi avtorji.



Vrednost in učinek dobrega projekta je povečan, če ga delimo s širšo skupnostjo. Po tem, ko vložimo ogromno energije v lep permakulturni projekt z otroki je vredno narediti nekaj dodatnih korakov, da imajo lahko od tega koristi ne le otroci, ki so neposredno sodelovali, temveč tudi pedagogi, starši in politični odločevalci. To poglavje vsebuje nasvete in ideje o dejavnostih, ki jih lahko naredimo, da lahko kar najbolje izkoristimo otroške permakulturne projekte (večina predlogov pa je lahko zlahka vključena tudi na druge vrste projektov).

Pred začetkom pa kratka razlaga terminov, ki jih boste zasledili:

- Vidnost se nanaša na to, da so ljudje izven projekta slišali in izvedeli o projektu. Vidnost je lahko povečana z npr. oglaševanje, trženjem, izgradnjo podobe, medijsko prisotnostjo, logotipom, vizualno identiteto ipd.

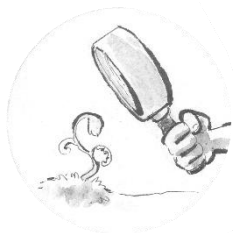
- Diseminacija se nanaša na širjenje rezultatov projektov v lokalno skupnosti in interesne skupine (npr. permakultura, izobraževanje ipd.). To se lahko doseže z uporabo novičnikov, predstavitev rezultatov, deljenjem letakov itn.

Izboljšanje diseminacije in vidnost stremi k povečanju vrednosti truda, da lahko omejene vire (delo, čas, denar, itn.) kar najbolje izkoristimo z uporabo izkušenj in rezultatov projekta na raznolike načine v različnih okoljih. S tem požanjemo največ priložnosti za spremembo, ki jih nudi projekt. To odraža permakulturno načelo "požanji pridelek" in etiko "pravična delitev".

12 permakulturnih načel Davida Holmgrena je služilo kot okvir za stvaritev in organizacijo diseminacijske strategije.

1. Opazuj in deluj

Razmisli preden se odzoveš.



Preden pričnete širiti rezultate vašega dela, poizvedite kdo je vaša ciljna skupina, kje se zadržujejo, kakšne medije spremljajo itn. Vprašajte deleženike in vse v organizaciji (npr. ravnatelje, učitelje, otroke, starše), kaj si želijo videti, kakšne vire, socialno mrežo in veščine imajo. Tako je možno prilagoditi sporočilo in delovanje različnim ciljnim skupinam, z ozirom na slabosti in prednosti kot tudi priložnosti in omejitve.

Izpraševanje sledečih vprašanj v tem vrstnem redu lahko pomaga pri načrtovanju izvedbe diseminacijskih aktivnosti:

1. Kaj je glavni namen širjenja rezultatov? Kdo ima lahko od tega koristi?
2. Kaj so pričakovani rezultati (npr. publikacije, strokovne smernice, učenje)?
3. Kdo je glavna tarčna skupina za širjenje rezultatov in kdo še lahko ima koristi? (Npr. učitelji, lokalni odločevalci, župan, politiki.)
4. Kakšne dejavnosti za širjenje rezultatov projekta lahko izvedemo npr. dan odprtih vrat za učitelje, predstavitev mestnemu svetu?
5. Kakšno sporočilo ali dejavnosti tarčna skupina potrebuje, v kakšnem časovnem okvirju in načinu (npr. strokovno sporočilo, članek, medijski dogodek)?
6. Kaj je potrebno za širjenje takšnega sporočila (npr. slike, video, priporočila)? Kdo bo to izvedel (npr. fotograf, snemalec, novinar)?

2. Ujemi in shrani energijo

Imaš več virov kot si misliš.



Pazljiv pogled na različne elemente in faze projekta razkrije, da so mnogi viri, ki podpirajo širjenje rezultatov že vključeni. "Pripravi seno, ko sonce sije" načrtovanje projekta od začetka olajša širjenje rezultatov.

Poskrbite, da je vedno nekdo odgovoren za fotografiranje ali snemanje med izvajanjem aktivnosti. Fotografije in videi so dragoceni viri, ki so lahko uporabljeni na različne načine v prihodnosti – za oglaševanje (letaki, posterji, spletne strani...), predstavitve, članke, predstavitve financirjem in več.

Dobra navada je, da uredimo fotografije in video gradivo tako po koncu vsakega dogodka, da jih lahko zlahka najdemo, ko jih potrebujemo.

Preverite kakšne veščine in zanimanja nosijo člani organizacij(e). Nekateri ljudje so lahko večji uporabe socialnih medijev, drugi so lahko spretni za risanje ali fotografijo, tretji blestijo v pisanju člankov. Veščine, ki so že dostopne znotraj skupine ljudi lahko presenetijo!

3. Koristi pridelek

Izboljšaj ugled in prepoznavnost projekta.



V projektu je možnih veliko različnih pridelkov, kot je učenje, zabava, zdravljenje, denar, hrana itn. Merjenje teh koristi, širjenje rezultatov h kolegom, drugim šolam, organizacijam in širši skupnosti lahko pomaga projektu in/ali posameznikom, da v prihodnosti prejmemo socialno, finančno ali fizično pomoč.

Žetev širjenja rezultatov je lahko izmerjena kvantitativno npr. s številom ljudi, ki smo jih dosegli in kvalitativno, če prikažemo globino učenja, ki so jo dosegli udeleženci. Npr. "50 000 ogledov spletne strani" je drugačno od "12 ljudi se je udeležilo dvodnevne delavnice". Celotno širjenje rezultatov pa bo vodilo to povečanja ugleda organizacije, projekta in/ali aktivnosti.

4. Uporabljalj samoregulacijo in upoštevaj povratne informacije

Sprejmi povratno informacijo od vseh ljudi in na mnogo različnih načinov ter izboljšaj sistem za prihodnosti.



Povratno informacijo lahko prejmemo na mnogo različnih načinov, kot so:
- statistika spletne strani lahko pokaže, katere strani so obiskane, katere poveze so pripeljale uporabnike in več;

- na socialnih omrežjih število všečkov in delitev lahko pomaga videti, katere objave so popularne in dosegajo občinstvo;
- vprašalniki so lahko izročeni na dogodkih in poslani preko spleta (elektronska pošta, spletne strani itn.);
- sestanki projektne skupine lahko služijo debati o strategiji širjenja rezultatov projekta in sprejemanju direktne povratne informacije ter novih idej,
- prijavnici lahko vključujejo vprašanje, kjer so udeleženci slišali o projektu,
- neformalno spraševanje ljudi, kje so izvedeli za projekt ali dogodek.

Strategija širjenja rezultatov projekta je lahko izboljšana na podlagi teh informacij.

Oglaševanje aktivnosti ter rezultatov v različnih medijih ali na relevantnih dogodkih pomeni, da bodo posamezniki vključeni v projekt ponosni na skupne dosežke in bolj zadovoljni s svojim delom. Če ustvarjamo izdelek, ga ponudimo tarčni skupini, da ga preizkusi in poda povratno informacijo. Na primer, preden natisnemo na stotine ali tisoče izvodov nečesa, kar uporabniki ne bodo razumeli ali pa ne uporabno, naredite pilotno študijo s tarčno skupino in zberite poglobljeno povratno informacijo.

5. Uporablaj in ceni obnovljive vire in storitve

Naredi več z omejenimi viri.



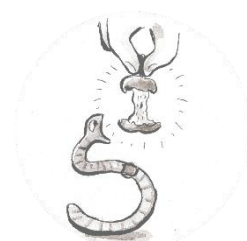
Čas, denar in energija so vedno omejeni viri. Z relativno malo časa in energije, ki jo vložimo v širjenje rezultatov projekta, lahko povečamo učinek in rezultate projekta. Tako postane skupinsko delo še bolj učinkovito in smotno.

Optimizirajte uporabo obstoječih komunikacijskih orodij, do katerih imate enostaven dostop (in ne zahtevajo dodatnih sredstev). Nekateri predlogi so: vrtčevski ali šolski novičnik/spletna stran/socialni mediji, elektronska spletna skupina, novičnik članom, dodajte projekt na koledar aktivnosti tematske spletne strani, vzpostavite partnerstvo z drugimi lokalnimi skupinami, ki imajo drugačne ali širše kanale obveščanja, napišite članke za različne medije in/ali povabite lokalne medije.

Da bi ustvarili sistem, ki potrebuje malo vzdrževanja, razmislite o strategiji, kjer ljudje širijo vsebino in projekt "sami od sebe", brez vašega stalnega vložka. Na primer, objavite rezultate aktivnosti na socialnih omrežjih in drugih platformah, ki debatirajo o izobraževanju. Sprašujte "odprta" vprašanja o vsebini ali se navežite na zanimive prigode, ki so se zgodile med aktivnostmi, da pritegnete pozornosti ljudi, ki nato delijo objavo ali pa jo komentirajo na drugih forumih.

6. Ne ustvarjaj odpadkov

Ustvarjaj prihranke s tem, da ne "izumljaš ponovno kolesa".



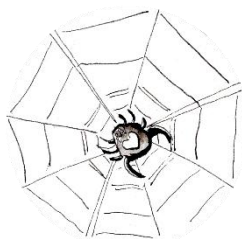
Novi projekti naj temeljijo na rezultatih podobnih preteklih projektov in jih prilagodite trenutnim in lokalnim okoliščinam in potrebam, da se tako izognete preveč dela in ponavljanju enakih napak.

Imejte seznam ljudi, ki naj bodo vključeni v širjenje rezultatov projekta (npr. odločevalci, financerji) in se odločite koliko informacij potrebuje katera ciljna skupina. Letaki, izdelki, brošure, poročila, power point predstavitve ipd. so lahko uporabni za različne skupine. V mislih imejte tudi, da če razdelite preveč materialov, potem je možno, da bodo romali v smeti.

Osredotočite svojo energijo in čas, namesto da jo naključno razdajate. Izprašajte najbolj ključne medije, interesne skupine in mreže, ki lahko pritegnejo primerne ljudi v vaš projekt. Tako ne zapravljajte denarja in časa za tisk letakov, če vaša ciljna skupina večinoma uporablja elektronsko pošto in socialne medije.

7. Načrtuj od vzorcev do podrobnosti

Imej v mislih širšo sliko.



Zagotovite, da projekt ni zgolj enkratni dogodek, temveč da je izkušnja navdih za nove projekte, nadaljevanje učenje, vplivanje na politiko itn. S tem bodo rezultati projekta trajnejši in bodo koristili več ljudem.

Mislite na odločevalce in jim poročajte o rezultatih projekta ter redno obveščajte o izkušnjah in priporočilih, da podpirate vplivanje na izobraževanje.

8. Vključuj, ne izključuj

Ustvarite stranske učinke.



Poleg ciljne skupine, je v projekt vključenih še veliko drugih ljudi: vodstvo šole, starši, stari starši, sosedi, prijatelji, lokalne oblasti, skupnost, trgovci, mestni svet, vrtnarji, hišniki, mediji. Vključite vse od njih za večji učinek.

Ko sodelujete na festivalih, konferencah, javnih dogodkih in predstavitev, se vedno spomnite, da uporabite izdelave materiale in sledite pristopu, ki ga projekt zagovarja.

9. Delaj majhne in počasne korake

Naredi zgolj toliko kolikor zmoreš.



Najprej se osredotoči na glavni cilj širjenja rezultatov projekta in primerno tarčno skupino: udeležence v projektu, vključene organizacije, lokalno skupnost in partnerske organizacije, ki so neposredno povezane. Šele nato se pomikaj dalje do drugih deležnikov, npr. druge organizacije s področja izobraževanja. Na koncu razmišljaj o nacionalnem, Evropskem ali mednarodnem vplivu.

Vplivate lahko na katerem koli nivoju, a ohranite v mislih eno ključnih vodil, ki jih je

postavil Bill Mollison v Permaculture Designers Manual – začnite z malim, ko imate to pod nadzorom počasi razširite področje delovanja.

10. Uporabljaljaj in ceni raznolikost

Razumi in vključuj, kar je drugačno.



Razišči kako različne ciljne skupine raje sprejemajo komunikacijska in tržna sporočila. Ali obstajajo obdobja, ki so boljša ali slabša za navezovanje stika z neko skupino (npr. počitnice, volitve, podobni dogodki v medijih itn.)? Uporabite komunikacijski stil, ki je primeren za to ciljno skupino, npr. uporabite neformalno in zanimivo komunikacijo, da dosežete otroke in družine ter bolj formalne oblike, če komunicirate z učitelji, akademiki, odločevalci itn.

Raznoliki načini komuniciranja bodo dosegli raznoliko publiko, zato bo tudi širjenje rezultatov bolj uspešno.

11. Uporabljaljaj in ceni robove

Priložnosti se skrivajo, kjer jih najmanj pričakujemo.



Tekom širjenja rezultatov obstaja veliko robov. Ne razmišlajte zgolj o očitnih ciljnih skupinah, ampak tudi o bolj izključenih ljudeh v skupnosti npr. starših otrok z manj priložnostmi, s takšnimi, ki ne znajo brati ali pa ne govorijo jezika.

Da najdete nova mesta za širjenje rezultatov, razmišlajte o mestih, ki niso direktno povezani z ekološkim in trajnostnim izobraževanjem kot so cerkve, knjigarne, prodajalne igrač, igrišča, športni in glasbeni klubi.

Lahko je pokazati in predstaviti konkretne, otipljive rezultate kot je video ali knjiga. Ampak velik del rezultatov izobraževalnih projektov je neviden oz. neotipljiv (npr. učenje, socialna mreža, priporočila, itn.). Izziv ni v ustvarjanju več otipljivih rezultatov, temveč da naredimo neotipljive rezultate bolj vidne, da jih lahko delimo z ostalimi. Kot opisano zgoraj, to lahko naredimo s pridobivanjem povratnih informacij, kvantitativno raziskavo in ali kvalitativno raziskavo. Drugi predlogi za dokumentiranje neotipljivih rezultatov vključujejo: izdajo certifikatov, beleženje življenjskih zgodb, zbiranje uporabniških izkušenj, uporaba orodij za samo-evalvacijo, fotografiranje ali video dokumentacija aktivnosti, opis uporabljenih metod, pisanje izobraževalnih smernic ali priporočil, izdelava bibliografije o uporabljenih virih ipd.

12. Ustvarjalno se odzivaj na spremembe

Najdi pozitivno v nepričakovanem.



Naravno je, da se tekom časa stvari spremenijo. Organizacije nastanejo in propadejo, ljudje spremenijo elektronske naslove, službe in vloge v organizacijah, zato omogočite, da se vsi sistemi (npr. mailing lista) lahko prilagodijo tem spremembam. Spremljajte kje so potencialna nova mesta za širjenje rezultatov projekta (npr. novi časopisi, novi socialni medijski kanali, nove organizacije). Vztrajno prilagajajte metode in načine komuniciranja, da so skladni z vašim občinstvom.