



ჩვენი ტყე
– იდეების კრებული საგანმანათლებლო
აქტივობებისათვის

როგორ დავგეგმოთ სოციალური კამპანია?



ჩვენი ტყე – იდეების კრებული საგანმანათლებლო აქტივობებისათვის

-საგანმანათლებლო მოდულების კრებული სათაურით „ჩვენი ტყე – იდეების კრებული საგანმანათლებლო აქტივობებისათვის“ ხელმისაწვდომია “შემოქმედებითი ნამუშევრის (CC- Creative Commons)” საერთაშორისო ლიცენზიის 4.0 პაკეტის ფარგლებში, რომელიც იძლევა სხვაგვარად საავტორო უფლებებით დაცული ნამუშევრების არაკომერციული მიზნით გამოყენების უფლებას. წინამდებარე მოდული შეიქმნა ეკოგანვითარების ფონდის (პოლონეთი) და შავი ზღვის ეკოაკადემიის (საქართველო) მიერ განხორციელებული პროექტის - „ჩვენი ტყე-აქტიური ეკოლოგიური განათლება მაჭახელას ეროვნულ პარკში“ ფარგლებში,

პროექტი დაფინანსებულია პოლონურ-ამერიკული თავისუფლების ფონდის მიერ. ნებადართულია ამ ნაშრომის თავისუფლად გამოყენება, ზემოაღნიშნული ინფორმაციის, მათ შორის გამოყენებული ლიცენზიის, უფლებათა მფლობელის, პროექტის და დონორი ინსტიტუციის შესახებ ინფორმაციის მითითების პირობით.

მოდულის შემუშავებისათვის ნაწილობრივ გამოყენებულ იქნა ეკოგანვითარების ფონდისა და მაჭახელას ეროვნული პარკის რესურსები.

რედაქტირება: კატაჟინა ზარემბა

ავტორები: მაგდალენა ბერეზოვსკა, მოდულის შემუშავებისათვის ნაწილობრივ გამოყენებულ იქნა ეკოგანვითარების ფონდისა და მაჭახელას ეროვნული პარკის რესურსები.

გამოცემაზე მუშაობდნენ: ნანა ბაუჟაძე, გულნაზ სურმანიძე

თარგმანი: მანანა ლუჩაკ

ქართული გამოცემის რედაქტირება: ნანა ბაუჟაძე, ეკატერინე ხვედელიძე

დიზაინი და დაკაბადონება: ბარტლომიეი ბოგაშ

ნახატები: იაკუბ იუზეფჩუკ

ინფოგრაფიკა: არკადიუმ ვიეჟბა

www.bsea.ge



პროექტი თანადაფინანსებულია პოლონურ-ამერიკული თავისუფლების ფონდის მიერ, პროგრამა „RITA - რეგიონი გარდამავალ პერიოდში“ ფარგლებში, რომელსაც ახორციელებს ფონდი „განათლება დემოკრატიისათვის.“



კლასები	4–8
ბავშვების რაოდენობა ჯგუფში	20
აქტივობის ტიპი	საკლასო
აქტივობის დასახელება	როგორ დავგეგმოთ სოციალური კამპანია?
საგანი	ბიოლოგია/ ბუნება/ სამოქალაქო განათლება
აღწერა:	დაგეგმილი კამპანიის მიზანია, გავლენა მოახდინოს სხვა მოსწავლეებზე/ მაცხოვრებლებზე, რათა სისტემატურად შეამცირონ გამომუშავებული ნარჩენების რაოდენობა შინამეურნეობებში, სკოლაში, სამსახურში და აშ.
აქტივობის ხანგრძლივობა:	3×45 წუთი
საჭიროა თუ არა მოხალისეების ან მშობლების დახმარება?	არა
აქტივობისთვის საჭირო მასალები	პროექტორი, კომპიუტერი, თემატური პრეზენტაცია, „ჰაბიტატის“ საგანმანათლებლო ბარათები, დიდი თაბახის ფურცლები, ფერადი ფანქრები ან საღებავები

აქტივობის შესახებ

აქტივობის იდეა/
განსახილველი
საკითხი

- ნარჩენების პრობლემებზე ორიენტირებული საზოგადოებრივი კამპანიის შემუშავება, რომელიც მიმართულია ძირითადი ნარჩენების წარმოქმნის შემცირებისკენ.
- 3R-ის პრინციპის შესაბამისი ჩვევების ჩამოყალიბება

აქტივობის
ძირითადი მიზანი

- მოსწავლე სწავლობს საზოგადოებრივი კამპანიის მნიშვნელობას და ეცნობა მის ცალკეულ ეტაპებს

აქტივობის
უშუალო მიზნები

- მოსწავლე სწავლობს, როგორ უნდა დაიგეგმოს შედეგიანი საზოგადოებრივი კამპანია
- მოსწავლეს შეუძლია მარტივი საზოგადოებრივი კამპანიის შემუშავება

მომზადება
აქტივობისთვის

მასწავლებლის მიერ აქტივობის ინსტრუქციაში მოცემულ მასალასთან გაცნობა.

იმ შემთხვევაში, თუ აქტივობას ერთჯერადი ხასიათი აქვს, მასწავლებელი ეცნობა პრეზენტაციას და მასალას ნარჩენების შესახებ.

შესავალი მასწავლებლებისათვის

ნარჩენების შესახებ აქტივობების ინსტრუქცია სამი ნაწილისაგან შედგება:

1. ნარჩენები – გლობალური პრობლემიდან ადგილობრივ პრობლემამდე
2. „შავი ოქრო“ – რა სარგებლობა მოაქვს კომპოსტირებას?
3. საზოგადოებრივი კამპანია ნარჩენების პრობლემის თემაზე

თითოეული ნაწილი შემუშავებულია ისე, რომ მასწავლებელს შეუძლია სამივე მათგანი ერთი საგანმანათლებლო ციკლის ფარგლებში გამოიყენოს, ან აირჩიოს და ჩაატაროს ყველაზე საინტერესო და, მისი აზრით, ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილი.

აქტივობის დასაწყისში შესავლის სახით წარმოდგენილი პროგრამა Power Point-ის , პრეზენტაცია შემუშავებულია ისე, რომ მოსწავლე ეცნობა ნარჩენების შესახებ მთლიანი პაკეტის თეორიულ ნაწილს. ამიტომაც, იმ შემთხვევაში, თუ მასწავლებელი გადაწყვეტს სამივე ნაწილის ერთმანეთის მიყოლებით ჩატარებას, საკმარისია, პრეზენტაცია ერთხელ, პირველ აქტივობაზე წარმოადგინოს. იმ შემთხვევაში, თუ მასწავლებელი გადაწყვეტს ნარჩენების შესახებ მხოლოდ ერთი აქტივობა ჩაატაროს, შეუძლია შესავალი პრეზენტაციის შესაბამისი ნაწილის მეშვეობით გააკეთოს.

შესავალი მასწავლებლებისათვის

მოსწავლეების ამოცანაა საზოგადოებრივი კამპანიის იდეის დამუშავება, რომელსაც განახორციელებენ თავიანთ გარემოში (მაგ. სკოლაში, ნაცნობების წრეში, ოჯახში, საცხოვრებელ ადგილას და აშ.). კამპანიის თემა უნდა უკავშირდებოდეს ნარჩენების კონკრეტულ პრობლემატიკას.

კამპანიის შინაარსობრივი მხარე:

- კამპანიის მიზანია, გავლენა მოახდინოს სხვა მოსწავლეებზე/ მაცხოვრებლებზე, რათა სისტემატურად შეამცირონ გამომუშავებული ნარჩენების რაოდენობა შინამეურნეობაში, სკოლაში და/ან სამუშაო ადგილზე;
- კამპანიის მიზანია, დაარწმუნოს სამიზნე ჯგუფი პრობლემის არსებობაში, იმაში, რომ შინამეურნეობებში გამომუშავებული ნარჩენების რაოდენობისა და მოცულობის ზრდა უარყოფით გავლენას ახდენს გარემოზე, რეგიონზე და ლანდშაფტზე.
- გამომუშავებული ნარჩენების რაოდენობაზე ყურადღების გამახვილების მიზანია, სამიზნე ჯგუფმა გააცნობიეროს ნარჩენების სელექტიურად შეგროვების აუცილებლობა და ისწავლოს ნარჩენების სათანადოდ მართვა, ანუ მათი რაოდენობის შემცირება და სეგრეგირება.
- კამპანიის მიზანია, თითოეულმა მონაწილემ გააცნობიეროს, რომ შესაბამისი მიდგომებით თავად შეუძლია გავლენა მოახდინოს მის მიერ გამომუშავებული ნარჩენების რაოდენობის შემცირებაზე.
- კამპანიის მიზანი უნდა იყოს ასევე იმის მითითება, რომ ნარჩენების ნაწილი ხელმეორედ გამოყენებისთვის გამოდგება. კამპანიის მთლიანი მსვლელობისას აქტიურად უნდა მოხდეს რეციკლირების საკითხის წინ წამოწევა.

აქტივობის მიმდინარეობა

1) შესავალი

მასწავლებელი აუხსნის მოსწავლეებს, რომ იმისათვის, რათა საზოგადოებრივი კამპანია იყოს შედეგიანი, საჭიროა გადასაჭრელი პრობლემის და მისაღწევი მიზნის ზედმიწევნით განსაზღვრა (აქტივობის ინსტრუქციაში მოცემულ მასალაზე დაყრდნობით).

იმისათვის, რომ პრობლემის კარგად ჩამოყალიბება შევძლოთ, საჭიროა:

- ვიყოთ კონკრეტულად ორიენტირებული
- მოვებნოთ პრობლემის წარმოჩენის უნიკალური საშუალება
- ვიფიქროთ კონტექსტის შესახებ

შესაბამისად, ეს ამოცანა მოითხოვს კრეატიულობასა და წარმოსახვის უნარს.

2) ამბავი პრობლემის შესახებ

მასწავლებელი მოუწოდებს მონაწილეებს, გაერთიანდნენ თანაბარი რაოდენობის წევრებისაგან შემდგარ მცირე გუნდებად. თითოეულ გუნდს დაურიგებს „ჰაბიტატის“ საგანმანათლებლო ბარათებიდან ნებისმიერ 10 ბარათს.

მასწავლებელი ახსნის, რომ ბარათებზე ასახულია ადამიანის ბუნებრივი გარემო, წარმოდგენილია ადამიანის გარკვეული კავშირები მის გარემოსთან, მაშინაც კი, როდესაც თავად ადამიანი არ არის წარმოდგენილი სურათზე. ზოგ სურათს დოკუმენტური ხასიათი აქვს, ზოგს მეტაფორული, ზოგი სერიოზულია, ზოგი მხიარული. სურათები არ წარმოადგენს ადამიანისა და მის ბუნებრივ გარემოს შორის არსებული კავშირების ფაქტების ერთობლიობას, არამედ ასახავს სხვადასხვა ურთიერთკავშირებს, რომელშიც ჩართულია ადამიანი. **თითოეული ინდივიდი და ყველა კულტურა აფიქსირებს საკუთარ ინდივიდუალურ პოზიციას საკუთარ ბუნებრივ გარემოსთან მიმართებაში, ხოლო „ჰაბიტატის“ საგანმანათლებლო ბარათები გვეხმარება მეტი ყურადღებით გავაანალიზოთ ეს საკითხები სხვადასხვა პერსპექტივიდან.**

მონაწილეთა ამოცანაა, მიღებულ ბარათზე დაყრდნობით მოიფიქრონ ერთი ამბავი ეკოლოგიური პრობლემის შესახებ. 15 წუთის შემდეგ მასწავლებელი მოიხმობს ყველას ერთ მაგიდასთან, სადაც თითოეული გუნდი სათითაოდ დაალაგებს მაგიდაზე თავის ბარათებს და მოყვება მოფიქრებულ ამბავს პრობლემის შესახებ.

3) კამპანიის დაგეგმვა

ყველა გუნდის მონათხრობის მოსმენის შემდეგ, მასწავლებელი მოუწოდებს მონაწილეებს, დაუბრუნდნენ გუნდებს და დაურიგებს მათ ფლიფჩარტის ერთ ფურცელს, რომელზეც მოსწავლეებმა უნდა ჩამოაყალიბონ პრობლემა, რომლის შესახებაც ცოტა ხნის წინ მოყვეს, და განსაზღვრონ მისი:

- 1) მიზანი
- 2) სამიზნე ჯგუფი
- 3) პარტნიორები
- 4) სამიზნე ჯგუფამდე გზავნილების მიწოდების ინსტრუმენტები
- 5) შესასრულებელი დავალების მონახაზი

ამის შემდეგ თითოეული ჯგუფი წარადგენს საკუთარ ნამუშევარს, რომელიც მთლიანი კლასის განხილვისა და დისკუსიის საგნად იქცევა. ჯგუფი, მასწავლებლის მოდერირებით, განიხილავს, რომელი იდეა აღმოჩნდა საინტერესო, რომელი ასრულებს სოციალური კამპანიის კრიტერიუმებს, რისი გამოსწორება ან გავრცობა შეიძლებოდა და აშ. თითოეული პროექტის შეფასებისას მათი პლიუსები და მინუსები ცალკე ჩამოწერეთ დიდი თაბახის ფურცელზე.

აქტივობაზე დასახელებული იდეები შეგვიძლია განვახორცილოთ, ჩამოვაყალიბოთ მომდევნო შეხვედრებზე და განვახორციელოთ მაგ. სკოლის მასშტაბით (პლაკატების მომზადება, ღონისძიების მომზადება და აშ.)



კამპანიის მაგალითებია:

1. პლასტმასის ჭიქების ჩანაცვლება მრავალჯერადი გამოყენების მინის ბოთლებით;
2. პოლიეთილენის პარკების გამოყენების შემცირება – მაგ. ჩანთების შეკერვა ფარდებისგან და მოსახლეობისთვის, ადგილობრივი მასპინძლებისთვის დარიგება;
3. პლასტიკის და სხვა ნარჩენების „მეორე სიცოცხლე“, მაგ. ჩანთის შეკერვა მაისურისგან, პოლიეთილენის ბოთლების ხელახლა გამოყენება და აშ.;
4. მაკულატურის შეგროვება;
5. კომპოსტირების პოპულარიზაცია.

თემის შესავალი/ ინფორმაცია მასწავლებლებისათვის

საზოგადოებრივი კამპანია

კონკრეტული დროისთვის დაგეგმილი სხვადასხვა მოქმედებათა ერთობლიობა, რომელიც ორიენტირებულია გარკვეული სამიზნე ჯგუფზე. და რომელიც მიზნად ისახავს კონკრეტული საზოგადოებრივი პრობლემის მიმართ ცნობიერების ამაღლებას, მოსაზრებების ან ქცევის შეცვლას.

საზოგადოებრივი კამპანია შეიძლება მოიცავდეს სხვადასხვა სახის კომუნიკაციის საშუალებას:

- სარეკლამო აქციები – ემსახურება გავლენის არეალის გაფართოებას (სამიზნე ჯგუფიდან შეძლებისდაგვარად ბევრ ინდივიდამდე გზავნილების მიღწევა)
- PR აქტივობები, რომელიც თემის სიღრმისეულად გაცნობას ემსახურება (შეხვედრები, ე.წ. „ვორკშოპები“, სემინარები, პუბლიკაციები და ა.შ.)

საზოგადოებრივი პრობლემა

საჭიროა დავფიქრდეთ, რა საზოგადოებრივ პრობლემას გვინდა შევუხებოთ კონკრეტულად და რა არის მისი გამომწვევი მიზეზები.



მიზანი

კამპანიის მიზნის აღწერა:

- რა არის ჩვენი კამპანიის მიზანი?
- რისი მიღწევა გვსურს?
- რა უნდა გააკეთოს / როგორ უნდა მოიქცეს პიროვნება ჩვენი კამპანიის გზავნილების გაცნობის შემდეგ?



სამიზნე ჯგუფი

სამიზნე ჯგუფი უნდა იყოს დახასიათებული კამპანიის მიზნისა და საზოგადოებრივი პრობლემის კონტექსტში. სამიზნე ჯგუფის დახასიათება:

- დემოგრაფიული მონაცემები
- პროფესია
- ასაკი
- სქესი
- საცხოვრებელი ადგილი
- მათი, როგორც მომხმარებლების, მსყიდველობითი ჩვევები.



კამპანიის არეალი

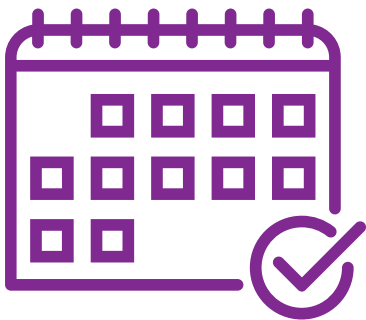
კამპანიამ უნდა მოიცვას დასახლებული პუნქტის სკოლა ან სკოლები, ასევე ის ტერიტორია, საიდანაც არიან მოსწავლეები და მათი ოჯახები.



პარტნიორები

სასურველია, განვსაზღვროთ კამპანიის პარტნიორები / დაინტერესებული მხარეები, ასევე სხვა დაწესებულებები, რომლებიც შეძლებენ კამპანიის მხარდაჭერას:

- ვინ არის ან ვინ შეიძლება გახდეს ჩვენი კამპანიის მხარდამჭერი?
- გვაწყობს მათთან თანამშრომლობა? რა სტატუსით – როგორც პარტნიორი, პატრონაჟი, როგორც მხარდამჭერი ორგანიზაცია, სპონსორი?
- მოემზადეთ! პარტნიორებთან დაკავშირებამდე ზედმიწევნით განსაზღვრეთ, რა მოლოდინი გაქვთ მათ მიმართ!



ინსტრუმენტები:

რა ინსტრუმენტებს გამოვიყენებთ მიზნის მისაღწევად? კომუნიკაციის ინსტრუმენტები და არხები:

- რეკლამა – სად?
- პრესა – რომელი?
- სკოლის გაზეთი, სტენდი?
- რადიო?
- ღონისძიებები (ე.წ. „ივენტები“) – როგორი?
- სხვა ინსტრუმენტები.