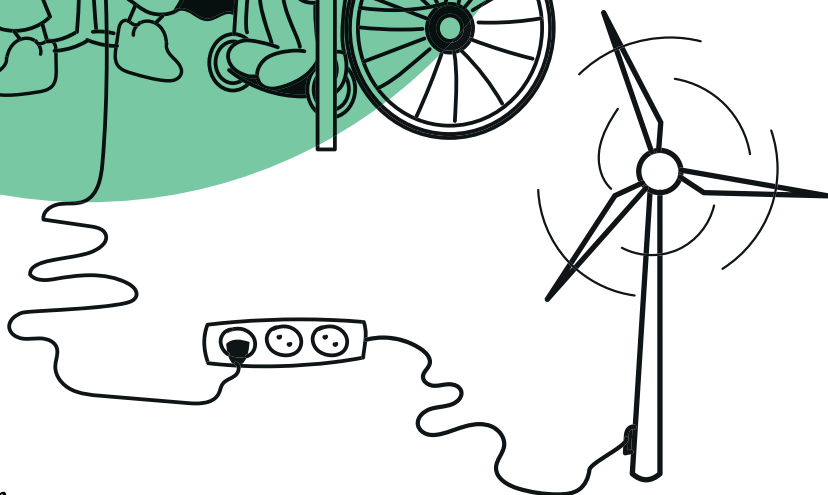


ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

ΕΝΑΣ ΟΔΗΓΟΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ERYICA ΚΑΙ ΤΟ EURODESK



euodesk

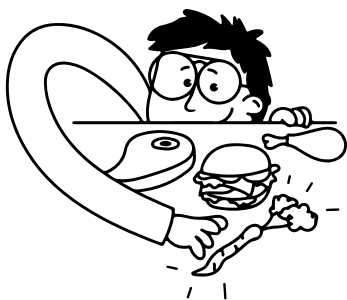


european youth information
and counselling agency



ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

ΕΝΑΣ ΟΔΗΓΟΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ERYICA ΚΑΙ ΤΟ EURODESK



Συγγραφείς: Eva Reina, Audrey Frith, Safi Sabuni, Imre Simon

Συνεισφέροντες:

Ingrida Jotkaite, Jaana Fedotoff, Anuna de Wever, Ágnes Berecz, Victoria Toledo, Beatriz Terreros, Themis Christophidou, Antje Rothemund, Alton Grizzle, Laurence Farreng, Alena Brunner, ESN Aveiro, Eurodesk UK, Agenzija Zghazagh, Eurodesk Provincia Verbano Cusio Ossola Vedogiovane, Youth Work Ireland, Institut Valencià de la Joventut, Red Municipal de Información Juvenil Madrid, Jekabpils NVO resursu centrs, Logo Jugendmanagement, Österreichische Jugendinfos, One World Association - Service Civil International, National Union of Students UK, BDK Bodrum Youth Culture & Art Centre, and Pleyben Châteaulin Porzay (PIJ)

Επιμέλεια Αγγλικών κειμένων: Jessica Walker

Επιμέλεια Ελληνικών κειμένων: Καλλιόπη Δάλλα

Διάταξη και σχεδιασμός: Zsolt Marton

Εικονογραφήσεις: Javier Larios (javierlarios@me.com), νικητής του διαγωνισμού νέων εικονογραφητών, που οργανώθηκε από την ERYICA και το Eurodesk

Φωτογραφίες: Markus Spiske (σ. 6, σ. 37, σ.53, και σ. 87), Mika Baumeister (σ. 11), Annie Sprat (σ. 16), Callum Shaw (σ. 26), Andrew Coelho (σ. 38), Kenrick Mills (σ. 42), Ines Alvarez (σ. 48), Li-An Lim (σ. 59), Kobu Agency (σ. 60), Ronan Furuta (σ. 83), και Kyle Glenn (σ. 93) στο unsplash.com

Έχουμε καταβάλει όλες τις δυνατές προσπάθειες να εντοπίσουμε τις αναφορές των κειμένων και των δραστηριοτήτων στους συγγραφείς τους και να τους δώσουμε όλες τις απαραίτητες πιστώσεις. Απολογούμαστε για τυχόν παραλείψεις και ευχαρίστως θα τις διορθώσουμε στην επόμενη έκδοση.

Εκδόθηκε από την ERYICA και το Eurodesk, Ιούνιος 2020

Λόγω της ανησυχίας μας για το περιβάλλον, αυτή η έκδοση διατίθεται κυρίως σε ηλεκτρονική μορφή. Διατηρήσαμε τα τυπωμένα αντίτυπα στο ελάχιστο, χρησιμοποιώντας υπεύθυνα πηγή χαρτιού/ανακυκλωμένο χαρτί, μελάνι χωρίς αλκοόλη και έναν εκδοτικό οίκο με περιβαλλοντική συνείδηση.

Αυτή η έκδοση έχει άδεια υπό την Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License

Εικόνα άδειας Creative Commons



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ένα μήνυμα στον αναγνώστη	7
Πρόλογοι	8
Σχετικά με τους συγγραφείς	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ	14
1.1 Ενίσχυση του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή - Πράσινος γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση (Green MIL)	17
1.2 Προώθηση της ενεργού συμμετοχής των πολιτών και της δέσμευσης για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα	22
1.3 Προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και των πράσινων πρακτικών	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΑΣ:	35
ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΜΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	
2.1 Κάντε τους όλους να συμμετάσχουν!	36
2.2 Πράσινες προμήθειες και εξοπλισμός γραφείου	42
2.3 Μείωση του ψηφιακού σας αποτυπώματος	46
2.4 Συναντήσεις και εκδηλώσεις	48
2.5 Εκδόσεις και προϊόντα προώθησης	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	58
3.1 Ποιοτική πληροφόρηση για όλη τη νεολαία	59
3.2 Συμμετοχικές προσεγγίσεις: Δώστε φωνή στους νέους	60
3.3 Πιο πράσινα προγράμματα για τη νεολαία	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΓΑΛΕΙΟΘΗΚΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΗ ΤΥΠΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	62
4.1 Συμβουλές για να κάνετε τις εκπαιδευτικές σας δραστηριότητες πιο πράσινες	63
4.2 Παραδείγματα δραστηριοτήτων μη τυπικής εκπαίδευσης	64
1. Επικεφαλίδες	65
2. Ανάλυση των μέσων ενημέρωσης σε 6 μέρη	68
3. Αλήθεια ή ψέμα;	70
4. Απομακρυνθείτε από το ψέμα!	72
5. Επίπλαστη οικολογική συνείδηση (greenwashing)	75
6. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης - Ένας νέος τρόπος άσκησης πίεσης	79
7. Δημιουργία εκστρατείας ευαισθητοποίησης	81
8. Το πράσινο περιβάλλον μου	82
9. Ποιό είναι το αποτύπωμα άνθρακα μου;	83
10. Είσαι αυτό που φοράς	87
ΠΡΑΣΙΝΟ ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ	91
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΑΦΙΣΕΣ	97

SAVE
OUR
FUTURE

THERE



PLAN

Friday

ΕΝΑ ΜΗΝΥΜΑ ΣΤΟΝ ΑΝΑΓΝΩΣΤΗ



Σε έναν κόσμο που αποσπάται η προσοχή από τις ψευδείς ειδήσεις, την παρασκηνιακή πολιτική και την επικρατούσα τάση, η γνώση είναι το κλειδί. Ενώ ο κόσμος αντιμετωπίζει τεράστιες προκλήσεις, πολλοί άνθρωποι γνωρίζουν μόνο ένα μικρό μέρος των όσων συμβαίνουν. Το ίδιο ισχύει και για την κλιματική αλλαγή, η οποία οφείλεται κυρίως σε εμάς, και μόνο λίγοι άνθρωποι γνωρίζουν τι σημαίνει ή ποιες είναι οι συνέπειες. Ακόμη λιγότεροι άνθρωποι γνωρίζουν ακριβώς τι πρέπει να κάνουμε γι' αυτό. «Ακούστε την επιστήμη», είναι το μήνυμά μας. Γιατί η αλήθεια βρίσκεται στα χέρια τους.

Αλλά αντί να είναι μια συζήτηση μεταξύ επιστημόνων, έχει γίνει μια συζήτηση μεταξύ πολιτικών. Πρόκειται για ένα πολύ περίπλοκο θέμα που ακόμη και οι παγκόσμιοι ηγέτες μας μόλις και μετά βίας καταλαβαίνουν. Το να μπορούμε να διαχωρίζουμε τις απόψεις από τα γεγονότα και τα ψέματα από τις αλήθειες είναι πολύ σημαντικό για να μπορούμε να διατηρήσουμε ένα ξεκάθαρο όραμα και να μην είμαστε απόντες ενώ αποφασίζεται το μέλλον της ανθρωπότητας.

Ενώ οι νέοι σε όλο τον κόσμο αγωνίζονται για την κλιματική δικαιοσύνη, την ισότητα, τη δημοκρατία και το δικαίωμα να έχουν μέλλον, είναι σημαντικό να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για να ενδυναμωθούν και να εμπλακούν σε αυτά τα μεγάλα ζητήματα.

Ο ακτιβισμός για το κλίμα είναι ευθύνη. Να αγωνίζεσαι για την προστασία των ωκεανών, γιατί εξασφαλίζουν ότι αναπνέεις. Να αγωνίζεσαι για την προστασία της βιοποικιλότητας, γιατί σου δίνει τροφή και σε προστατεύει. Να αγωνίζεσαι για τους φυσικούς μας πόρους, γιατί σε κρατούν ζωντανό.

Η έρευνα και η αναζήτηση αξιόπιστων πηγών και γεγονότων είναι μια πολυτέλεια που δεν μπορούν όλοι να αντέξουν οικονομικά.

Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πρωτοβουλίες όπως η έκδοση «Κάνουμε πιο πράσινες πράσινες τις Υπηρεσίες Πληροφόρησης για τους Νέους» είναι τόσο σημαντικές, γιατί μπορούν να ενδυναμώσουν τους νέους να πάρουν το μέλλον στα χέρια τους και να υπερασπιστούν τα δικαιώματά τους.

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να συμβεί πριν κάποιος κάνει οτιδήποτε είναι να βεβαιωθεί ότι είναι ενημερωμένος. Γιατί όταν οι άνθρωποι γνωρίζουν τι συμβαίνει, νοιάζονται. Και όταν νοιάζονται, ενεργούν. Και τότε είναι που τα πράγματα αλλάζουν. Δεν έχει σημασία πόσο μεγάλη ή μικρή είναι η συμβολή σας, αλλάζει τα πράγματα.

Και αυτό είναι το μόνο που χρειαζόμαστε πραγματικά. Αλλαγή.

ANUNA DE WEVER

Ακτιβίστρια για το κλίμα



ΠΡΟΛΟΓΟΙ



Εμείς, οι άνθρωποι, είμαστε υπεύθυνοι για πολλές ενέργειες που έχουν προκαλέσει ζημιά στον πλανήτη μας και ως εκ τούτου θέτουν σε κίνδυνο το μέλλον μας. Μια άνευ προηγουμένου υγειονομική κρίση έχει προκύψει κατά την προετοιμασία αυτής της έκδοσης. Μια κρίση που δεν θα επηρεάσει μόνο τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης, την πολιτική και τις οικονομίες μας, αλλά και τον τρόπο που ζούμε στην κοινωνία, που σχετιζόμαστε μεταξύ μας, που εργαζόμαστε και ενημερωνόμαστε. Πέρα από αυτό, η πανδημία COVID-19 αντιπροσωπεύει το πιο πρόσφατο παράδειγμα της ανθρώπινης επίδρασης σε περιοχές και περιβάλλοντα βιοποικιλότητας.

Η κατάσταση του πλανήτη μας, της Γης, θα έχει ίση επίδραση στο δικό μου μέλλον, στο δικό σου μέλλον, και στο μέλλον των επόμενων γενεών. Ταυτόχρονα, η υγεία των ζώων, των οικοσυστημάτων και των ανθρώπων είναι όλες αλληλένδετες και όταν κάποιος είναι εκτός ισορροπίας, ακολουθούν και άλλοι. Εάν επιθυμούμε να διασφαλίσουμε το δικαίωμά μας ως ανθρώπινα όντα να μεγαλώνουμε και να ζούμε με ασφάλεια σε ένα περιβάλλον που υποστηρίζει την ευημερία μας, είναι καθήκον μας να σεβόμαστε και να προστατεύουμε τα ζώα και τα φυσικά οικοσυστήματα.

Είναι ζωτικής σημασίας για την εργασία των νέων και τις υπηρεσίες πληροφόρησης για νέους να ενσωματώσουν τη βιώσιμη ανάπτυξη σε όλες τις δραστηριότητες, τα προγράμματα εργασίας και τον στρατηγικό σχεδιασμό. Οι μακροπρόθεσμες, από κοινού συμφωνημένες πρακτικές διασφαλίζουν ότι οι ενέργειες δεν είναι βραχύβιες. Είναι καθήκον μας ως επαγγελματίες στον τομέα της εργασίας για νέους να βοηθήσουμε τους νέους, ειδικά αυτούς που δεν ανησυχούν ακόμη για την κλιματική κρίση, να κατανοήσουν το νόημα και τη σημασία της βιωσιμότητας. Μπορούμε να τους δείξουμε με το παράδειγμά μας πώς να ενεργούν και να έχουν αντίκτυπο στις δικές μας κοινότητες.

Οι νέοι είναι από πολλές απόψεις πιο συνειδητοποιημένοι και ανοιχτόμυαλοι από άλλες γενιές για να αναλάβουν δράση για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την προστασία της παγκόσμιας ευημερίας. Αλλά ακόμα κι αν έχουν μεγαλύτερη επίγνωση, μπορεί να μην έχουν πρόσβαση από πρώτο χέρι σε γεγονότα και αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Ο ρόλος μας ως πάροχοι πληροφοριών είναι να τους προσφέρουμε ακριβείς, προσβάσιμες και αξιόπιστες πληροφορίες για οποιοδήποτε θέμα τους ενδιαφέρει, καθώς και να υποστηρίξουμε τη δική τους αναζήτηση για ποιοτικές πληροφορίες. Όπως αναφέρει το σύνθημα της εκστρατείας για την Ευρωπαϊκή Ημέρα Πληροφόρησης Νέων το 2020: «Το κλίμα αλλάζει, η αλήθεια όχι. Μείνετε ενημερωμένοι, ελέγξτε μόνοι σας».

Για να αναπτυχθούν οι δράσεις βιωσιμότητας και να γίνουν μέρος της καθημερινής μας ζωής και των υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους, πρέπει να εμπλέξουμε τους νέους σε ενεργό διάλογο σχετικά με τις πολιτικές βιωσιμότητας. Πρέπει επίσης να τους προσφέρουμε ποιοτικές πληροφορίες και φόρουμ για να εκφράσουν τις απόψεις τους και να αναπτύξουν τις ανησυχίες τους. Τα μέλη των δικτύων μας μπορούν να δείξουν ένα καλό παράδειγμα, ενημερώνοντάς τους ότι ακόμη και τα μικρά βήματα έχουν σημασία. Ξεκινήστε τοπικά. Όταν εργάζεστε ενεργά με νέους, να τους ενημερώνετε ότι τους υποστηρίζουμε. Μας ενδιαφέρει το μέλλον τους! Οι πράξεις μας εκφράζουν τις αξίες μας.

Η περιβαλλοντική βιωσιμότητα είναι επίσης θέμα των ατομικών μας επιλογών. Μαζί μπορούμε να εξασφαλίσουμε πιο πράσινες υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους. Ωστόσο, για να γίνει αυτό, χρειάζεται μια κριτική προσέγγιση. Οι καλές πρακτικές, η κοινοποιημένη γνώση και οι πληροφορίες είναι ένα σημείο εκκίνησης για την ανάπτυξη πράσινων στρατηγικών. Αυτή η έκδοση μας δίνει ακριβώς αυτό!

Θα πρέπει να δεσμευτούμε να αναλάβουμε δράσεις που θα δημιουργήσουν μια πορεία προς πιο πράσινες υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία και θα ενισχύσουν το ρόλο μας ως πάροχοι υπηρεσιών και οργανισμοί με ουδέτερο ισοζύγιο άνθρακα. Με την παρούσα έκδοση, η ERYICA και το Eurodesk εκφράζουν τα κίνητρα και τις κοινές αξίες τους και ενθαρρύνουν εσάς, τα μέλη και τους ενδιαφερόμενους φορείς μας, να συμπεριλάβετε την περιβαλλοντική βιωσιμότητα στην ταυτότητα, τη στρατηγική και τις δραστηριότητες του οργανισμού σας.

Υποστηρίξτε τους νέους να ενημερωθούν και να αναλάβουν δράση. Γίνετε το παράδειγμα, γίνετε η καλή πρακτική!

JAANA FEDOTOFF

Πρόεδρος ERYICA



Ενώ οι ομάδες μας εργάζονταν στην παρούσα έκδοση, η Ευρώπη και ο υπόλοιπος κόσμος αντιμετώπισαν μία άνευ προηγουμένου κρίση που δημιούργησε μία νέα υγειονομική κρίση, έπληξε τις παγκόσμιες οικονομίες και επιδείνωσε τις κλιματικές και περιβαλλοντικές κρίσεις. Μια ολιστική προσέγγιση είναι πιο επιτακτική από ποτέ.

Ο COVID-19 οδηγεί την Ευρώπη σε ένα συγκεκριμένο σταυροδρόμι: είτε θα ξαναβάλουμε τους εαυτούς μας σε μια πορεία περιβαλλοντικής κατάρρευσης, κάνοντας τα αεροπλάνα να απογειωθούν και τις εταιρείες να αρχίσουν να εργάζονται όσο πιο γρήγορα γίνεται, είτε η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία θα ανέλθει στη θέση της, για να μετατρέψει τις πολύ περίπλοκες και σύνθετες προκλήσεις, τις οποίες δεν είχαμε καν στο μυαλό μας τον περασμένο Δεκέμβριο του 2019, σε λύσεις και ευκαιρίες.

Μπορούν οι κρίσεις να ιεραρχηθούν; Αν ναι, ποια είναι η προτεραιότητά μας; Ένα πράγμα είναι βέβαιο: όταν όλα γίνονται προτεραιότητες - τίποτα δεν είναι προτεραιότητα. Ας μην δημιουργήσουμε άλλη μια κρίση -ηθική κρίση- κάνοντας τα λάθος πράγματα για τους σωστούς λόγους. Κατά την 50ή επέτειο της Ημέρας της Γης, τα Ηνωμένα Έθνη επισήμαναν ότι οι προηγούμενες οικονομικές κρίσεις συχνά ακολουθήθηκαν από «ανάκαμψη», η οποία συνδέεται με πολύ μεγαλύτερη αύξηση των εκπομπών από ό,τι στο παρελθόν. Η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία παρουσιάστηκε ως μια νέα στρατηγική ανάπτυξης. Ωστόσο, η κατάσταση έχει αλλάξει πολύ πιο γρήγορα από όσο θα μπορούσαμε να φανταστούμε και τώρα πρέπει να συμπεριληφθεί και να οδηγηθεί στην «ανάκαμψη».

Στο Eurodesk πιστεύουμε ακράδαντα ότι η κινητικότητα είναι ένας τρόπος να αναπτυχθούμε ως άνθρωποι, ενισχύοντας τις δυνατότητες μάθησης, την αυτονομία και την ενεργό συμμετοχή του πολίτη που είναι απαραίτητη για να αλληλεπιδράσουμε ή να μείνουμε στο σπίτι για χάρη μιας πολυπολιτισμικής κοινωνίας. Επιπλέον, η κινητικότητα είναι επίσης ανάπτυξη της οικονομίας. Εξαιτίας αυτού, είναι σημαντικό να ξανασκεφτούμε το έργο προώθησης που κάνουμε – είναι υπεύθυνο να ενθαρρύνουμε τους νέους να κινούνται με τρόπο που είναι πιθανώς μία από τις απειλές που προκαλούν την περιβαλλοντική κρίση;

Υπάρχει ένα ρητό ότι όσοι φωνάζουν πιο δυνατά συνήθως κάνουν λάθος, αλλά η Ευρώπη ήδη παραδέχτηκε ότι οι «δυνατές» και γεμάτες κόσμο «Παρασκευές για το μέλλον» οδηγούνται από την αλήθεια. Το «Αποφύγετε, αλλάξτε και βελτιώστε» είναι μια τυπική προσέγγιση για να καταστεί βιώσιμη η κινητικότητα. Ο ακόλουθος οδηγός για να «κάνουμε πιο πράσινες τις υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους» θα σας βοηθήσει να βρείτε πολλά παραδείγματα για το πώς να το κάνετε αυτό. Παρόλα αυτά, σας προσκαλώ να «καινοτομήσετε». Πιστεύω ότι το να κάνουμε πιο πράσινες τις υπηρεσίες δεν είναι δυνατό χωρίς ψηφιακή μετάβαση. Η Ευρώπη έχει τη φιλοδοξία να γίνει ψηφιακός ηγέτης και πρέπει να συμβάλουμε σε αυτήν την ιδέα: από την ενίσχυση του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση έως την ενθάρρυνση των νέων να δημιουργήσουν τις δικές τους νεοφυείς επιχειρήσεις ή νέες υπηρεσίες για τις κοινότητές μας.

Είμαστε ευτυχείς που συνεργαστήκαμε με το δίκτυο της ERYICA για τη δημιουργία αυτής της έκδοσης όχι μόνο ως πρακτικού οδηγού, αλλά και ως τα πρώτα καθορισμένα βήματα για να «κάνουμε πιο πράσινες τις υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους» ώστε να ληφθούν βιώσιμες αποφάσεις τόσο για τους παρόχους υπηρεσιών για τη νεολαία όσο και για τους χρήστες των υπηρεσιών.

INGRIDA JOTKAITĖ

Πρόεδρος Eurodesk



ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΣΥΓΓΡΑΦΕΙΣ

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ EURODESK

Ως οργανισμός υποστήριξης του Erasmus+, το Eurodesk καθιστά τις πληροφορίες σχετικά με τη μαθησιακή κινητικότητα περιεκτικές και προσιτές στους νέους και σε όσους εργάζονται μαζί τους. Με ένα δίκτυο εθνικών συντονιστών που συνδέονται με τοπικούς παρόχους πληροφοριών σε 37 ευρωπαϊκές χώρες, το Eurodesk ευαισθητοποιεί τους νέους σχετικά με τις ευκαιρίες μαθησιακής κινητικότητας και τους ενθαρρύνει να γίνουν ενεργοί πολίτες. Το Eurodesk είναι η κύρια πηγή πληροφόρησης των νέων για τις ευρωπαϊκές πολιτικές, τις πληροφορίες και τις ευκαιρίες κινητικότητας.

Ως υπηρεσία, το δίκτυο Eurodesk απαντά σε ερωτήματα και παρέχει καθοδήγηση για δραστήριους νέους σε όλη την Ευρώπη στη δική τους γλώσσα και λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και το κοινωνικό τους υπόβαθρο. Το Eurodesk ενημερώνει και διαχειρίζεται το περιεχόμενο της Ευρωπαϊκής Δικτυακής Πύλης της Νεολαίας, του eurodesk.eu και των εθνικών ιστοτόπων και πύλων για τη νεολαία, καθώς και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης του.

Το Eurodesk συνενώνει περισσότερους από 2000 τοπικούς παρόχους πληροφοριών για τη νεολαία, τους λεγόμενους «πολλαπλασιαστές», που είναι περιφερειακοί ή τοπικοί οργανισμοί που εργάζονται με νέους και τους παρέχουν πληροφορίες για τους νέους (π.χ. κέντρα νεότητας, κέντρα ενημέρωσης νέων, σύλλογοι, δήμοι). Παρά την ποικιλομορφία τους, ο πυρήνας της αποστολής τους ως πολλαπλασιαστές του Eurodesk είναι να παρέχουν πληροφορίες για ευκαιρίες κινητικότητας στους νέους. Μέσω των εργαλείων δικτύωσης και πληροφόρησης που διαθέτει, το Eurodesk προσφέρει στους πολλαπλασιαστές ποιοτική εκπαίδευση και υποστήριξη, καθώς και πρόσβαση σε υπηρεσίες και εργαλεία πληροφόρησης για νέους.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ERYICA

Η Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Πληροφόρησης και Συμβουλευτικής Νέων (ERYICA) είναι μια ανεξάρτητη ευρωπαϊκή μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπική ένωση, που ιδρύθηκε το 1986 και εδρεύει στο Λουξεμβούργο. Κατά τη σύνταξη αυτής της έκδοσης, η ένωση αποτελείται από 38 εθνικούς και περιφερειακούς φορείς και δίκτυα συντονισμού πληροφόρησης για τους νέους (μη κυβερνητικά και κυβερνητικά) από 26 χώρες.

Η ERYICA στοχεύει να ηρασιπίσει το δικαίωμα των νέων σε πλήρη και αξιόπιστη πληροφόρηση, η οποία τους βοηθά να κάνουν τις επιλογές που αντιμετωπίζουν στη ζωή τους και που προάγει την αυτονομία, την ικανότητα κριτικής σκέψης και την ενεργό συμμετοχή τους στην κοινωνία. Ο ρόλος της ERYICA είναι να ενθαρρύνει την ευρωπαϊκή και διεθνή συνεργασία στον τομέα της γενικής εργασίας και των υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους· να αναπτύξει, να υποστηρίξει και να προωθήσει την ποιοτική πληροφόρηση και συμβουλευτική για τους νέους σε όλα τα επίπεδα· και να διασφαλίσει ότι είναι σεβαστές οι ανάγκες πληροφόρησης για τους νέους και οι αρχές του Ευρωπαϊκού Χάρτη Πληροφόρησης για τη Νεολαία. Η ERYICA υποστηρίζει επίσης σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο τη συμπερίληψη της πληροφόρησης και της συμβουλευτικής για τους νέους στις πολιτικές για τους νέους και σε άλλους βασικούς τομείς πολιτικής που επηρεάζουν τους νέους. Από τη δημιουργία της, η Υπηρεσία συνεργάστηκε εκτενώς με το Συμβούλιο της Ευρώπης, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και πιο πρόσφατα με την UNESCO.

Περισσότερες πληροφορίες για τις δραστηριότητες και τα έργα της ERYICA μπορείτε να βρείτε στο eryica.org.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το δικαίωμα στην πληροφόρηση υποστηρίζει **την ικανότητα των νέων να κάνουν συνειδητές επιλογές**, να αναπτύξουν αυτονομία, να σκέφτονται κριτικά και να αναλαμβάνουν ενεργό ρόλο στην κοινωνία. Στον τομέα της εργασίας με/ για νέους (youth work), η εργασία στην πληροφόρηση για τους νέους είναι το κλειδί για την υποστήριξη της μετάβασης των νέων στην ενηλικίωση. Συχνά αντιμετωπίζονται με διαφορετικά διλήμματα, οι νέοι στρέφονται σε διάφορες πηγές πληροφόρησης, μία από αυτές είναι οι εξειδικευμένες ή γενικές υπηρεσίες πληροφόρησης και συμβουλευτικής για τους νέους.¹

Παρά τις διαφορετικές πολιτικές πληροφόρησης για τους νέους στην Ευρώπη, υπάρχει κοινή αντίληψη ότι η πληροφόρηση είναι απαραίτητη προϋπόθεση **για να καταστεί δυνατή η συμμετοχή και η ένταξη**². Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία παρέχουν ποιοτική πληροφόρηση, που είναι ιδιαίτερα σημαντική στη σημερινή εποχή, και ειδική καθοδήγηση και υποστήριξη στους νέους, που τους βοηθά να κάνουν εποικοδομητικές επιλογές, να αναπτύξουν δεξιότητες κριτικής σκέψης και να ενισχύσουν την αυτόνομη λήψη αποφάσεων.³

Αυτή η πολιτική προτεραιότητα αντικατοπτρίζεται στη **στρατηγική της ΕΕ για τη νεολαία (2019-2027)** που εγκρίθηκε από το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2018.⁴ Τονίζει τη σημασία της δημιουργίας και της περαιτέρω ανάπτυξης εύκολα προσβάσιμων σημείων επαφής για τη νεολαία που μπορούν να προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και/ ή να παρέχουν πληροφορίες, καθοδήγηση, υποστήριξη και ευκαιρίες στους νέους. Οι **Στόχοι της ΕΕ για τη Νεολαία**, που υιοθετήθηκαν από τους νέους και επισυνάπτονται στη στρατηγική, υπογραμμίζουν τις πληροφορίες μέσω του στόχου αριθ. 4 «Πληροφόρηση και εποικοδομητικός διάλογος».

Ο στόχος της ενημέρωσης των νέων δεν είναι μόνο η ανταπόκριση στις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και τα αιτήματα των νέων⁵ – που είναι σίγουρα βασικός στόχος – αλλά και η πρόβλεψη των αναγκών τους και η ανάπτυξη προληπτικών μέτρων. Ορισμένες από αυτές τις ανάγκες συνδέονται στενά με την πρόσβαση στα δικαιώματά τους και με βασικούς παγκόσμιους στόχους και προκλήσεις όπως αυτές που αντικατοπτρίζονται στους **Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (ΣΒΑ)**.

Η έννοια της βιωσιμότητας δεν αναφέρεται μόνο σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Πράγματι, οι ΣΒΑ δεν αφορούν μόνο τη δράση για το κλίμα ή τη βιώσιμη και υπεύθυνη

κατανάλωση, αλλά και πολλές άλλες πτυχές που συνάδουν επίσης με το **DNA της εργασίας πληροφόρησης των νέων**, όπως η εξάλειψη των ανισοτήτων, η διασφάλιση του δικαιώματος στην εκπαίδευση ή η εγγύηση της πρόσβασης στην υγειονομική περίθαλψη και την ευημερία.

Αυτή η έκδοση εστιάζει **στην περιβαλλοντική διάσταση της βιωσιμότητας** και στο πώς οι υπηρεσίες πληροφόρησης και συμβουλευτικής για τη νεολαία μπορούν και πρέπει να ενστερνιστούν ζητήματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και πιο πράσινες πρακτικές. Πράγματι, μια από τις πιο πιεστικές προκλήσεις για τις κοινωνίες μας είναι η κλιματική αλλαγή, ένα ζήτημα που αναγνωρίζεται σε υψηλό πολιτικό επίπεδο. Ένα καλό παράδειγμα αυτού είναι η έγκριση από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενός ψηφίσματος που κηρύσσει κατάσταση έκτακτης ανάγκης για το κλίμα και το περιβάλλον στην Ευρώπη και παγκοσμίως το 2019.⁶

Σήμερα, οι πληροφορίες για περιβαλλοντικά ζητήματα διαδίδονται συχνά άριστα σε όλη την Ευρώπη. Εξακολουθεί να αποτελεί προτεραιότητα για πολλούς νέους στην Ευρώπη. Σε πρόσφατη έρευνα, οι νέοι ανέφεραν ότι η προστασία του περιβάλλοντος και η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής πρέπει να αποτελούν προτεραιότητα για την Ευρωπαϊκή Ένωση (**Eurobarometer 478**). Χιλιάδες **νέοι ακτιβιστές διαμαρτύρονται για να καλέσουν για δράση**, μέσω διαφορετικών κινημάτων και παγκόσμιων οργανωμένων διαδηλώσεων.

Με την πάροδο του χρόνου, ο τομέας της πληροφόρησης για τη νεολαία προσαρμόστηκε **στις απαιτήσεις και τις ανάγκες πληροφόρησης για τους νέους**.⁷ Πράγματι, η πληροφόρηση για τους νέους ανταποκρινόταν πάντα στις τοπικές και παγκόσμιες προκλήσεις, στους κοινωνικούς, πολιτιστικούς και τεχνολογικούς μετασχηματισμούς και στις νέες συμπεριφορές



ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ:

Το 67% των νέων ανέφερε την προστασία του περιβάλλοντος και την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής ως την κορυφαία προτεραιότητα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τα επόμενα χρόνια.⁹
Το 58% των ενηλίκων ηλικίας 18-24 ετών είναι πιο πιθανό να έχουν θετική γνώμη για μια εταιρεία με βιώσιμα διαφημιστικά προϊόντα.¹⁰

¹ ERYICA & Συμβούλιο της Ευρώπης (2015) *Compendium on National Youth Information and Counselling Structures*.

² Τα Ηνωμένα Έθνη με το Συμβούλιο της Ευρώπης και την Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν υπογραμμίσει και αναγνωρίσει την πρόσβαση στην ποιοτική εκπαίδευση ως ανθρώπινο δικαίωμα.

³ Η πληροφόρηση των νέων ξεκίνησε το 1960 ως υπηρεσία που θα υποστήριζε και θα καθοδηγούσε τους νέους στη λήψη σημαντικών αποφάσεων. Ήταν μοναδική ως προς τον τρόπο που απευθυνόταν στους νέους, σε μια γλώσσα φιλική προς αυτούς, μέσα από κανάλια και περιβάλλοντα

που θα τους μιλούσαν και θα λάμβαναν υπόψη τη μετάβασή τους στη ζωή. Έγγραφο κοινής θέσης ERYICA, EYCA και EURODESK *“Engage. Inform. Empower.”* 2016.

⁴ Ψήφισμα του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των Αντιπροσώπων των Κυβερνήσεων των κρατών μελών που συνεχίζονται στο πλαίσιο του Συμβουλίου σχετικά με ένα πλαίσιο ευρωπαϊκής συνεργασίας στον τομέα της νεολαίας: Η στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη νεολαία 2019-2027.

⁵ 4.2 Οι διαθέσιμες πληροφορίες καλύπτουν όλα τα θέματα που έχουν σημασία για τους νέους. (*European Youth Information Charter, 2018*)

πληροφόρησης. Όλα σχετίζονται με την αυξανόμενη ζήτηση για καθοδήγηση και υποστήριξη, καθώς και με τις δυσκολίες που συναντούν οι νέοι καθώς προσπαθούν να βρουν τη θέση τους στην κοινωνία.

Σήμερα, ο τομέας συνεχίζει να εξελίσσεται και να προσαρμόζεται ακούγοντας τις φωνές των νέων και έχοντας κατά νου όχι μόνο τις τρέχουσες προκλήσεις των κοινωνιών μας, αλλά και αυτές του μέλλοντος.⁸

ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΔΟΜΗ

Ο στόχος αυτού του οδηγού αναφορικά με το να «κάνουμε πιο πράσινες τις υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους» είναι να διερευνήσει τον ρόλο της εργασίας στην πληροφόρηση για τους νέους στο πλαίσιο της κλιματικής κρίσης, καθώς και να παράσχει συγκεκριμένες συμβουλές και παραδείγματα καλών πρακτικών όσον αφορά το σχεδιασμό και την παροχή πιο πράσινων υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους.

«Οι νέοι Ευρωπαίοι κατέστησαν σαφές σε πολλές περιπτώσεις ότι η προστασία του περιβάλλοντος και η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής πρέπει να αποτελέσουν κορυφαία προτεραιότητα για την ΕΕ. Η Ευρώπη διαθέτει τις δεξιότητες, το μυαλό και την τεχνολογία για να υλοποιήσει την Πράσινη Συμφωνία και είναι κοινή μας ευθύνη να το πράξουμε. Με το να κάνουμε πιο πράσινη την επόμενη γενιά του Erasmus+ και του Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης, μπορούμε να συμβάλουμε στη διοίκηση των κονδυλίων προς τη σωστή κατεύθυνση και να παρέχουμε περισσότερες ευκαιρίες, με στόχο την περιβαλλοντική εκπαίδευση και την καινοτομία. Οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων έχουν επίσης να διαδραματίσουν βασικό ρόλο στη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα- τόσο στην προσαρμογή του τρόπου λειτουργίας τους όσο και στη διάδοση του μηνύματος στους νέους».

Θέμις Χριστοφίδου, Γενική Διευθύντρια της Γενικής Διεύθυνσης Εκπαίδευσης και Πολιτισμού, Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Ο οδηγός παρέχει παραδείγματα για τους εργαζόμενους στην πληροφόρηση για τους νέους σχετικά με τον τρόπο ενημέρωσης, συμμετοχής και ενδυνάμωσης των νέων σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Στόχος είναι επίσης να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία των πιο πράσινων στρατηγικών πληροφόρησης για τους νέους και των προγραμμάτων για τους νέους μεταξύ των παρόχων υπηρεσιών

και των υπευθύνων χάραξης πολιτικής.

Το Κεφάλαιο 1 διερευνά την αποστολή, το πεδίο εφαρμογής και τη σχέση μεταξύ των υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Τρεις διαφορετικοί άξονες δράσης αναλύονται για να καθορισθεί το επίκεντρο των δραστηριοτήτων πληροφόρησης για τους νέους: Ενίσχυση του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση σχετικά με την κλιματική αλλαγή – Πράσινο γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση (Green MIL)

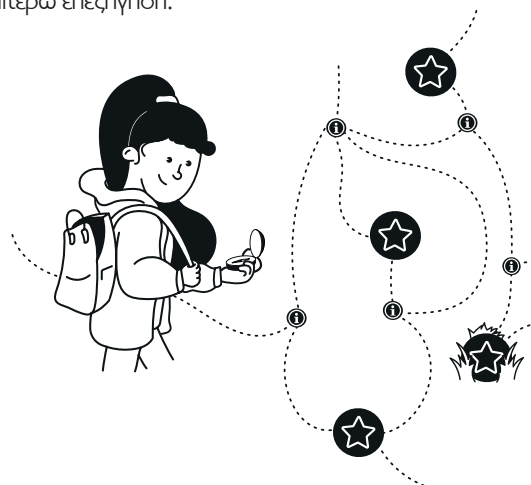
(1.1), Προώθηση της ενεργού συμμετοχής των πολιτών και της δέσμευσης για την προστασία του περιβάλλοντος (1.2), και Προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και των πράσινων πρακτικών (1.3). Μετά από κάθε ενότητα, διερευνώνται εμπνευσμένα παραδείγματα από τον τομέα της πληροφόρησης των νέων, τις οργανώσεις νέων και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς, τα οποία παρουσιάζουν πώς οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων μπορούν να λειτουργήσουν σε κάθε άξονα.

Το κεφάλαιο 2 παρέχει συμβουλές και ιδέες σχετικά με τον τρόπο που θα υιοθετήσετε μια πράσινη στρατηγική ως υπηρεσία πληροφόρησης για τη νεολαία. Προσφέρει βασικά βήματα για τον τρόπο σχεδιασμού μιας ολοκληρωμένης πράσινης στρατηγικής και υπογραμμίζει τη σημασία της οικοδόμησης συμμετοχικών διαδικασιών με διάφορους φορείς. Στη συνέχεια, το κεφάλαιο εμβαθύνει στον τρόπο αντιμετώπισης των προμηθειών γραφείου, της κατανάλωσης ενέργειας, των εκδηλώσεων και των συναντήσεων, των δημοσιεύσεων ή των προϊόντων προώθησης.

Το κεφάλαιο 3 επικεντρώνεται στις **συστάσεις πολιτικής** και τονίζει τη σημασία της ποιοτικής πληροφόρησης των νέων για όλους, των συμμετοχικών προσεγγίσεων στο έργο της πληροφόρησης των νέων και των Πράσινων Προγραμμάτων για τη Νεολαία.

Το κεφάλαιο 4 παρέχει μια εργαλειοθήκη με **παραδείγματα δραστηριοτήτων μη τυπικής εκπαίδευσης** που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αντιμετώπιση ζητημάτων περιβαλλοντικής βιωσιμότητας με τους νέους. Προσφέρει επίσης ορισμένες συμβουλές και συστάσεις για το πώς να κάνετε τις εκπαιδευτικές σας δραστηριότητες πιο φιλικές προς το περιβάλλον.

Στο τέλος παρέχεται ένα **Πράσινο Πλωσάριο για τον** περαιτέρω ορισμό και την επεξήγηση ορισμένων εννοιών που εξετάζονται σε όλη τη δημοσίευση και οι οποίες ενδέχεται να χρειάζονται περαιτέρω επεξήγηση.



⁶ Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο κηρύσσει έκτακτη κλιματική ανάγκη, [Δελτίο τύπου](#), 29 Νοεμβρίου 2019.

⁷ 4.1 Οι Υπηρεσίες Πληροφοριών Νεολαίας βασίζονται στις ανάγκες των νέων. ([European Youth Information Charter, 2018](#))

⁸ ERYICA (2018) *Liaisons - A toolkit for preventing violent extremism through youth information*.

⁹ *Flash Eurobarometer 478*, Πώς θα οικοδομήσουμε μια ισχυρότερη και πιο ενωμένη Ευρώπη; Οι απόψεις των νέων, Μάρτιος 2019.

¹⁰ *Ad impression study 2019*, Advertising Specialty Institute (ASI). Με διαφορές ανάλογα με τις χώρες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΜΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ



ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΟΛΑΙΑ

Ο βασικός στόχος της ενημέρωσης και της συμβουλευτικής των νέων είναι να καθοδηγήσει τους νέους σε όλες τις πτυχές της ζωής τους ώστε να λάβουν αυτόνομες και τεκμηριωμένες αποφάσεις. Βασίζεται στο γεγονός ότι δεν είναι δυνατόν να λάβει κανείς οποιαδήποτε απόφαση χωρίς να γνωρίζει τις επιλογές του. Ωστόσο, δεν σταματά εκεί: η ενημέρωση είναι μόνο το πρώτο βήμα, το οποίο πρέπει να ακολουθήσει η ικανότητα να αξιολογεί κανείς αυτές τις επιλογές, θέτοντάς τις σε μια ευρύτερη προοπτική και συσχετίζοντάς τις με τις δικές του ικανότητες, δεξιότητες, επιθυμίες και πεποιθήσεις.¹¹

Το συνεχώς αυξανόμενο φάσμα πληροφοριών στην οποία έχουν πρόσβαση οι νέοι σήμερα μπορεί να γίνει παραπλανητικό και επιβλαβές για όσους δεν είναι αρκετά ικανοί να ξεπεράσουν την υπερφόρτωση των διαθέσιμων πληροφοριών ή δεν έχουν εξαρχής πρόσβαση σε αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Ολοένα και περισσότερο, η σημασία του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση έχει αναδειχθεί. Οι νέοι πρέπει να διαθέτουν βασικές δεξιότητες και ικανότητες για να κάνουν διάκριση μεταξύ πληροφόρησης και παραπληροφόρησης για οποιοδήποτε θέμα τους αφορά ή τους επηρεάζει, συμπεριλαμβανομένης της κλιματικής έκτακτης ανάγκης.

Η ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΠΡΑΣΙΝΗ

Παρά το γεγονός ότι οι επιστήμονες προειδοποιούν για τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής εδώ και δεκαετίες και ότι οι συνέπειες αυτές γίνονται όλο και πιο ορατές, εξακολουθούν να υπάρχουν σκεπτικιστικές και επικριτικές φωνές που αμφισβητούν ή αρνούνται την αλλαγή μέσω αβάσιμων επιχειρημάτων και παραπληροφόρησης. Ταυτόχρονα, η παραπληροφόρηση και οι απάτες σχετικά με τον ανθρώπινο αντίκτυπο στο κλίμα και τη φύση έχουν εξαπλωθεί σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το Διαδίκτυο. Οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων έχουν να διαδραματίσουν κρίσιμο ρόλο στην υποστήριξη της ικανότητας των νέων να αποκρυπτογραφούν, να ελέγχουν τα γεγονότα και να αμφισβητούν κάθε αβάσιμη πληροφορία που μπορεί να συναντήσουν.

Η ενημέρωση των νέων διαδραματίζει επίσης πολύ σημαντικό ρόλο στο να βοηθήσει τους νέους να κατανοήσουν τον κόσμο που τους περιβάλλει και να προωθήσουν τις αξίες και την ενεργό συμμετοχή των πολιτών. Στο πλαίσιο της κλιματικής κρίσης, οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων θα πρέπει επομένως να προσπαθήσουν να ενσωματώσουν στάσεις, γνώσεις και πρακτικές για την αειφόρο ανάπτυξη- όχι μόνο στο δικό τους έργο, αλλά και στην ανάπτυξη διαφορετικών μεθόδων και δραστηριοτήτων με στόχο τη μετάδοση των σχετικών πληροφοριών και δεξιοτήτων στους ίδιους τους νέους. Οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων έχουν αξιοσημείωτες δυνατότητες να ευαισθητοποιήσουν και να εκπαιδεύσουν σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, να προωθήσουν πρακτικές φιλικές προς το περιβάλλον και να τονώσουν την ουσιαστική συμμετοχή και τον ακτιβισμό.

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να αναλύσει τη σχέση μεταξύ της πληροφόρησης των νέων και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, να καθορίσει το επίκεντρο των δραστηριοτήτων πληροφόρησης των νέων και να διερευνήσει εμπνευσμένα παραδείγματα πράσινων πρακτικών από παρόχους πληροφόρησης των νέων, τον τομέα της νεολαίας και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.



Σήμερα, υπάρχουν **1,2 δισεκατομμύρια νέοι ηλικίας 15 έως 24 ετών, που αντιπροσωπεύουν το 16% του παγκόσμιου πληθυσμού**. Η ενεργός συμμετοχή της νεολαίας στις προσπάθειες για βιώσιμη ανάπτυξη έχει κεντρική σημασία για την επίτευξη βιώσιμων, χωρίς αποκλεισμούς και σταθερών κοινωνιών έως το 2030 και για την αποτροπή των χειρότερων απειλών και προκλήσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη, συμπεριλαμβανομένων των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής, της ανεργίας, της φτώχειας, της ανισότητας των φύλων, των συγκρούσεων και της μετανάστευσης. Στην παρούσα έκθεση υποστηρίζεται ότι όλοι οι στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης είναι κρίσιμοι για την ανάπτυξη των νέων.

<https://www.un.org/development/desa/youth/world-youth-report/wyr2018.html>

Πηγή: United Nations (2018) *Youth and the 2030 Agenda for Sustainable Development (Η νεολαία και η Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη)*

«Η κλιματική έκτακτη ανάγκη είναι εδώ και όλοι οι κοινωνικοοικονομικοί τομείς θα πρέπει να σκεφτούν πώς μπορούν να μεταβούν σε μια πιο φιλική προς το περιβάλλον κοινωνία. Η εκπαίδευση είναι φυσικά η αδιαμφισβήτητη βάση αυτής της αλλαγής. Χωρίς την ευαισθητοποίηση των πολύ νέων και χωρίς ένα προσαρμοσμένο πρόγραμμα σπουδών, δεν θα έχουμε τους ερευνητές, μηχανικούς, στοχαστές, οικοδόμους και υπεύθυνους πολίτες που χρειάζεται ο πλανήτης μας. Στην έκθεσή μου σχετικά με την ενσωμάτωση των ευρωπαϊκών εκπαιδευτικών και πολιτιστικών προγραμμάτων στο Πράσινο Σύμφωνο, τόνισα τον ρόλο της ευρωπαϊκής κινητικότητας στο πλαίσιο του Erasmus+ και του Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης, το οποίο συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση, την εκπαίδευση σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξη, την ανταλλαγή και τη διάδοση του καλού πρακτικές και ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων».

Απόσπασμα από τον Laurence Farreng, μέλος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και εισηγητή για αποτελεσματικά μέτρα για το «πράσινο» Erasmus+, τη Δημιουργική Ευρώπη και το Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης

¹¹ ERYICA & Συμβούλιο της Ευρώπης (2015) *Compendium on National Youth Information and Counselling Structures*.



1.1

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΦΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ - GREEN MIL

«Ένα άλλο κύμα παραπληροφόρησης κατέκλυσε τον κόσμο μετά την πανδημία COVID-19. Πολύ πριν από αυτό, η παραπληροφόρηση σχετικά με την Κλιματική Αλλαγή μάστιζε τον κόσμο μας. Οι άνθρωποι αντιδρούν σε πολλές πανδημίες ταυτόχρονα, συμπεριλαμβανομένης αυτής που η UNESCO αποκαλεί 'dinfosformation'. Η μόλυνση του παγκόσμιου οικοσυστήματος πληροφορίας είναι πραγματική. Όταν ένα οικοσύστημα είναι μολυσμένο, προσπαθούμε να το καθαρίσουμε για να σώσουμε ζωές. Εξίσου επείγον είναι το πώς μπορούμε να αποτρέψουμε περαιτέρω ρύπανση για να βγούμε από έναν μη βιώσιμο κύκλο. Μια άμυνα ενάντια στην αποπληροφόρηση είναι να διασφαλίσουμε ότι όλοι οι άνθρωποι αποκτούν ικανότητες γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και πληροφορίας. Οι άνθρωποι που έχουν γνώσεις στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφορία, αξιολογούν κριτικά τις πληροφορίες με τις οποίες έρχονται σε επαφή-σκέφτονται και επαληθεύουν πριν χρησιμοποιήσουν ή μοιραστούν πληροφορίες. Η ενδυνάμωση της νεολαίας με MIL είναι ένας ισχυρός τρόπος για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης που σχετίζεται με το κλίμα για τις επόμενες γενιές».*

Alton Grizzle
Ειδικός Προγράμματος UNESCO

* Το απόσπασμα γράφτηκε στο πλαίσιο της εργασίας του ως ειδικού προγράμματος στο τμήμα για τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και την πληροφορία και την ανάπτυξη των μέσων ενημέρωσης της UNESCO. Ωστόσο, οι ιδέες και οι απόψεις που εκφράζονται δεν είναι απαραίτητα αυτές της UNESCO και δεν δεσμεύουν τον Οργανισμό.

Σήμερα, η τεχνολογία μας έχει δώσει πρωτοφανή πρόσβαση στην πληροφορία και φέρνει μαζί της μια πρωτόγνωρη τάση να θέλουμε να δημιουργήσουμε περιεχόμενο στα μέσα ενημέρωσης, συχνά με υποκειμενικό και ανεξέλεγκτο τρόπο. Για να είναι κανείς συνειδητοποιημένος πολίτης, είναι σημαντικό να εξετάζει το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης με κριτική ματιά, **αξιολογώντας την ποιότητα, την αξιοπιστία, τη στρατηγική και το ενδιαφέρον αυτών που παράγουν την πληροφορία.**¹³ Τα μέσα ενημέρωσης και οι πάροχοι πληροφοριών διαδραματίζουν

ουσιαστικό ρόλο στη διαμόρφωση των αντιλήψεων, των πεποιθήσεων και των στάσεων των πολιτών.¹⁴

Ως επαγγελματίες της πληροφορίας, οι λειτουργοί πληροφορίας νέων είναι πλήρως εξοπλισμένοι για να συμβουλευούν τους νέους πώς να ερευνούν, να αξιολογούν και να εκτιμούν την αξιοπιστία των πληροφοριών και του περιεχομένου των μέσων ενημέρωσης.¹⁵ Αυτή η βασική λειτουργία των υπηρεσιών πληροφορίας και συμβουλευτικής για τους νέους αποκτά κρίσιμη σημασία στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και της δράσης για το κλίμα. Αν και είναι γεγονός ότι η κλιματική αλλαγή που συνδέεται με την ανθρώπινη δραστηριότητα επηρεάζει τα οικοσυστήματά μας και τον τρόπο ζωής μας τις τελευταίες δεκαετίες, η παραπληροφόρηση, οι απάτες και οι θεωρίες συνωμοσίας που την αμφισβητούν ή την αρνούνται διαδίδονται ευρέως. Οι υπηρεσίες πληροφορίας των νέων είναι σε θέση να ενθαρρύνουν τους νέους **να στοχάζονται κριτικά σχετικά με οποιαδήποτε πληροφορία πάνω στην κλιματική κρίση** που φτάνει σε αυτούς μέσω διαφόρων μέσων ενημέρωσης.

Σύμφωνα με την αρχή 5.2 του Ευρωπαϊκού Χάρτη Πληροφόρησης για τη Νεολαία, οι υπεύθυνοι πληροφορίας για τη νεολαία, ως πάροχοι πληροφορίας, έχουν την ευθύνη να **εκπαιδεύουν τους νέους στον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και στην πληροφορία.**¹⁶ Τι είναι όμως ο Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας και Πληροφόρησης (MIL) και πώς σχετίζεται με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα;

Ο Γραμματισμός στην Πληροφόρηση και ο Γραμματισμός των Μέσων Επικοινωνίας θεωρούνται παραδοσιακά ξεχωριστοί και διακριτοί τομείς. Η UNESCO αποφάσισε να συγκεντρώσει αυτούς τους δύο τομείς ως ένα συνδυασμένο σύνολο ικανοτήτων (γνώσεις, δεξιότητες και συμπεριφορές) που είναι απαραίτητες για τη ζωή και την εργασία σήμερα.¹⁷ Η **έννοια του Γραμματισμού στα Μέσα Επικοινωνίας και Πληροφόρησης (MIL)** εναρμονίζει και ομαδοποιεί τον μεγάλο αριθμό συναφών

γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και στην πληροφορία, ώστε να ενεργούν με ασφάλεια και υπευθυνότητα ([European Youth Information Charter, 2018](#))

¹⁷ UNESCO (2017) [Media and Information Literacy as a Composite Concept](#)

¹² ERYICA (2018) [Liaisons - A toolkit for preventing violent extremism through youth information.](#)

¹³ Landy N. & Letellier A. S. (2016) [L'éducation aux médias à l'ère numérique : entre fondations et renouvellement.](#) Les Presses de l'Université de Montréal.

¹⁴ UNESCO (2011) [Media and Information Literacy Curriculum for Teachers](#)

¹⁵ 8.2 Οι εργαζόμενοι στον τομέα της πληροφορίας των νέων διαθέτουν δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και στην πληροφορία. ([European Youth Information Charter, 2018](#))

¹⁶ 5.2 Οι υπηρεσίες πληροφορίας των νέων παρέχουν στους νέους δεξιότητες

υφιστάμενων γραμματισμών που μπορούν να εντοπιστούν στην ψηφιακή εποχή, όπως ο ειδησεογραφικός γραμματισμός, ο τηλεοπτικός γραμματισμός, ο κινηματογραφικός γραμματισμός, ο εικονογραφικός γραμματισμός, ο γραμματισμός στον υπολογιστή, ο διαδικτυακός γραμματισμός και ο ψηφιακός γραμματισμός, καθώς και άλλες αναδυόμενες έννοιες όπως ο γραμματισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.¹⁸

Ο MIL αναγνωρίζει τον πρωταρχικό ρόλο των πληροφοριών και

των μέσων ενημέρωσης στην καθημερινή μας ζωή και δίνει στους πολίτες τη δυνατότητα να κατανοούν τις λειτουργίες των μέσων ενημέρωσης και άλλων παρόχων πληροφοριών, να αξιολογούν κριτικά το περιεχόμενό τους και να **λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις ως χρήστες και παραγωγοί περιεχομένου πληροφοριών** και μέσων ενημέρωσης.¹⁹

INFORMATION LITERACY

Define and articulate information needs

Locate and access information

Assess information

Organise information

Make ethical use of information

Communicate information

Use ICT skills for information processing

MEDIA LITERACY

Understand the role and functions of media in democratic societies

Understand the conditions under which media can fulfil their functions

Critically evaluate media content in the light of media functions

Engage with media for self-expression and democratic participation

Review skills (including ICTs) needed to produce user-generated content

Πηγή: *Media and Information Curriculum for Teachers*
(Πρόγραμμα σπουδών για τα μέσα ενημέρωσης και την πληροφόρηση για τους εκπαιδευτικούς)

Ο γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας και την πληροφόρηση διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο όσον αφορά την υποστήριξη της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και των πράσινων προσεγγίσεων. Ο **Πράσινος Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας και στη Πληροφόρηση (Green Media and Information Literacy - Green MIL)** αναφέρεται στο βασικό σύνολο δεξιοτήτων που περιλαμβάνονται ήδη στον ορισμό του MIL, αλλά στοχεύει ακριβώς στην υποστήριξη της ικανότητας των πολιτών να αντιμετωπίσουν την υπάρχουσα υπερφόρτωση πληροφοριών, βοηθώντας τους νέους να λαμβάνουν **τεκμηριωμένες αποφάσεις και να διατυπώνουν απόψεις σχετικά με τη δράση για το κλίμα** και τα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Ως εκ τούτου, το Green MIL ενισχύει τις δεξιότητες κριτικής σκέψης που απαιτούνται για τον εντοπισμό, την επιλογή, τη χρήση και τον πολλαπλασιασμό των πιο αξιόπιστων, ενημερωμένων και σχετικών πληροφοριών για περιβαλλοντικά θέματα, βοηθώντας έτσι τους νέους να λαμβάνουν καλά ενημερωμένες αποφάσεις και να διατυπώνουν απόψεις σχετικά με τη δράση για το κλίμα. Για παράδειγμα, να βασίζονται τις απόψεις τους στην πιο πρόσφατη επιστημονική έρευνα και όχι σε ιστολόγια που εκφράζουν προσωπικές απόψεις, ή να εξετάζουν προσεκτικά τις πηγές πληροφοριών που υποστηρίζουν ή αμφισβητούν την κλιματική αλλαγή πριν τις δημοσιεύσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

¹⁸ UNESCO (2013) [Media and information literacy: policy and strategy guidelines](#)

¹⁹ UNESCO (2017) [Media and Information Literacy as a Composite Concept](#)

Επιπλέον, το Green MIL έχει τη δυνατότητα να βοηθήσει στην ανάπτυξη **αποτελεσματικών διαδικασιών αναζήτησης πληροφοριών και στρατηγικών επικοινωνίας** οι οποίες μπορούν να συμβάλουν στη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα (π.χ. επίτευξη καλύτερων αποτελεσμάτων αναζήτησης σε μικρότερο χρονικό διάστημα ή μείωση του χρόνου χρήσης των υπολογιστών για την αναζήτηση ή την ανταλλαγή πληροφοριών).²⁰

Χωρίς τις κατάλληλες δεξιότητες και ικανότητες MIL, οι νέοι μπορούν **εύκολα να παραπλανηθούν και να επηρεαστούν αρνητικά** στις επιλογές ζωής τους, στη διαμόρφωση απόψεων και στην ικανότητά τους να ασκούν την ενεργό συμμετοχή τους στα κοινά και τα δικαιώματά τους.

ΣΕ ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΣΤΙΑΣΕΤΕ;

- Να παρέχετε στους νέους ποιοτικές, αξιόπιστες και φιλικές προς αυτούς πληροφορίες για περιβαλλοντικά θέματα,
- Να ευαισθητοποιείτε τους νέους σχετικά με τη σημασία του ελέγχου των γεγονότων και της προσοχής στις πηγές πληροφόρησης για περιβαλλοντικά θέματα,
- Να ενθαρρύνετε τους νέους να ενημερώνονται για τις τελευταίες ειδήσεις, τα γεγονότα και τις έρευνες σχετικά με την κλιματική κρίση,
- Χρησιμοποιήστε μεθόδους και δραστηριότητες που μεταδίδουν στους νέους κριτική σκέψη και πράσινες δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και πληροφόρησης (βλ. παραδείγματα που προτείνονται στο κεφάλαιο 4),
- Να παρέχετε στους νέους την ικανότητα, τα εργαλεία και τους πόρους που απαιτούνται για να μάθουν πώς να ελέγχουν τις πηγές πληροφοριών, να εντοπίζουν την παραπληροφόρηση και να αμφισβητούν τις φήμες, τις απάτες και το greenwashing,
- Να ευαισθητοποιήσετε τους νέους σχετικά με τη σημασία της παραγωγής και διάδοσης πληροφοριών και των μέσων ενημέρωσης με ακριβή και υπεύθυνο τρόπο,
- Υποστηρίξτε τους νέους ώστε να αναλάβουν ενεργό ρόλο στην αμφισβήτηση της παραπληροφόρησης σχετικά με την κλιματική κρίση και στην αμφισβήτηση των απιστών μέσω επιχειρημάτων που βασίζονται σε γεγονότα και αξιόπιστες πηγές,
- Ενσωματώστε περαιτέρω την κριτική σκέψη και τις πράσινες δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση στο δικό σας σύνολο δεξιοτήτων - και
- Προσδιορίστε αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης σχετικά με την κλιματική κρίση και τα περιβαλλοντικά ζητήματα και βεβαιωθείτε ότι οι νέοι τις γνωρίζουν.

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ;

- Συνδιοργανώστε ή συμμετάσχετε σε εκστρατείες ενημέρωσης ή ευαισθητοποίησης σχετικά με τον έλεγχο των πραγματικών γεγονότων για την κλιματική αλλαγή και την καταπολέμηση/καταγγελία θεωριών συνωμοσίας και απάτες,
- Οργανώστε εργαστήρια, ενημερωτικές συναντήσεις και άλλες εκδηλώσεις για να βοηθήσετε τους νέους να αναπτύξουν δεξιότητες πράσινων μέσων ενημέρωσης και πληροφόρησης και γραμματισμού (βλ. παραδείγματα που προτείνονται στο κεφάλαιο 4),
- Συνσχεδιάστε πληροφοριακό υλικό και πόρους με νέους για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία των πράσινων δεξιοτήτων γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση (π.χ. βίντεο, podcasts, άρθρα)
- Εμπλέξτε νέους ακτιβιστές και βασικούς ενδιαφερόμενους από τον τομέα της κλιματικής αλλαγής, της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και των μέσων ενημέρωσης και της πληροφόρησης (π.χ. επιστήμονες, δημοσιογράφους, ελεγκτές στοιχείων, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών) στις δραστηριότητές σας
- Συνεργαστείτε με άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα και εξειδικευμένους οργανισμούς για την πληροφόρηση για τους νέους σχετικά με την περιβαλλοντική κατάσταση της Γης και την παροχή χώρων για ανταλλαγή απόψεων και ιδεών (π.χ. εργαστήρια σχολείων ή συλλόγων νέων, ανοιχτές ημέρες).

ΚΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΝΙΕΣ

Μαθαίνοντας για τους ΣΒΑ και αντιμετωπίζοντας την παραπληροφόρηση

Red Municipal de Información Juvenil, Περιφέρεια Μαδρίτης - Ισπανία



²⁰ Kurbanoglu, S. & Boustany, J. (2014) *From Green Libraries to Green Information Literacy*. Springer International Publishing

Η υπηρεσία παρέχει ένα παράδειγμα καινοτόμων τρόπων παροχής αξιόπιστων πληροφοριών για την ευαισθητοποίηση σχετικά με την τρέχουσα περιβαλλοντική μας κρίση. «Μέσω των Κοινωνικών Δικτύων του Τμήματος Νεολαίας πραγματοποιήθηκε **ενημερωτική εκστρατεία για τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης (ΣΒΑ)**. Κάθε μέρα δημοσιεύονταν μια εικόνα με έναν στόχο ΣΒΑ και ένα σημαντικό γεγονός σχετικά με τον εν λόγω στόχο. Σχεδιάστηκαν και δημοσιεύτηκαν 17 εικόνες. Η δραστηριότητα πραγματοποιήθηκε στο Twitter και στο Instagram. Επιπλέον, δημοσιεύθηκαν ειδήσεις και ψευδείς ειδήσεις σχετικά με την κλιματική κρίση, καθώς και ενημερωτικές εκστρατείες που πραγματοποιούνται για το θέμα αυτό».

ΜΕ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΕΝΑΝΤΙΟΝ ΨΕΥΔΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ: ΑΛΛΑΓΗ ΤΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ

Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos - Αυστρία

Το φθινόπωρο του 2020, τα Αυστριακά Κέντρα Πληροφόρησης Νέων ξεκίνησαν μια εκστρατεία για τις ψευδείς ειδήσεις και την κλιματική αλλαγή. Στο πλαίσιο της εκστρατείας, δημοσιεύτηκε ένας φιλικός προς τους νέους «οδηγός επιχειρηματολογίας», στον οποίο καταρρίπτονται οι κοινές απολογίες κατά της κλιματικής αλλαγής και προτείνονται γενικές τεχνικές επιχειρηματολογίας για να βοηθηθούν οι νέοι στις προσπάθειές τους να ασχοληθούν με το θέμα. Ως δεύτερο σημείο εστίασης, τα Αυστριακά Κέντρα Πληροφόρησης Νέων εκδίδουν μια ανοιχτή εκπαιδευτική πηγή (OER) για το θέμα, που απευθύνεται σε δασκάλους και εκπαιδευτικούς. Το OER συνδέει τον γραμματισμό στην πληροφόρηση με το θέμα της κλιματικής αλλαγής. οι ασκήσεις που περιλαμβάνονται είναι κατάλληλες για χρήση σε τάξεις και εργαστήρια. Η οπτική ταυτότητα της εκστρατείας θα δημιουργηθεί με τη συμμετοχή των νέων. Η πρόσκληση για εικονογράφηση εκδόθηκε στο Instagram και οι νικητές εμφανίζονται στον οδηγό επιχειρηματολογίας και τους απονεμήθηκε μία συνδρομή στο skillshare, μια πλατφόρμα που προσφέρει δημιουργικά διαδικτυακά μαθήματα.

ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΑΛΛΑΖΕΙ, Η ΑΛΗΘΕΙΑ ΟΧΙ

Ευρωπαϊκή Ημέρα Πληροφόρησης Νέων 2020, ERYICA

Κάθε χρόνο στις 17 Απριλίου, η Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Πληροφόρησης και Συμβουλευτικής για τους Νέους (ERYICA), μαζί με τα μέλη της και τους ενδιαφερόμενους φορείς, γιορτάζει την Ευρωπαϊκή Ημέρα Πληροφόρησης για τους Νέους (EYID) σε όλη την Ευρώπη. Το σύνθημα της Ημέρας για το 2020 είναι το εξής

«Το κλίμα αλλάζει, η αλήθεια όχι. Μείνετε ενημερωμένοι, ελέγξτε μόνοι σας».

Η εκστρατεία καλεί τους νέους να ενθαρρύνουν **την προώθηση των συμφερόντων των νέων και την κριτική σκέψη** σε ένα από τα πιο καυτά θέματα της νέας δεκαετίας: την κλιματική κρίση. Στόχος της εκστρατείας EYID 2020 είναι να:

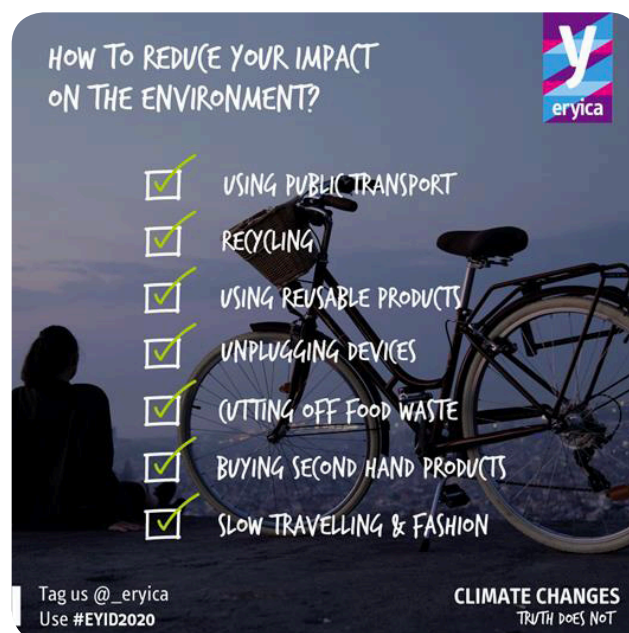
- Ευαισθητοποιήσει τους πολίτες σχετικά με τον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση, τη σημασία του ελέγχου των γεγονότων και της προσοχής στις πηγές πληροφοριών.

- Δώσει τη δυνατότητα στους νέους να ελέγξουν οι ίδιοι ότι ,το πρόβλημα είναι πραγματικό και ότι μπορούν να το παρατηρήσουν σε οποιοδήποτε μέρος κοντά τους, στη χώρα, την πόλη ή το χωριό τους.
- Ενθαρρύνει τους νέους να ενημερώνονται για τα τελευταία νέα, τα γεγονότα και τις έρευνες σχετικά με την κλιματική κρίση και το τί μπορεί να γίνει.
- Υποστηρίξει τους νέους στην εξεύρεση τρόπων μείωσης των οικολογικών τους επιπτώσεων και να τους ενθαρρύνει να αναλάβουν δράση και να διαδώσουν το μήνυμα.



Η εκστρατεία αυτή είναι μια κοινή προσπάθεια μεταξύ της ERYICA, των υπηρεσιών πληροφόρησης των νέων σε όλη την Ευρώπη και των νέων.

Κατά τη διάρκεια της εκστρατείας οργανώθηκαν διάφορες συμμετοχικές **δράσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και δραστηριότητες μη τυπικής εκπαίδευσης** με νέους.



ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΕΝΑΝΤΙΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Institut Valencià de la Joventut, Περιφέρεια Βαλένθια - Ισπανία

Το Ινστιτούτο Valencià de la Joventut (IVAJ) έχει δημιουργήσει μια συνεργασία με την εταιρεία ελέγχου γεγονότων maldita.es για να διεξάγει δραστηριότητες με νέους και να συντονίσει συνέδρια **για τους εργαζόμενους στην πληροφόρηση νέων σχετικά με τον έλεγχο δεδομένων.**

την επαλήθευσή τους.

Το Maldita Ciencia διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στον εντοπισμό της παραπληροφόρησης και της απάτης που σχετίζονται με τα **επιστημονικά δεδομένα, την κλιματική κρίση και τα περιβαλλοντικά ζητήματα.** Χρησιμοποιώντας έρευνες και επιστημονικά στοιχεία, ο ιστότοπος καταβάλλει ιδιαίτερη προσπάθεια για να εξηγήσει με αποδεδειγμένα γεγονότα τις πιο διαδεδομένες απάτες που κυκλοφορούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

FALSAVERDAD

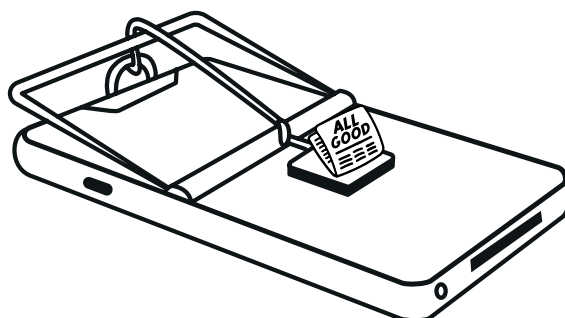
¿SUFREN LAS PLANTAS?

Son capaces de detectar y responder a estímulos negativos, daños o heridas. Sin embargo, carecen de sistema nervioso y no poseen una capacidad sensorial como la nuestra



Το Maldita.es είναι ένας μη κερδοσκοπικός ιστότοπος ανεξάρτητων δημοσιογράφων με στόχο να προσφέρει στους πολίτες **εργαλεία για να μάθουν πώς να εντοπίζουν την παραπληροφόρηση και τις απάτες.** Μια εκδοτική γραμμή του maldita.es είναι να παρακολουθεί τον πολιτικό λόγο και την παραπληροφόρηση που εμφανίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να αναλύει τα μηνύματα χρησιμοποιώντας τεχνικές δημοσιογραφίας δεδομένων για

Χάρη σε αυτή τη συνεργασία, η IVAJ προετοιμάζει **μια εκστρατεία για νέους πρεσβευτές** που θα ασχοληθούν με τις απάτες και την παραπληροφόρηση σε θέματα υγείας, επιστήμης και κοινωνικών ζητημάτων, χρησιμοποιώντας άρθρα του maldita.es και μεθόδους ελέγχου γεγονότων για να τα απεικονίσουν. Επιπλέον, οι ειδικοί του maldita.es πρόκειται να οργανώσουν κάποια συνέδρια σχετικά **με τον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση** για τους εργαζόμενους στην πληροφόρηση νέων σε όλη την περιοχή.



1.2

ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΟΥ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΜΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

«Η κλιματική κρίση απασχολεί έντοματους νέους εφόσον ένα υγιές περιβάλλον αποτελεί προϋπόθεση για τη διατήρηση της ζωής στον πλανήτη μας και, ως εκ τούτου, για την ίδια την απόλαυση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων μας βάσει της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Η πληροφόρηση για τους νέους είναι το κλειδί για την υποστήριξη και τον εφοδιασμό των νέων με τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις στάσεις και τις αξίες που χρειάζονται για να έχουν πρόσβαση και να ασκούντα ανθρώπινα και κοινωνικά δικαιώματά τους, καθώς και για τα καθήκοντά τους ως ενεργοί πολίτες και να συμμετέχουν στην προώθηση αυτών των δικαιωμάτων και της δημοκρατίας. Οι δημοκρατικοί θεσμοί βασίζονται στη δέσμευση και τη συμμετοχή των νέων για τη διαμόρφωση βιώσιμων πολιτικών για το παρόν και το μέλλον».

Antje Rothmund
Επικεφαλής του Τμήματος Νεολαίας
Συμβούλιο της Ευρώπης

Στο πλαίσιο της κλιματικής κρίσης, οι εργαζόμενοι στον τομέα της πληροφόρησης για τους νέους έχουν την ευθύνη να ακούν τους νέους, να κατανοούν τις νέες μορφές δέσμευσης και να **ενθαρρύνουν την ενεργό συμμετοχή του πολίτη**. Αυτή η πτυχή αντικατοπτρίζεται καλά στον [Ευρωπαϊκό Χάρτη Πληροφόρησης για τους Νέους](#), ο οποίος αναγνωρίζει στην αρχή 5.3 ότι οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους πρέπει να προωθούν την ενεργή συμμετοχή στα κοινά.²¹

Η κλιματική κρίση έχει σίγουρα μετατραπεί σε κρίσιμη πηγή **δράσης, δυσαρέσκειας και διαμαρτυρίας μεταξύ των νέων πολιτών παγκοσμίως**. Μέσω πρωτοβουλιών όπως η [Fridays for Future](#) και η [Youth For Climate](#), οι νέοι έχουν οικειοποιηθεί αυτόν τον αγώνα και ηγήθηκαν διαμαρτυριών ενάντια στην έλλειψη δράσης για τον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής και την προστασία του περιβάλλοντος. Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους πρέπει να αντιμετωπίζουν τις τάσεις, τις ανησυχίες και τα ενδιαφέροντα των νέων και να υποστηρίζουν διάφορες εκφράσεις ενεργού συμμετοχής στα κοινά. Πρέπει επίσης, να ενθαρρύνουν τους νέους να βρουν τους δικούς τους τρόπους για να αναλάβουν ουσιαστική δράση και να κάνουν τη φωνή τους να ακουστεί.

Μπορούν να εντοπιστούν δύο τάσεις που πρέπει να εξισορροπηθούν σε ό,τι αφορά τις διαδικασίες συμμετοχής των νέων, και η πληροφόρηση για τους νέους μπορεί να διαδραματίσει σαφή ρόλο και στις δύο. Από τη μία πλευρά, **το κίνητρο των νέων να συμμετάσχουν σε συμμετοχικές διαδικασίες** και ακτιβιστικές δράσεις προκύπτει μόνο όταν αισθάνονται ότι τους απασχολεί ένα θέμα, όταν αισθάνονται ότι τους παίρνουν στα σοβαρά και όταν οι επικοινωνιακές τους συνήθειες, τα πρότυπα και τα κανάλια τους εξυπηρετούνται.²² Από την άλλη πλευρά, όπως αναφέρθηκε στην ενότητα 1.1, χωρίς να έχουν τη σωστή πληροφόρηση και τις δεξιότητες, οι νέοι μπορεί να είναι ευάλωτοι σε διάφορους κινδύνους που σχετίζονται με τη χρήση διαφορετικών μέσων ενημέρωσης, όπως η αποκάλυψη προσωπικών πληροφοριών, η παραπληροφόρηση ή η χειραγώγηση.²³

²¹ 5.3 Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τους νέους προωθούν την ενεργό συμμετοχή στα κοινά. ([European Youth Information Charter, 2018](#))

²² Schols, M. (2015). [Young, online and connected. The impact of everyday Internet use of Dutch adolescents on social cohesion](#). Rotterdam: Erasmus Research Centre of Media, Communication and Culture.

²³ Livingstone, S., Mascheroni, G., Ólafsson, K. & Haddon, L. with the networks of EU Kids Online and Net Children Go Mobile (2014) [Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online and Net Children Go Mobile](#).

Προκειμένου να διασφαλιστεί η ουσιαστική ενεργή συμμετοχή των νέων στα κοινά, πρέπει πρώτα να έχουν εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο συμμετοχής τους, το τι διακυβεύεται, ποιες είναι οι διαθέσιμες ευκαιρίες και πού βρίσκονται. Η γνώση του τι συμβαίνει είναι το πρώτο βήμα για την απόκτηση ενδιαφέροντος και τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων σχετικά με τη συμμετοχή.²⁴ Μερικές φορές οι νέοι μπορεί να μην εμπλακούν, όχι επειδή δεν έχουν κανένα ενδιαφέρον, αλλά απλώς επειδή δεν έχουν πληροφορίες σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες συμμετοχής.²⁵ Για παράδειγμα, πριν ενταχθούν σε ένα κίνημα νεολαίας, είναι σημαντικό να κατανοήσουν τις βασικές αξίες που αντιπροσωπεύει και να αισθάνονται συνδεδεμένοι με αυτές.

Ο βασικός ρόλος των υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους στο πλαίσιο αυτό είναι η **παροχή υποστήριξης και πληροφόρησης, καθώς και η προσφορά χώρων** στους νέους για να συζητήσουν, να κάνουν διάλογο και να σκεφτούν πώς να εμπλακούν και τι μπορούν να κάνουν και σε ποιο επίπεδο. Υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από εμπνευσμένες δραστηριότητες και πρωτοβουλίες με στόχο την προώθηση της πράσινης ενεργού συμμετοχής των πολιτών και την υποστήριξη της δέσμευσης για την προστασία του περιβάλλοντος. Πράγματι, οι δράσεις μπορούν να αναπτυχθούν σε διαφορετικά επίπεδα και να περιλαμβάνουν διαφορετικές διαστάσεις, όπως πολιτικές πρωτοβουλίες, νομοθετικές μεταρρυθμίσεις ή διατομεακές συνεργασίες.

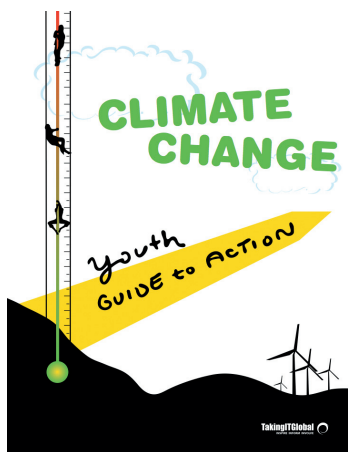
Επίπεδα	Επιπτώσεις	Παραδείγματα
Μικροεπίπεδο	Αλλαγή των προσωπικών συνθηκών και ενσωμάτωση πιο πράσινων ατομικών καθημερινών πρακτικών και νοοτροπιών και ευαισθητοποίηση συνομηλίκων και των συγγενών. Αυτό το επίπεδο θα διερευνηθεί επίσης στο 1.3	Ενθάρρυνση της υιοθέτησης μιας πολιτικής μηδενικών αποβλήτων στο σπίτι, κατανάλωση λιγότερου κρέατος, αγορά τοπικών βιολογικών προϊόντων, χρήση των μέσων μαζικής μεταφοράς ή κάνοντας πιο σύντομα ντους.
Μεσοεπίπεδο	Συμμετοχή σε τοπικές ομάδες περιβαλλοντικού ενδιαφέροντος, προώθηση πιο πράσινων πρακτικών έναντι των τοπικών αρμοδίων φορέων λήψης αποφάσεων, προσέλκυση της προσοχής των μέσων ενημέρωσης σε ένα συγκεκριμένο τοπικό ζήτημα ή ανάληψη δράσης σε ζητήματα που επηρεάζουν το άμεσο περιβάλλον.	Μείωση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης σε μια πόλη χρησιμοποιώντας τα μέσα μαζικής μεταφοράς ή το ποδήλατο, τον εθελοντισμό σε μια τοπική ΜΚΟ για τη συλλογή πλαστικών από το ποτάμι, τη φύτευση δέντρων με μια ομάδα γειτόνων ή τον καθαρισμό της κοντινής παραλίας.
Μακροεπίπεδο	Ανάληψη δράσης σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο. Η ενασχόληση με άλλα επίπεδα συνδέεται με τα παγκόσμια ζητήματα σε οποιοδήποτε συγκεκριμένο επίπεδο. Ανάληψη δράσης σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο. Η εμπλοκή σε άλλα επίπεδα συνδέεται με τα παγκόσμια ζητήματα σε κάθε συγκεκριμένο επίπεδο.	Συμμετοχή σε ομάδες συμφερόντων, δράση σε ευρύτερη κλίμακα, διαδικτυακά κινήματα ή συμμετοχή σε μια παγκόσμια διαμαρτυρία.

²⁴ ERYICA, SEGA, και UMKI (2017) [Youth Information Workers fit for Youth.](#)

²⁵ Council of Europe (2015) [Have your say! Manual on the revised European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life.](#)

ΣΕ ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΣΤΙΑΣΕΤΕ;

- Ενημερωθείτε για τις νέες μορφές εμπλοκής των νέων, τα κινήματα που καθοδηγούνται από τους νέους και τις εκστρατείες για τη δράση για το κλίμα σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο,
- Ενημερώστε τους νέους για τους τρόπους συμμετοχής σε κινήματα ή οργανώσεις που δραστηριοποιούνται στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την πράσινη υπεράσπιση,
- Υποστηρίξτε εκστρατείες και δράσεις υπό την ηγεσία των νέων για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την υπεράσπιση της δράσης για το κλίμα,
- Προωθείστε και παρέχετε πληροφορίες σχετικά με την εμπλοκή των νέων και τις ευκαιρίες εθελοντισμού σε δράσεις προστασίας του περιβάλλοντος σε διάφορα επίπεδα,
- Ενδυναμώστε και υποστηρίξτε τους νέους ώστε να σχεδιάζουν και να καθοδηγούν έργα και δραστηριότητες για τη δράση για το κλίμα και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα,
- Ενημερώστε και υποστηρίξτε τους νέους ώστε να ακουστεί η φωνή τους στους φορείς λήψης αποφάσεων (π.χ. συμβούλια για το κλίμα των νέων), καθώς και σε οργανισμούς πληροφόρησης των νέων,
- Συνεργαστείτε με τις αρμόδιες δημόσιες αρχές, τα σχολεία και τους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος²⁶,
- Παρακολουθείστε τις πολιτικές και τις τελευταίες εξελίξεις που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος για να κατανοήσετε καλύτερα το πλαίσιο²⁷ και
- Προβλέψτε τις μελλοντικές ανάγκες και τάσεις της νεολαίας ενόψει των κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών που συνδέονται με την κλιματική κρίση, ώστε να προβλεφθούν έγκαιρες απαντήσεις.



Το [TakingITGlobal](#) ανέπτυξε τον [Οδηγό Δράσης για τη νεολαία για την κλιματική αλλαγή](#), ο οποίος έχει ως στόχο να εμπνεύσει, να ενημερώσει και να εμπλέξει τους νέους στην ανάληψη δράσης για την κλιματική αλλαγή. Ενώ κάθε τμήμα του οδηγού υπογραμμίζει σημαντικά βήματα για τη λήψη μέτρων, μπορεί να βρείτε ορισμένα σημεία ιδιαίτερα χρήσιμα (με βάση τις γνώσεις και τις ανάγκες σας). Ο οδηγός εξετάζει έξι διαφορετικές διαστάσεις και παρέχει πρόσθετες πηγές πληροφοριών για την υποστήριξη κάθε ενότητας στα παραρτήματα.

ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ;

- Παρέχετε ποιοτικές πληροφορίες για τη νεολαία μέσω των διαύλων επικοινωνίας σας, συμπεριλαμβανομένων συγκεκριμένων ευκαιριών για τους νέους να δράσουν, να εμπλακούν και να υλοποιήσουν έργα,
- Σχεδιάστε και συνδιοργανώστε εργαστήρια, συζητήσεις, ημερίδες ενημέρωσης, επισκέψεις σε τοποθεσίες, pop-up εκστρατείες και άλλες δραστηριότητες με νέους με έμφαση στην εμπλοκή στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα (βλ. παραδείγματα προτεινόμενων δραστηριοτήτων στο κεφάλαιο 4),
- Παρέχετε χώρους και ευκαιρίες στους νέους να συζητούν για περιβαλλοντικά θέματα, με τη συμμετοχή επίσης εμπειρογνομόνων, οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών, ακτιβιστών και υπευθύνων λήψης αποφάσεων και
- Συμπεριλάβετε υπαίθριες δραστηριότητες στην καθημερινή σας πρακτική στην εργασία με τους νέους ως μια ευκαιρία να δημιουργήσετε μια εμπειρία από πρώτο χέρι και να προωθήσετε την παραμονή στη φύση, η οποία μπορεί να γίνει μια ισχυρή εσωτερική κινητήρια δύναμη για την αντιμετώπιση περιβαλλοντικών ζητημάτων.

²⁶ 8.3 Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία συνεργάζονται με τους αρμόδιους φορείς προκειμένου να εντοπίσουν τις ανάγκες, να αναζητήσουν συνέργειες, να μοιραστούν την εμπειρογνομωσύνη και να καταστήσουν ορατές τις πληροφορίες για τη νεολαία. 8.4 Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία συνεργάζονται σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό, ευρωπαϊκό και

διεθνές επίπεδο και ανταλλάσσουν βέλτιστες πρακτικές και γνώσεις. ([European Youth Information Charter, 2018](#))

²⁷ 9.2 Οι υπεύθυνοι για την ενημέρωση των νέων γνωρίζουν τις νέες εξελίξεις, τους σχετικούς νόμους και ενημερώνονται για τις τάσεις που επικρατούν μεταξύ των νέων. ([European Youth Information Charter, 2018](#))



ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

Η ΝΕΟΛΑΙΑ ΣΥΖΗΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΤΟ ALIMENTTERRE FESTIVAL

PIJ Pleyben Châteaulin Porzay, Γαλλία

Το κέντρο πληροφόρησης νέων του Châteaulin (PIJ) διοργανώνει δραστηριότητες με νέους γύρω από το Φεστιβάλ Alimentterre, σε συνεργασία με το δίκτυο [RITIMO](#). Αυτό το γαλλικό φεστιβάλ στοχεύει στην ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τις προκλήσεις της υγιεινής, βιώσιμης και προσβάσιμης διατροφής για όλους.

Οι νέοι, ηλικίας 18 έως 25 ετών, επιλέγουν μια ταινία ντοκιμαντέρ από την ετήσια γκάμα του Φεστιβάλ την οποία επιθυμούν να παρουσιάσουν κατά τη διάρκεια μιας δωρεάν screening-debate (συζήτηση μέσω οθόνης). Οι νέοι υποστηρίζονται ώστε να προετοιμάσουν μια συζήτηση και να βρουν ομιλητές που θα ανταλλάξουν απόψεις με το κοινό και θα μάθουν τεχνικές εμφύχωσης.

Το 2019, τέσσερις νέοι συμμετείχαν στο Φεστιβάλ και υποστηρίζονταν σε κάθε βήμα από έναν σύμβουλο πληροφόρησης νέων. Η Audrey, 21 ετών, εργάζεται και οι γονείς της είναι αγρότες. Ο Bastien, 27 ετών, εργάζεται επίσης στην οικογενειακή επιχείρηση. Η Gwendoline, 18 ετών, σπουδάζει στο γυμνάσιο. Και τέλος, η Μελίνα, είναι εθελόντρια σε μια αίθουσα συναυλιών. Ο σκοπός του συμβούλου πληροφόρησης για νέους είναι να τους επιτρέψει να μιλήσουν για ένα θέμα που τους ενδιαφέρει πραγματικά (κλιματική αλλαγή, υγεία, τρόφιμα) και να τους βοηθήσει να υλοποιήσουν ένα έργο από το Α έως το Ω - όχι κάνοντας το για αυτούς, αλλά δίνοντάς τους τα εργαλεία να είναι οι πραγματικοί ηγέτες του Φεστιβάλ. Όλοι ετοίμασαν την παρουσίαση και τη συζήτηση και βρήκαν έναν βιοκαλλιεργητή που δέχτηκε να μιλήσει για τη δική του εμπειρία. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες προέρχονταν από τη γύρω περιοχή: περίπου 35 άτομα, εκ των οποίων δώδεκα ήταν έφηβοι με τους γονείς τους. Στο τέλος της συζήτησης, το προσωπικό της αίθουσας συναυλιών κάλεσε τους νεαρούς διοργανωτές να μοιραστούν ένα δείπνο σε πολύ καλό κλίμα.



Από αριστερά προς τα δεξιά: Gwendoline, Audrey και Bastien.

ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΣ: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΠΟ ΤΗΝ ΗΓΕΣΙΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

PIJ Eurodesk Provincia Verbano Cusio Ossola Veduggioiane, Italia



Το έργο «Πράσινο Εκπρόσωπος» στοχεύει στην ενδυνάμωση των νέων από τις ορεινές περιοχές της περιφέρειας του Πιεμόντε με βασικές δεξιότητες για την ενεργό συμμετοχή και την επιχειρηματικότητα, με επίκεντρο την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιώσιμη ανάπτυξη. Οι συμμετέχοντες κάλυψαν τα θέματα της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης και επικοινωνίας, της συνειδητής κατανάλωσης, της ανακύκλωσης, της τέχνης στη φύση, της κοινωνικής καινοτομίας και της πράσινης οικονομίας.

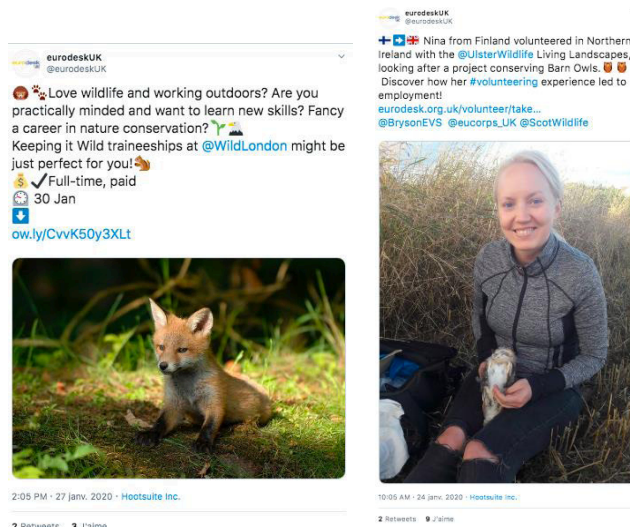
Το έργο έχει υλοποιηθεί μέσω πολλών ανταλλαγών νέων, διεθνών εκπαίδευσεων/σεμιναρίων για περιβαλλοντικά θέματα και έχει δημιουργήσει ευκαιρίες εθελοντισμού. Οι νέοι που συμμετείχαν στις ανταλλαγές σχεδίασαν και διαχειρίστηκαν 18 διαφορετικές εκδηλώσεις και οι διοργανωτές έλαβαν πάνω από 100 συμμετοχές βίντεο και άρθρα για διαγωνισμούς. Το έργο “Πράσινο Εκπρόσωπος” κέρδισε το Βραβείο Eurodesk το 2017 για την καινοτομία του στη συμμετοχή της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης μέσω της πληροφόρησης για τους νέους και των πρακτικών ενεργού πολίτη.

ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΠΟΥ ΚΑΘΟΔΗΓΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Eurodesk UK

Ανταποκρινόμενη στο αίτημα μιας γενιάς που επιθυμεί να διαδραματίσει τον ρόλο της στην προστασία του περιβάλλοντος, το Eurodesk UK έχει δώσει τη δυνατότητα σε νέους εθελοντές να μοιραστούν την εμπειρία τους μέσω των [Youth Stories](#), της ειδικής ιστοσελίδας τους με μαρτυρίες από νέους. Οι ιστορίες συλλέγονται μέσω πολλαπλασιαστών και συνεργατών του Eurodesk UK, καθώς και μέσω νέων που απευθύνονται στο Eurodesk UK. Οι νέοι υποστηρίζονται σε όλη τη διαδικασία της συγγραφής και μόλις η ιστορία τους βρίσκεται στο διαδίκτυο, κοινοποιείται σε όλα τα δίκτυα των κοινωνικών μέσων μαζί με τις διαθέσιμες ευκαιρίες εθελοντισμού σε περιβαλλοντικά έργα σε εθνικό και διεθνές

επίπεδο. Οι εμπειρίες των νέων που αλλάζουν τη ζωή τους εμπνέουν άλλους να αποκτήσουν νέες δεξιότητες και τους ενθαρρύνουν να ακολουθήσουν μια παρόμοια διαδρομή.



ΔΑΣΟΣ ERASMUS

ESN Aveiro, Πορτογαλία



Η Vouzela είναι μια μικρή πόλη της Πορτογαλίας, που βρίσκεται στην περιοχή Viseu. Το 2017, το μεγαλύτερο μέρος της φυσικής της επικράτειας καταστράφηκε από πυρκαγιές. Έκτοτε, κάθε εξάμηνο, το δημαρχείο της Vouzela, το ESN Aveiro και οι διεθνείς φοιτητές στο Πανεπιστήμιο του Aveiro συνεργάζονται σε μια προσπάθεια να επιδιορθώσουν τη ζημιά και να αποκαταστήσουν τη φυσική ομορφιά της Vouzela.

Είναι μια εμπλουτισμένη μαθησιακή εμπειρία για τους διεθνείς φοιτητές, τους εθελοντές, καθώς και την τοπική κοινότητα. Στη δραστηριότητα, οι συμμετέχοντες συζητούν την πρόληψη των πυρκαγιών και τον ρόλο που διαδραματίζουν σε αυτήν τα διάφορα είδη δέντρων. Έχουν επίσης την ευκαιρία να επισκεφθούν μια αγροτική περιοχή της Πορτογαλίας. Οι διεθνείς φοιτητές φεύγουν από αυτή τη δραστηριότητα νιώθοντας ότι έχουν συνεισφέρει. Η ESN Aveiro πιστεύει ότι είναι ζωτικής σημασίας για την εμπειρία της κινητικότητάς τους να προσφέρουν εθελοντική εργασία δίπλα στην τοπική κοινότητα, ιδίως βοηθώντας με το περιβάλλον, δεδομένων των περίπλοκων καιρών που διανύουμε, ως ένας τρόπος συνεισφοράς και μάθησης σε διαφορετικό περιβάλλον.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ / ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΜΟΝΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ ΓΙΑ ΝΕΟΥΣ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση και άλλοι διεθνείς οργανισμοί, όπως το Συμβούλιο της Ευρώπης ή ο ΟΗΕ, προσφέρουν επιχορηγήσεις ή/και ευκαιρίες σε νέους και οργανώσεις νεολαίας για την εκτέλεση έργων και πρωτοβουλιών και τη συμμετοχή σε βιώσιμες εμπειρίες κινητικότητας στο εξωτερικό. Διαβάστε περισσότερα στο κεφάλαιο 3, Πράσινα προγράμματα για τη νεολαία - Χρηματοδοτικά κριτήρια (σελ. 55).

Ευρωπαϊκή Ένωση

Η ΕΕ προσφέρει διάφορες ευκαιρίες χρηματοδότησης σε νέους και οργανώσεις νεολαίας. Αν και τα περισσότερα προγράμματα είναι ευρύτερα από την κλιματική αλλαγή, είναι δυνατόν να υλοποιηθούν έργα στο πλαίσιο αυτού του θέματος²⁸:

- **Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης:** μια εθελοντική πρωτοβουλία που επιτρέπει στους νέους να συνεισφέρουν έμπρακτα σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας του περιβάλλοντος. Το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέους ηλικίας 17-30 ετών.
- **ανταλλαγές νέων Erasmus+:** επιτρέπουν σε ομάδες νέων ηλικίας 13-30 ετών από διαφορετικές χώρες να συναντηθούν, να ζήσουν μαζί και να εργαστούν σε κοινά έργα για σύντομες περιόδους (5-21 ημέρες).
- **Erasmus για νέους επιχειρηματίες:** ένα διασυννοριακό πρόγραμμα ανταλλαγής που δίνει σε νέους ή επίδοξους επιχειρηματίες την ευκαιρία να μάθουν από έμπειρους επιχειρηματίες που διευθύνουν μικρές επιχειρήσεις σε άλλη συμμετέχουσα χώρα.
- **Πρόγραμμα LIFE:** Το LIFE χρηματοδοτεί έργα στο πλαίσιο των υποπρογραμμάτων του για το περιβάλλον και τη δράση για το κλίμα για να βοηθήσει στην εφαρμογή της ευρωπαϊκής πράσινης συμφωνίας. Τα περισσότερα έργα LIFE είναι τα λεγόμενα παραδοσιακά έργα που μπορούν να συντονιστούν από οποιαδήποτε νομική οντότητα εγγεγραμμένη στην ΕΕ, δημόσιους φορείς και ΜΚΟ για τη νεολαία. Πολλά παραδοσιακά έργα παρουσιάζουν βέλτιστες πρακτικές, εκτελούν πιλοτικές εφαρμογές, ευαισθητοποιούν το κοινό ή καταδεικνύουν καινοτομίες στις περιβαλλοντικές πρακτικές.

Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ διαθέτουν μηχανισμούς διαλόγου με τους νέους, όπως [οι διάλογοι με τους πολίτες](#), οι συμβουλευτικές ομάδες και οι συναντήσεις με τα κινήματα νεολαίας. Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα:

- **Διάλογος της ΕΕ για τη νεολαία:** ένας μηχανισμός διαλόγου μεταξύ των νέων και των υπευθύνων λήψης αποφάσεων που πραγματοποιείται στο πλαίσιο της στρατηγικής της ΕΕ για τη νεολαία. Για να συμμετάσχετε στη διαδικασία, μπορείτε να επικοινωνήσετε με την [εθνική ομάδα εργασίας](#) της χώρας σας ή με το [Ευρωπαϊκό Φόρουμ Νεολαίας](#), αν η χώρα σας δεν περιλαμβάνεται στον κατάλογο.
- **Συζήτηση για την Ευρώπη:** η πλατφόρμα όπου οι πολίτες της ΕΕ μπορούν να συζητούν τα θέματα που τους ενδιαφέρουν με Ευρωπαίους πολιτικούς και εμπειρογνώμονες.

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Το [Ευρωπαϊκό Ίδρυμα Νεολαίας](#) (EYF) είναι ένα ταμείο που ιδρύθηκε το 1972 από το Συμβούλιο της Ευρώπης για την παροχή οικονομικής και εκπαιδευτικής υποστήριξης σε ευρωπαϊκές δραστηριότητες για τη νεολαία. Στο Ίδρυμα μπορούν να υποβάλουν αίτηση ΜΚΟ για τη νεολαία από τα κράτη μέλη του Συμβουλίου της Ευρώπης και τα κράτη που έχουν υπογράψει την Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Σύμβαση. Σκοπός του EYF είναι να ακουστεί η φωνή της νεολαίας σε ανώτατο επίπεδο λήψης αποφάσεων, να υποστηριχθούν οι ευρωπαϊκές μη κυβερνητικές οργανώσεις και τα δίκτυα νεολαίας και να προωθηθεί η ειρήνη, η κατανόηση και ο σεβασμός. Ο ετήσιος προϋπολογισμός του Ιδρύματος ανέρχεται σε περίπου 3,7 εκατομμύρια ευρώ. Από το 1972, περισσότεροι από 300.000 νέοι ηλικίας μεταξύ 15 και 30 ετών έχουν επωφεληθεί άμεσα από τις δραστηριότητες που υποστηρίζονται από το EYF.

ΗΝΩΜΕΝΑ ΕΘΝΗ

Η ατζέντα για τη νεολαία των Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) καθοδηγείται από το [Παγκόσμιο Πρόγραμμα Δράσης για τη Νεολαία \(ΠΠΔΝ\)](#). Παρέχει ένα πλαίσιο πολιτικής και πρακτικές κατευθυντήριες γραμμές για την εθνική δράση και τη διεθνή υποστήριξη για τη βελτίωση της κατάστασης των νέων σε όλο τον κόσμο. Από το 1999, το πρόγραμμα αυτό προωθείται περαιτέρω στο πλαίσιο της [Διεθνούς Ημέρας Νεολαίας](#), η οποία πραγματοποιείται στις 12 Αυγούστου κάθε έτους.

²⁸ Πηγή: [European Youth Portal](#)

Τα Ηνωμένα Έθνη διαχειρίζονται επίσης το [πρόγραμμα «UN Youth Delegate Programme»](#), το οποίο προωθεί τη συμμετοχή των νέων στη λήψη αποφάσεων. Οι εκπρόσωποι των νέων μπορούν να συμμετέχουν σε διάφορες διακυβερνητικές συνεδριάσεις στα Ηνωμένα Έθνη.

UNESCO

Ως ο Εκπαιδευτικός, Επιστημονικός και Πολιτιστικός Οργανισμός του ΟΗΕ, η UNESCO [συνεργάζεται με τους νέους](#) και δεσμεύεται να τους συνοδεύσει ώστε να συνεργαστούν για να προωθήσουν την κοινωνική καινοτομία και αλλαγή, να συμμετάσχουν πλήρως στην ανάπτυξη των κοινωνιών τους, να εξαλείψουν τη φτώχεια και την ανισότητα και να προωθήσουν μια κουλτούρα ειρήνης. Μεταξύ άλλων: διαχειρίζεται την Πρωτοβουλία Χώρων Νεολαίας για την προώθηση της συμμετοχής των νέων στις κοινότητες τους, συντονίζει το [Φόρουμ Νέων](#) της UNESCO για να παρέχουν μια καινοτόμο ευκαιρία στους νέους να συνομιλήσουν μεταξύ τους και με την UNESCO, και, προφανώς, είναι η κινητήρια δύναμη που κινεί τη Διεθνή Ημέρα της Νεολαίας. Μπορείτε να γίνετε μέλος της [διαδικτυακής κοινότητας](#) για να ενημερώνεστε για τα επερχόμενα φόρουμ. Μια άλλη πρωτοβουλία, το [Δίκτυο Νεολαίας για την Κλιματική](#)

[Δράση της UNESCO \(YoU-CAN\)](#) ξεκίνησε το 2019, στο COP25 στη Μαδρίτη, με το σύνθημα «Αλλάζοντας μαλακά, όχι το κλίμα» για την ενίσχυση της δράσης για το κλίμα που ηγούνται οι νέοι, υποστηρίζοντας τους νέους και τα υπάρχοντα δίκτυα νέων και δημιουργώντας γέφυρες ανάμεσά τους. Το όραμα του YoU-CAN είναι ένας κόσμος όπου οι νέοι έχουν επίγνωση του κοινού τους μέλλοντος και της αλληλεπίδρασης με τον πλανήτη μας και συμμετέχουν ενεργά στην οικοδόμηση ακμαζουσών, δίκαιων και βιώσιμων κοινωνιών συμβάλλοντας στον στόχο της Συμφωνίας του Παρισιού UNFCCC για σημαντική μείωση των κινδύνων και τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Το δίκτυο θα συμβάλει στα προγράμματα της UNESCO και θα επωφεληθεί από τις αρμοδιότητές του στην εκπαίδευση, τις επιστήμες, τον πολιτισμό και την επικοινωνία και την πληροφόρηση όπου είναι δυνατόν.

UNICEF

Το [UNICEF Voices of Youth](#) είναι ο διαδικτυακός τόπος όπου οι νέοι μπορούν να μάθουν περισσότερα για θέματα που επηρεάζουν τον κόσμο τους. Σε αυτή την πλατφόρμα, νέοι από όλο τον κόσμο μπορούν να εκφράσουν τις απόψεις τους, να εξερευνήσουν, να συζητήσουν και να αναλάβουν δράση για τα παγκόσμια προβλήματα.



1.3

ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΒΑΛΜΟΝΤΙΚΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ



«Πρέπει πραγματικά να ακούσουμε τους νέους και να είμαστε κριτικοί απέναντι στον δικό μας ρόλο ως πάροχοι πληροφοριών για τη νεολαία όσον αφορά τα “goodies” (προωθητικό υλικό), τον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζουμε τις εκδηλώσεις, τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούμε τα γραφεία μας, τον τρόπο με τον οποίο πηγαίνουμε στη δουλειά. Νομίζω ότι πραγματικά δεν πρόκειται για το σχεδιασμό νέων εκδηλώσεων, αλλά για το να προσεγγίσουμε τους νέους ως ίσους και να σεβαστούμε τις ανησυχίες, τα όνειρα και τις επιθυμίες τους. Μπορούμε να μάθουμε πολλά από αυτούς και αυτοί μπορούν να μάθουν από εμάς. Μου αρέσει πραγματικά η ιδέα των «εργαστηρίων μέλλοντος», όπου οι νέοι μπορούν να σκεφτούν και να «σχεδιάσουν» ένα μέλλον στο οποίο θέλουν να ζήσουν - όσο ουτοπικό θέλουν να είναι».

Alena Brunner

Υπάλληλος πληροφόρησης νέων και Eurodesk
Εθνικός Συντονιστής, Εθνικό Δίκτυο
Κέντρα Πληροφόρησης Νέων, ΒÖJI, Αυστρία



Η προώθηση **οικολογικότερων πρακτικών, χώρων, εργαλείων, δραστηριοτήτων και υπηρεσιών**, με παράλληλη ενθάρρυνση της ενεργού συμμετοχής των νέων στα κοινά και της κριτικής τους σκέψης όσον αφορά την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τη δράση για το κλίμα, θα πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο της παροχής πληροφοριών και συμβουλευτικής για τους νέους.

Κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με την εκπαίδευση ή την επαγγελματική τους πορεία, οι νέοι **επιλέγουν επίσης τον τρόπο ζωής που θα καθορίσει τη ζωή τους**. Πράγματι, οι ατομικές μας επιλογές και ο τρόπος ζωής μας σηματοδοτούν τον τρόπο με τον οποίο σχετιζόμαστε με τον κόσμο που μας περιβάλλει και έχουν σημαντικό αντίκτυπο όχι μόνο στην κοινότητά μας, αλλά και στο περιβάλλον και στην κοινωνία γενικότερα. Έτσι, αυτές οι αυτόνομες αποφάσεις που λαμβάνονται για πρώτη φορά πρέπει να βασίζονται σε ολοκληρωμένες, αμερόληπτες, πλήρεις και επαληθευμένες πληροφορίες.²⁹ Με

τη διευκόλυνση της πρόσβασης των νέων **σε πληροφορίες σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τις πράσινες πρακτικές**, τους δίνονται τα εργαλεία για να δράσουν αυτόνομα και να είναι καλύτερα προετοιμασμένοι ώστε να λάβουν συνειδητές αποφάσεις σχετικά με τον τρόπο που θέλουν να ζουν και το οικολογικό αποτύπωμα που επιθυμούν να έχουν. Μία πολύ βασική αρχή της πληροφόρησης των νέων είναι ότι μπορεί κανείς να λάβει τη σωστή απόφαση μόνο όταν ενημερωθεί για τις επιλογές και τις εναλλακτικές λύσεις που υπάρχουν. Αυτό ισχύει και για τον οικολογικότερο τρόπο ζωής και τις καταναλωτικές επιλογές.

Επιπλέον, οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στο να κατανοήσουν οι νέοι τις **βασικές αρχές**, τα θέματα και τις έννοιες που αφορούν **την κλιματική κρίση και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα**. Ωστόσο, όταν πρόκειται να μιλήσουμε για πράσινα θέματα και οικολογία με τους νέους, και ιδίως με νεότερες ομάδες νέων, είναι σημαντικό να έχουμε κατά νου ότι συνήθως έχουν μεγαλύτερη περιβαλλοντική ευαισθησία. Επομένως, είναι σημαντικό να τους μιλήσουμε για το πρόβλημα αυτό χωρίς να κινδυνολογούμε υπερβολικά.

Το οικολογικό και το κλιματικό άγχος έχουν γίνει μια κοινή πραγματικότητα, γι' αυτό είναι ζωτικής σημασίας να επικοινωνούνται οι ανησυχίες με εποικοδομητικό και ευαίσθητο τρόπο, ώστε να διασφαλιστεί ότι οι φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και δράσεις γίνονται αντιληπτές ως κάτι θετικό, μεταδίδουν ελπίδα και εμπνέουν να κάνουν τη διαφορά. Οι έννοιες του περιβάλλοντος, της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, της οικολογίας και της κλιματικής αλλαγής μπορεί να είναι δυσνόητες για ορισμένες ηλικιακές ομάδες. Επομένως, ο ρόλος του εργαζόμενου στην πληροφόρηση των νέων είναι να τις απλοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερο, **εξηγώντας τα πράγματα με συγκεκριμένο τρόπο, ώστε οι έννοιες να γίνουν κατανοητές και να εμπεδωθούν**. Μπορείτε να προετοιμάσετε εκπαιδευτικές, ψυχαγωγικές δραστηριότητες σε εξωτερικούς χώρους που παρέχουν στους νέους μια εμπειρία του φυσικού κόσμου, ευαισθητοποιώντας τους έτσι για την προστασία της φύσης.

²⁹ 1.1 Οι πληροφορίες που παρέχονται είναι περιεκτικές, παρέχουν μια επισκόπηση των διαφόρων διαθέσιμων επιλογών και βασίζονται σε πλουραλιστικές και επαληθευμένες πηγές. ([European Youth Information Charter, 2018](#))

Η χρήση **μεθόδων μη τυπικής εκπαίδευσης για την προώθηση πράσινων πρακτικών** είναι ένας πολύ συγκεκριμένος και χρήσιμος τρόπος για την ευαισθητοποίηση των νέων, οι οποίοι μπορεί να μην είναι τόσο εξοικειωμένοι με θέματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας (βλ. παραδείγματα δραστηριοτήτων στο κεφάλαιο 4). Η αξιοποίηση του κόσμου που τους περιβάλλει για να τους βοηθήσει να αποκτήσουν ενδιαφέρον για τα κυριότερα περιβαλλοντικά ζητήματα, να υιοθετήσουν νέες προσωπικές συνήθειες και να νιώσουν άνετα ώστε να μιλήσουν κατά των μη βιώσιμων πρακτικών είναι ίσως ο πιο αποτελεσματικός τρόπος προσέγγισης του θέματος. Θα πρέπει επίσης να δοθεί έμφαση στο να ζήσουν από **κοντά την φυσική ομορφιά του πλανήτη μας** μέσα από υπαίθριες δραστηριότητες, και έτσι να αυξηθεί η ευαισθησία των νέων σχετικά με την ανάγκη προστασίας της φύσης. Είναι σημαντικό να τους παρέχονται συχνές υπαίθριες δραστηριότητες και να τους βοηθήσουμε να προβληματιστούν σχετικά με την εμπειρία και τη σύνδεσή τους με τη φύση. Η εμπειρία τους θα πρέπει να σχετίζεται με το άμεσο περιβάλλον τους: όσο λιγότερο αφηρημένη είναι η εμπειρία, τόσο περισσότερο συνδεδεμένοι θα αισθάνονται. Μόλις δημιουργηθεί αυτός ο δεσμός, μπορούμε να μεταφέρουμε τη μάθηση σε ένα γνωστικό επίπεδο, εξηγώντας τους τι πρέπει να προσέξουν στην κλίμακά τους, γιατί είναι σημαντικό και πώς μπορούν να δράσουν.

Τέλος, **οι εργαζόμενοι στην πληροφόρηση νέων, οι οποίοι έρχονται σε καθημερινή επαφή με τους νέους, πρέπει να λειτουργούν ως πρότυπα.** Ο τρόπος με τον οποίο παράγουμε το προωθητικό μας υλικό, που διαχειριζόμαστε τα γραφεία μας ή διοργανώνουμε τις εκδηλώσεις μας στέλνει επίσης ένα μήνυμα στους νέους. Αυτή η παράμετρος καλύπτεται στο κεφάλαιο 2.

Να θυμάστε: δεν είστε μόνοι! Υπάρχουν πολλές πρωτοβουλίες και οργανώσεις οι οποίες γούνται από νέους ή και πολίτες που αγωνίζονται για τον πλανήτη μας. Αν θέλετε να ασχοληθείτε με έναν συγκεκριμένο τομέα, απλά δείτε ποιοι δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό, μιλήστε τους και συνδέστε τις πρωτοβουλίες.

«Για τη δημιουργία ενός κόσμου πιο δίκαιου, ειρηνικού και βιώσιμου, όλα τα άτομα και οι κοινωνίες πρέπει να εξοπλιστούν και να ενδυναμωθούν με γνώσεις, δεξιότητες και αξίες, καθώς και να αποκτήσουν αυξημένη ευαισθητοποίηση για να προωθήσουν μια τέτοια αλλαγή. Σε αυτό το σημείο η εκπαίδευση έχει να διαδραματίσει κρίσιμο ρόλο».

Χάρτης πορείας της UNESCO για την εφαρμογή του παγκόσμιου προγράμματος δράσης για την εκπαίδευση για τη βιώσιμη ανάπτυξη, UNESCO, 2014

ΣΕ ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΣΤΙΑΣΕΤΕ;

- Προτείνετε διασκεδαστικούς και δημιουργικούς τρόπους για την ελαχιστοποίηση των οικολογικών επιπτώσεων των νέων, για παράδειγμα, οργανώστε μία επίσκεψη σε εγκαταστάσεις ανακύκλωσης ή εξηγήστε τον τρόπο διαλογής σκουπιδιών μέσω παιχνιδιών στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων μη τυπικής εκπαίδευσης,

- Παρακινήστε τους νέους να αναλάβουν «πράσινη δράση» και να διαδώσουν το μήνυμα (π.χ. πράσινοι πρεσβευτές νεολαίας),
- Παρακινήστε τους νέους να ζήσουν από κοντά τη φύση, περνώντας χρόνο στην ύπαιθρο και οργανώνοντας επισκέψεις ή δραστηριότητες σε φυσικούς χώρους,
- Δώστε στους νέους τη δυνατότητα να ελέγχουν οι ίδιοι τις ανθρώπινες επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον και να τις παρατηρούν στη δική τους καθημερινότητα, χωρίς να κινδυνολογείτε, και διερευνήστε λύσεις, ιδίως όταν μιλάτε με νεότερους χρήστες των υπηρεσιών σας,
- Εισάγετε πράσινες πρακτικές και φιλικές προς το περιβάλλον πολιτικές ως μέρος των καθημερινών σας δραστηριοτήτων και εμπλέξτε τους νέους στη διαδικασία. Οι υπηρεσίες και τα κέντρα πληροφόρησης νέων θα πρέπει να αποτελούν παράδειγμα για την έμπνευση των νεαρών χρηστών τους και τη μείωση των δικών τους οικολογικών επιπτώσεων (βλ. Κεφάλαιο 2) και
- Ενθαρρύνετε τους νέους να ενημερωθούν σχετικά με το τι μπορούν να κάνουν σε διάφορα επίπεδα για να υποστηρίξουν την προστασία του περιβάλλοντος και για το πώς να μιλήσουν ενάντια σε μη βιώσιμες πρακτικές.

ΤΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΤΕ ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΣΕΤΕ;

- Ενθαρρύνετε την υγιεινή διατροφή και τις φιλικές προς τον πλανήτη διατροφικές συνήθειες και εξηγήστε γιατί αυτή η πολιτική είναι αποτελεσματική (π.χ. χρησιμοποιώντας πράσινες υπηρεσίες τροφοδοσίας στις εκδηλώσεις σας ή οργανώνοντας ένα χορτοφαγικό ενημερωτικό πικνίκ).
- Υποστηρίξτε τη δημιουργία mini βίντεο σχετικά με καλά παραδείγματα φιλικών πρακτικών προς το περιβάλλον, μπορεί επίσης να είναι ένας διαγωνισμός,
- Οργανώστε υπαίθριες δραστηριότητες, όπως πεζοπορία ή ποδηλασία, ενθαρρύνοντας νέες βιώσιμες συνήθειες και τη μάθηση μέσω της πράξης (learning by doing),
- Διεξάγετε διασκεδαστικά εργαστήρια και δραστηριότητες ανακύκλωσης με νέους, εμπειρογνώμονες και ακτιβιστές (π.χ. ημέρες ανταλλαγής προϊόντων).
- Διοργανώστε θεματικά εργαστήρια για πιο πράσινες καταναλωτικές συνήθειες, πράσινη μαγειρική, πράσινη μόδα, κ.λπ. στα οποία οι νέοι θα μπορούν να ανακαλύψουν τρόπους για να γίνουν πιο πράσινοι, διασκεδάζοντας ταυτόχρονα (δείτε μερικά παραδείγματα στο κεφάλαιο 4).
- Πραγματοποιήστε δραστηριότητες σχετικά με τη μέτρηση του αποτυπώματος άνθρακα, των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής ή των καταναλωτικών συνηθειών με τη χρήση παιχνιδιών. Υπάρχουν ήδη κάποια έτοιμα παιχνίδια, ιστότοποι και εφαρμογές τα οποία και μπορούν να χρησιμοποιηθούν. Εκπαιδευτικό υλικό παρέχεται στη συνέχεια και στη σελίδα 32.



Υπάρχει διαθέσιμο εκπαιδευτικό υλικό που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι εκπαιδευτικοί με τους νέους. Παράλληλα με το τυχόν εθνικό εκπαιδευτικό υλικό, παρατίθεται και υλικό που αναπτύχθηκε από διεθνείς οργανισμούς:

- [Our planet, our future](#): ένα εκπαιδευτικό εργαλείο που αναπτύχθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Βασίζεται στις πληροφορίες που περιέχονται στην έκδοση [“Our Planet, Our Future: fighting climate change together”](#).
- [NASA Kids Club](#): μια πλατφόρμα που περιέχει πληροφορίες, παιχνίδια και άλλο υλικό σχετικά με την κλιματική αλλαγή.
- [WMO for Youth](#): πλατφόρμα που αναπτύχθηκε από τον Παγκόσμιο Μετεωρολογικό Οργανισμό για τους νέους και περιλαμβάνει παιχνίδια, υλικό, ιστορίες και πολλά άλλα.
- [NASA Global Climate Change - Vital signs of the planet](#): Η πλατφόρμα αυτή παρέχει υλικό για την παρατήρηση των στοιχείων της κλιματικής αλλαγής, όπως συγκριτικές εικόνες, μια μηχανή του κλιματικού χρόνου, προβολές των παγκόσμιων πάγων, απεικόνιση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, εκπαιδευτικά βίντεο, διαδραστικά κουίζ και άλλα.

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ SAVES2 & STUDENT SWITCH OFF Εθνική Ένωση Φοιτητών, Ηνωμένο Βασίλειο

Σε όλη την Ευρώπη, το πρόγραμμα «Φοιτητές που επιτυγχάνουν πολύτιμη εξοικονόμηση ενέργειας» (SAVES 2) υποστηρίζει τους φοιτητές ώστε να ελαχιστοποιήσουν το αποτύπωμα

άνθρακα στο πανεπιστήμιο και στις κατοικίες τους, στην ευαισθητοποίηση σχετικά με την **ενεργειακή αποδοτικότητα και την έξυπνη μέτρηση** και στην υιοθέτηση καλών συνηθειών που θα διαρκέσουν και μετά το τέλος των σπουδών τους. Το SAVES 2 χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα Horizon 2020 και βασίζεται στην επιτυχία του χρηματοδοτούμενου από την ΕΕ έργου SAVES (2014-2017) του προγράμματος Intelligent Energy Europe, το οποίο επέκτεινε την εκστρατεία Student Switch Off (SSO) στην Κύπρο, τη Σουηδία, τη Λιθουανία και την Ελλάδα.

Μέσω της τρέχουσας επιχορήγησης οι εταίροι συνεχίζουν να επεκτείνουν την εκστρατεία Student Switch Off του Ηνωμένου Βασιλείου στην Κύπρο, την Ελλάδα, τη Λιθουανία, την Ιρλανδία, τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία. Ο κύριος στόχος είναι να **μειωθεί η κατανάλωση ενέργειας από τους φοιτητές**, καθώς και η έκθεσή τους στην ενεργειακή φτώχεια, ωφελώντας τόσο τον πλανήτη όσο και τις τσέπες τους.





<https://saves.nus.org.uk/>

Water-saving tip #1

- **Taking just one minute off your shower time can save 10 litres of water!**
- **Shorter showers save water and energy**

student **switch off**

Top sustainability New Year's resolutions made by students taking part in Student Switch Off include...

 30% said they would try to save energy	 13% will aim to reduce their use of plastic
 13% are aiming to eat less or no meat and dairy	 13% are going to save water

nus **switch off**

Ο ΠΛΑΝΗΤΗΣ ΜΟΥ Η ΥΠΟΣΧΕΣΗ ΜΟΥ (MY PLANET MY PLEDGE)

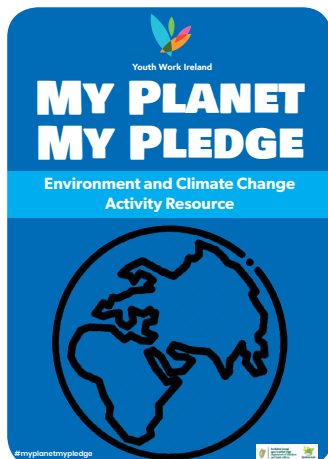
Youth Work Ireland, Ιρλανδία

Κατά τη διάρκεια της Διαδικασίας Συναίνεσης 2019 της Εργασίας Νέων Ιρλανδίας, οι νέοι είπαν ότι το περιβάλλον και η κλιματική αλλαγή ήταν βασικά θέματα για τα οποία ήθελαν να μάθουν περισσότερα και να κάνουν εκστρατεία για αλλαγή. Επί του παρόντος, οι νέοι είναι αυτοί πρωτοστατούν στην ανάδειξη της ανάγκης καταπολέμησης της κλιματικής

αλλαγής και στην ανάληψη δράσης για να διασφαλιστεί η προστασία του περιβάλλοντος για όλες τις γενιές.

Το πακέτο δραστηριοτήτων «Ο πλανήτης μου, η υπόσχεσή μου» αναπτύχθηκε αρχικά ως υλικό για ομαδική εργασία, ωστόσο, με το ξέσπασμα του COVID-19 και τις διαδικτυακές συναντήσεις των ομάδων, προσαρμόστηκε ώστε να παραδίδεται ως διαδικτυακό υλικό. Οι δραστηριότητες μπορούν να πραγματοποιηθούν χωρίς μεγάλη προετοιμασία ή υλικά και μπορούν να παρασχεθούν τόσο από εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας όσο και από εθελοντές. Κάθε φύλλο εργασίας είναι διαθέσιμο σε μορφή που μπορεί να μεταφορτωθεί και υπάρχει ευρετήριο με πρόσθετους βασικούς όρους και βασικές πληροφορίες που οι εργαζόμενοι θα πρέπει να συμβουλευόνται πριν από την έναρξη των δραστηριοτήτων.

<https://www.youthworkireland.ie/what-we-do/my-planet-my-pledge>



ΨΑΞΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΣΤΗ ΖΟΥΓΚΛΑ (SEARCH FOR EUROPE IN THE JUNGLE)

Jekabpils NVO resursu centrs, Λετονία

Μαζί είμαστε μια δύναμη που μπορεί να κάνει τον κόσμο καλύτερο! Το Jekabpils NVO, μέλος του Eurodesk Latvia, θέλει να δείξει στους νέους ότι μπορούμε, αν το θέλουμε!

«Μέσω του προγράμματος «Ψάξε την Ευρώπη στη ζούγκλα» ενημερώνουμε τους νέους για λετονικές και ευκαιρίες στη Λετονία και στην Ευρώπη κατά τη διάρκεια της πεζοπορίας.

Μέσω της πεζοπορίας, θέλαμε να ευαισθητοποιήσουμε τους νέους για τον περιβαλλοντικό πλούτο γύρω μας. Κατά τη διάρκεια της πεζοπορίας, Ευρωπαίοι εθελοντές και συμμετέχοντες από ανταλλαγές νέων μοιράστηκαν τις ιστορίες τους σχετικά με την εμπειρία τους και το τι σημαίνει γι' αυτούς να συμμετέχουν σε ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα. Κάθε ιστορία σχεδιάστηκε έτσι ώστε να συνοδεύεται από μια αθλητική δραστηριότητα για να συνειδητοποιήσουν οι νέοι ότι μπορούν να κάνουν περισσότερα απ' ό,τι νομίζουν».



ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ ΡΟΥΧΩΝ

LOGO jugendmanagement, Αυστρία

Η βιωσιμότητα - ιδίως τα **βιώσιμα ρούχα** - είναι πολύ σημαντική για τους νέους εδώ και αρκετό καιρό στη Στυρία. Η LOGO (υπηρεσία πληροφόρησης για τη νεολαία της Στυρίας) θέλησε να συνδυάσει τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με αυτό το θέμα με τη διοργάνωση νέων και καινοτόμων εκδηλώσεων. Για το λόγο αυτό, η LOGO άρχισε το 2015 να διοργανώνει εκδηλώσεις ανταλλαγής ρούχων δύο φορές το χρόνο στο κέντρο πληροφόρησης νέων. Περίπου 100 άτομα έλαβαν μέρος σε κάθε μία από τις εκδηλώσεις, οι οποίες έλαβαν αρκετή δημοσιότητα από τον τοπικό και περιφερειακό Τύπο.

Η ιδέα μιας **εκδήλωσης ανταλλαγής ρούχων** είναι αρκετά απλή: οι νέοι μπορούν να φέρουν μέχρι 10 ρούχα που δεν χρησιμοποιούν πλέον και είναι σε καλή κατάσταση και να ανταλλάξουν ένα ρούχο με ένα άλλο στην εκδήλωση. Ένας επαγγελματίας νεαρός σχεδιαστής βοηθά τους νέους να επανασχεδιάσουν και να αναβαθμίσουν τα νέα τους ρούχα. Από τις αρχές του 2020, το έργο αυτό αποκτά τώρα μια νέα διάσταση χάρη στην υποστήριξη του Erasmus+ με το έργο «**Wear(e)able**» για τη βιώσιμη ένδυση, το οποίο συντονίζεται από το «bit Schulungscenter».

ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΚΑΙ ΜΟΝΟ ΒΙΩΣΙΜΟ ΠΡΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ Eurodesk UK

Τον Νοέμβριο του 2018 η Eurodesk UK διεξήγαγε έρευνα στο δίκτυό της σχετικά με τα υπάρχον προωθητικό υλικό καθώς και για το τι άλλα είδη θα ήθελαν να δουν στο μέλλον. Η συντριπτική πλειοψηφία εξέφρασε την ανάγκη να **παράγεται μόνο βιώσιμο προωθητικό υλικό** για δύο λόγους: να είναι όσο το δυνατόν πιο φιλικό προς το περιβάλλον και να στέλνουν ένα μήνυμα στους νέους σχετικά με τη σημασία της χρήσης ανακυκλωμένων και ανακυκλώσιμων υλικών. Ακολούθησαν τις συμβουλές τους και έκαναν εκτεταμένη έρευνα για διάφορους προμηθευτές και ιδέες, λαμβάνοντας υπόψη τη συσκευασία και το αποτύπωμα άνθρακα της υπηρεσίας παράδοσης.

Η Eurodesk UK αποφάσισε επίσης να **παράγει λιγότερα είδη, αλλά υψηλότερης ποιότητας** το καθένα, για να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στη ζήτηση των πολλαπλασιαστών της. Αυτό συνέβαλε στη μείωση του κόστους ανά είδος, οπότε τελικά, το 2019 και το 2020, επένδυσαν παρόμοιο ποσό και οι πολλαπλασιαστές τους είχαν αρκετά υλικά για τις εκδηλώσεις τους. Η ανταπόκριση των πολλαπλασιαστών ήταν και παραμένει πολύ θετική, «διασφαλίζοντας ότι η επένδυσή μας αξίζει τον κόπο», λέει η Eva de Luis, εθνική συντονίστρια του δικτύου Eurodesk UK.



ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΠΡΑΣΙΝΟΙ ΠΟΛΙΤΕΣ» ΤΗΣ UNESCO

Η Εκπαίδευση για την Βιώσιμη Ανάπτυξη (Education for Sustainable Development (ESD)) έχει ως στόχο να ενδυναμώνει τον καθένα με τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις στάσεις και τις αξίες που είναι απαραίτητες για τη διαμόρφωση ενός βιώσιμου μέλλοντος. Αυτή η πλατφόρμα παρέχει έναν ενημερωτικό χώρο που προβάλλει ιστορίες ESD από όλο τον κόσμο, με στόχο να εμπνεύσει άλλους να συμβάλουν στον αγώνα κατά της κλιματικής αλλαγής, ενθαρρύνοντας τους αναγνώστες της να μοιραστούν τις δικές τους εμπειρίες. Οι ιστορίες αυτές ενσωματώνουν παραδείγματα νέων πρακτικών που εγγυώνται ένα βιώσιμο μέλλον. Η πλατφόρμα αυτή συνεχίζει τη δυναμική της περιοδεύουσας έκθεσης της UNESCO GREEN CITIZENS: "Pathfinders for Change", η οποία απέδιδε φόρο τιμής, μέσω εννέα εμβληματικών εκπαιδευτικών έργων, σε γυναίκες και άνδρες που ηγούνται πρωτοβουλιών ESD σε όλο τον κόσμο.

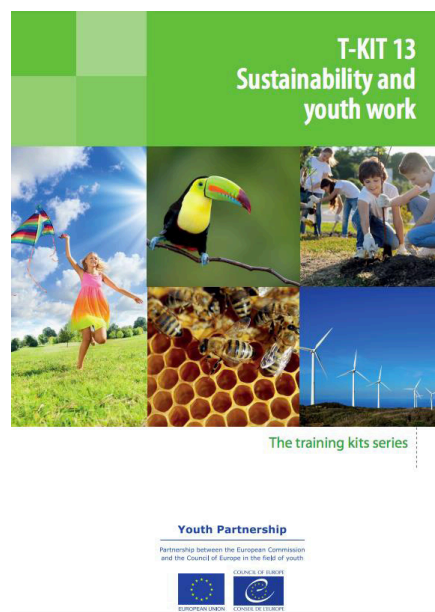
<https://en.unesco.org/greencitizens/green-citizens>



Η συνεργασία μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Συμβουλίου της Ευρώπης στον τομέα της νεολαίας ανέπτυξε ένα εκπαιδευτικό πακέτο για τη βιωσιμότητα και το Youth Work (2018). Η έκδοση απευθύνεται κυρίως σε εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας και εκπαιδευτικούς που επιθυμούν να διερευνήσουν το θέμα της βιωσιμότητας με νέους μέσω μεθόδων μη τυπικής εκπαίδευσης.

Μεταξύ άλλων, τα διάφορα κεφάλαια:

- εισάγουν διάφορες θεωρητικές πτυχές και έννοιες,
- διερευνούν την ιδέα της εκπαίδευσης για τη βιωσιμότητα και τις πιο συνηθισμένες μεθόδους της,
- προτείνουν ένα σύνολο δραστηριοτήτων μη τυπικής εκπαίδευσης που μπορούν να διεξαχθούν με νέους,
- παρουσιάζουν ιδέες για το πώς να ενθαρρύνουν τους νέους να κάνουν τη διαφορά- και
- παρέχουν έναν κατάλογο ελέγχου και ιδέες για την πρακτική εφαρμογή μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος.





ΧΡΥΣΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΟΛΑΙΑ

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ (GREEN MIL)

1. Αυξήστε την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία του ελέγχου των γεγονότων που σχετίζονται με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την προσοχή στις πηγές πληροφόρησης.
2. Παρέχετε στους νέους τα εργαλεία και το υλικό που χρειάζονται ώστε να μάθουν πώς να ελέγχουν τις πηγές πληροφοριών, να εντοπίζουν την παραπληροφόρηση και να διαδίδουν τις πληροφορίες για την κλιματική κρίση με υπεύθυνο τρόπο.
3. Ενθαρρύνετε τους νέους ώστε να ενημερωθούν για τις τελευταίες ειδήσεις, τα γεγονότα και τις έρευνες σχετικά με την κλιματική κρίση και για το τι μπορεί να γίνει σε διάφορα επίπεδα.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΩΣ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΟΛΙΤΩΝ

1. Ενθαρρύνετε τους νέους ώστε να παρατηρήσουν τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στο άμεσο περιβάλλον τους και να κατανοήσουν τη σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.
2. Υποστηρίξτε τους νέους στην εξεύρεση τρόπων μείωσης του οικολογικού τους αντίκτυπου και ενθαρρύνετέ τους να αναλάβουν δράση και να το διαδώσουν.
3. Οργανώστε και συνδιοργανώστε δραστηριότητες κατάρτισης, εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης και ενημερωτικές συναντήσεις με νέους για την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

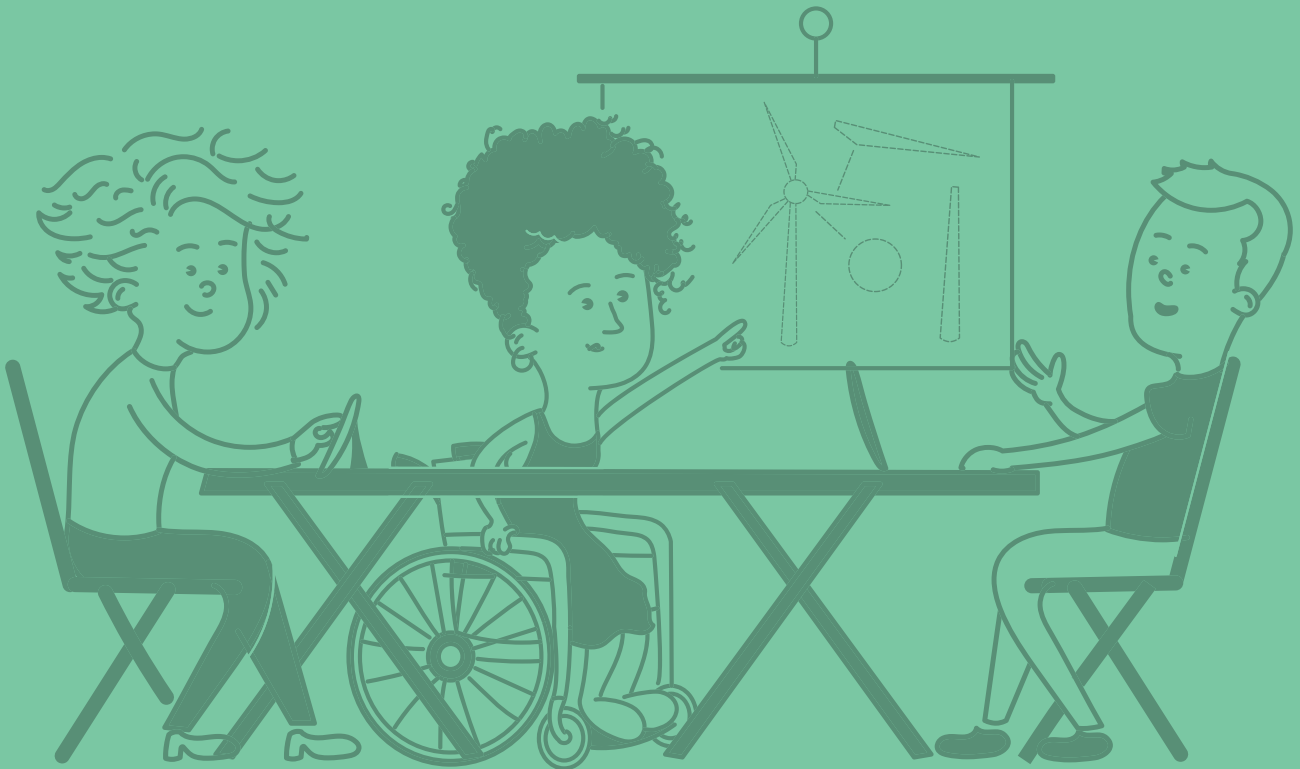
1. Ενημερωθείτε για τις νέες μορφές εμπλοκής των νέων, τα κινήματα που καθοδηγούνται από τους νέους και τις εκστρατείες για τη δράση για το κλίμα σε διάφορα επίπεδα.
2. Παρακολουθήστε τις πολιτικές και τις τελευταίες εξελίξεις σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και προστασία για να κατανοήσετε καλύτερα το πλαίσιο.
3. Προβλέψτε τις μελλοντικές ανάγκες της νεολαίας ενόψει των κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών που συνδέονται με την κλιματική κρίση, ώστε να προβλεφθούν έγκαιρες απαντήσεις.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

1. Μετρήστε το αποτύπωμα άνθρακα του οργανισμού σας και αναπτύξτε συγκεκριμένες δράσεις για τη μείωσή του στο πλαίσιο μιας πράσινης στρατηγικής.
2. Εισάγετε πράσινες πρακτικές και πολιτικές φιλικές προς το περιβάλλον στις καθημερινές δραστηριότητες και στη διαχείριση του γραφείου και, ως εκ τούτου, λειτουργήστε ως πρότυπο που εμπνέει τους νέους χρήστες μειώνοντας τις δικές σας οικολογικές επιπτώσεις.
3. Συνεργαστείτε με τις αρμόδιες δημόσιες αρχές, τα σχολεία, τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και άλλους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στον τομέα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

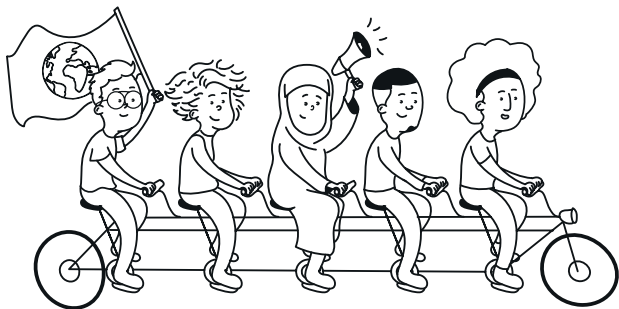
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΣΑΣ: ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΜΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ



21

ΠΑΡΤΕ ΤΟΥΣ ΟΛΟΥΣ ΜΑΖΙ ΣΑΣ!

Σε αυτή την ενότητα, θα σας δώσουμε συμβουλές για να οικοδομήσετε την πράσινη στρατηγική του οργανισμού σας. Τι μπορείτε να κάνετε εσείς, ως οργανισμός, είτε πρόκειται για κέντρο πληροφόρησης νέων, μη κυβερνητική οργάνωση, δήμο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα, για να γίνετε πιο πράσινοι;



ΒΗΜΑ 1: ΣΧΕΔΙΑΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΜΕΤΑΒΑΣΗ ΣΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΝΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η επίτευξη των στόχων προϋποθέτει ότι όλο το προσωπικό κατανοεί τον τρόπο με τον οποίο ο οργανισμός έχει δεσμευτεί για την αλλαγή και ποιες θα είναι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις της συμβολής του σε αυτό το πλαίσιο, και πέραν αυτού, στην καθημερινή τους ζωή.

Για το σκοπό αυτό, θα πρέπει να καθορίσετε σαφή βήματα προς την κατεύθυνση της οικοδόμησης μιας κοινής στρατηγικής για το γραφείο σας. Για να είναι επιτυχής η πράσινη στρατηγική σας, πρέπει να **έχετε όλη την ομάδα στο πλευρό σας** από τα πρώτα κιόλας βήματα!

Παρόλο που τα κέντρα πληροφόρησης για τη νεολαία μπορεί να μην διαθέτουν τους ίδιους πόρους με τις μεγάλες εταιρείες, μπορούν ωστόσο να βασίζονται στο γεγονός ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας είναι επίσης φορείς αλλαγής. Κάποιοι από τους συναδέλφους σας έχουν σίγουρα ήδη οικολογική συνείδηση και μπορούν να σας υποστηρίξουν στην εξεύρεση λύσεων και στη δημιουργία της δέσμευσης που χρειάζεστε για να αλλάξουν όλοι τις συνήθειές τους. Αξιοποιήστε αυτή τη διάσταση και ενδυναμώστε τις ομάδες σας!

Η παρούσα ενότητα καλύπτει ένα μικρό μέρος αυτού που ονομάζεται «Πράσινη διαχείριση ανθρώπινων πόρων». Σημειώστε ότι επικεντρώνεται κυρίως στα πράσινα γραφεία, αλλά μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις ίδιες διαδικασίες για να συζητήσετε τις άλλες διαστάσεις που καλύπτονται από τις κατευθυντήριες γραμμές, όπως ο σχεδιασμός πιο πράσινων εκδηλώσεων και η παραγωγή πιο πράσινου προωθητικού υλικού.

ΒΗΜΑ 2: ΚΑΤΑΙΓΙΣΜΟΣ ΙΔΕΩΝ (BRAINSTORM)

Μια καλή λύση είναι να παρουσιάσετε στην ομάδα σας την ιδέα μιας σειράς **συναντήσεων καταιγισμού ιδεών**, προκειμένου να συζητήσετε τη στρατηγική και τα μέτρα που πρέπει να εφαρμοστούν. Πολλές εταιρείες έχουν δημιουργήσει διαδικτυακούς χώρους για να ενθαρρύνουν τα μέλη του προσωπικού να μοιράζονται ιδέες, όπως φόρουμ στις ιστοσελίδες τους ή ιστολόγια. Βέβαια, όπως θα διαβάσετε στην ενότητα «Μείωση του ψηφιακού σας αποτυπώματος», σας ενθαρρύνουμε να προτιμάτε τις δια ζώσης συναντήσεις.

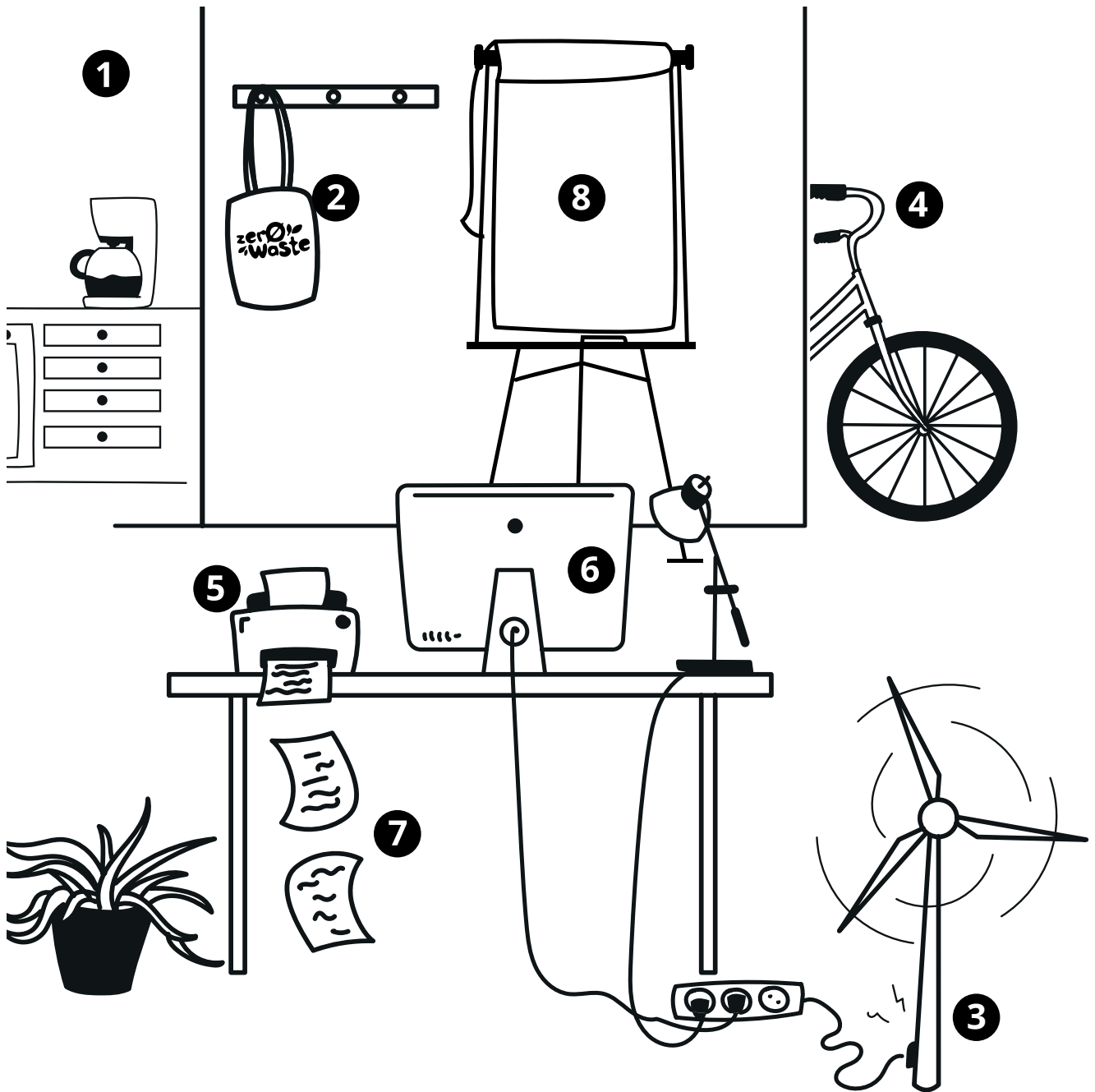
Μαζί μπορείτε να συμφωνήσετε σε ορισμένα συγκεκριμένα μέτρα για τη **βελτίωση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας των εσωτερικών σας λειτουργιών**, αντιμετωπίζοντας θέματα όπως οι μεταφορές, η χρήση ενέργειας και νερού, η ανακύκλωση και τα πλαστικά απορρίμματα. Ανάλογα με τους διαθέσιμους πόρους, μπορείτε είτε να το κάνετε μόνοι σας, είτε να χρησιμοποιήσετε τις υπηρεσίες εξωτερικών εμπειρογνομένων που θα πραγματοποιήσουν έναν έλεγχο και θα τρέξουν την όλη διαδικασία, συμπεριλαμβανομένης μιας διάστασης που να αφορά την εκπαίδευση ή/και οικοδόμηση ομάδας (team building).



ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ ΑΝΘΡΑΚΑ

Το αποτύπωμα άνθρακα μετρά τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου από όλες τις δραστηριότητες ενός οργανισμού (αποτύπωμα οργανισμού) ή για ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Αυτό σας επιτρέπει να προσδιορίσετε και να ποσοτικοποιήσετε τις βασικές πηγές εκπομπών σας. Με βάση αυτό, θα είστε σε θέση να καθορίσετε λύσεις, να θέσετε στόχους για τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και να παρακολουθείτε την επιτυχία σας. Υπάρχουν διάφορα διεθνή πρότυπα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τον υπολογισμό του ανθρακικού αποτυπώματος ενός οργανισμού, όπως το ISO 14064-1, το εταιρικό πρότυπο GHG Protocol και το πρότυπο GHG Protocol Value Chain Standard. Για το σκοπό αυτό, θα χρειαστείτε έναν εμπειρογνώμονα για να σας υποστηρίξει.

Επίσης, υπάρχουν διαθέσιμα δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία για να μετρήσετε το ατομικό σας αποτύπωμα άνθρακα. Οι υπολογιστές [Eco Footprint](#), [Carbon Footprint](#) και [Water Footprint](#) βοηθούν τα άτομα να δουν το πώς επηρεάζουν το περιβάλλον. Σημειώστε ότι αυτά τα εργαλεία αφορούν την καθημερινή μας ζωή και όχι το εργασιακό σας περιβάλλον. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ευαισθητοποιήσετε τα μέλη της ομάδας σας ατομικά πριν ξεκινήσετε τον καταιγισμό ιδεών. Βλέπε επίσης τη δραστηριότητα 9 στο κεφάλαιο 4.



Μπορείτε να οργανώσετε τις συζητήσεις γύρω από διάφορες συνιστώσες που συνήθως καλύπτονται κατά τη διεξαγωγή μιας τέτοιας διαδικασίας:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. Ανθρώπινοι πόροι και κατάρτιση | 5. Χαρτί/εκτύπωση |
| 2. Μεταφορές | 6. Ενεργειακή απόδοση |
| 3. Κουζίνα / κοινόχρηστοι χώροι | 7. Ψηφιακή χρήση & εξολιγισμός πληροφορικής |
| 4. Μείωση των απορριμμάτων | 8. Πολιτικές προμηθειών |

ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΟΡΙΣΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΜΕΤΡΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΑΤΕ ΝΑ ΣΥΖΗΤΗΣΤΕ:

- Να απενεργοποιούν όλοι τον υπολογιστή και άλλες ηλεκτρονικές συσκευές και να αποσυνδέουν τους φορτιστές των κινητών τους τηλεφώνων πριν φύγουν από το γραφείο.
- Διαλέξτε μια μέρα την εβδομάδα κατά την οποία όλοι να τρώνε χορτοφαγικό φαγητό - δείτε το [«Δευτέρα χωρίς κρέας»](#) για ιδέες. Μπορείτε να προσπαθήσετε να προμηθευτείτε τα τρόφιμά σας από τοπικές βιολογικές πηγές (π.χ. αγορά αγροτών κ.λπ.).
- Αποσαφηνίστε τους κανόνες ανακύκλωσης και οργανώστε τον χώρο: τοποθετήστε έναν χώρο ανακύκλωσης σε εμφανές σημείο του γραφείου σας, συμπεριλαμβανομένου ενός κουτιού για την ανακύκλωση χρησιμοποιημένων ανακυκλώσιμων μπαταριών και μικρών ηλεκτρονικών συσκευών, καθώς και κουτιά ανακύκλωσης χαρτιού δίπλα στους εκτυπωτές και στα δωμάτια που χρησιμοποιεί το προσωπικό.
- Ενθαρρύνετε το προσωπικό να χρησιμοποιεί “κανονικές” κούπες, ποτήρια, πιάτα και μαχαιροπήρουνα αντί για μίας χρήσης, καθώς και υφασμάτινες πετσέτες ή στεγνωτήρες χεριών αντί για χαρτοπετσέτες.
- Αναλάβετε ατομική και ομαδική δέσμευση να καταργήσετε το εμφιαλωμένο νερό- μοιράστε στο προσωπικό γυάλινα ή επαναχρησιμοποιούμενα μπουκάλια των 0,5 λίτρων για να τα γεμίζετε με νερό από το σιτριβάνι/τον νεροχύτη (δείτε αυτό το εκπαιδευτικό βίντεο για την [ιστορία του εμφιαλωμένου νερού](#)).
- Χρησιμοποιήστε φίλτρα καφέ από ανακυκλωμένο χαρτί ή, ακόμη καλύτερα, προμηθευτείτε μια καφετιέρα που δεν απαιτεί χάρτινα φίλτρα ή κάμουλες. Κομποστοποιήστε τα κατακάθια του καφέ αν είναι δυνατόν.
- Σβήστε τα φώτα στα δωμάτια (συμπεριλαμβανομένων των τουαλετών) όταν δεν χρησιμοποιούνται και κατά τη διάρκεια της νύκτας- εξετάστε το ενδεχόμενο χρήσης αισθητήρων εξοικονόμησης ενέργειας.
- Ενθαρρύνετε τους όλους να χρησιμοποιούν τις σκάλες αντί για το ασανσέρ, όταν αυτό είναι δυνατό, και ενημερώστε τους για τη χρήση της θέρμανσης και του κλιματισμού.
- Μειώστε την ψηφιακή σας ρύπανση, διαγράφοντας τα ενημερωτικά δελτία και τα ανεπιθύμητα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και αποφεύγοντας την αποστολή περιττών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (ξέρατε ότι το 2% των παγκόσμιων εκπομπών CO2 προέρχεται από την κατανάλωση του διαδικτύου;)
- Αντί να στείλετε ένα email στον συνάδελφό σας που κάθεται στο διπλανό γραφείο, εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία να μετακινηθείτε λίγο και να μιλήσετε με το άτομο.

ΆΛΛΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΞΕΤΑΣΕΙ ΕΝΑΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ:

- Φυτέψτε ένα μικρό λαχανόκηπο ή κήπο με βότανα στο χώρο σας, αν υπάρχει διαθέσιμος χώρος. Έχετε διάφορες επιλογές, από έναν απλό λαχανόκηπο μέχρι την υδραπονική καλλιέργεια (ένα σύστημα που συνδυάζει τη συμβατική υδατοκαλλιέργεια με την υδροπονία, δηλαδή την καλλιέργεια φυτών στο νερό). Μπορεί να αποτελέσει μια εξαιρετική δραστηριότητα οικοδόμησης ομάδας.
- Βεβαιωθείτε ότι το γραφείο σας έχει τουλάχιστον ένα

μεγάλο πραγματικό φυτό. Δεν προσδίδει απλά στη διακόσμηση του γραφείου σας, αλλά είναι εξαιρετικό για την ανακύκλωση του αέρα.

- Βεβαιωθείτε ότι η χρήση πράσινων προϊόντων που δεν βλάπτουν το περιβάλλον αποτελεί απαίτηση κατά την επιλογή μιας εταιρείας καθαρισμού και κατά την αγορά προϊόντων καθαρισμού.
- Αντικαταστήστε τους συνήθεις λαμπτήρες πυρακτώσεως με συμπαγείς λαμπτήρες φθορισμού ή λαμπτήρες LED, όπου είναι δυνατόν (θα εξοικονομήσετε 75% ενέργεια σε σύγκριση με τους παραδοσιακούς λαμπτήρες για την ίδια απόδοση φωτός).
- Προσδιορίστε εναλλακτικά προγράμματα μετακίνησης και μεταφοράς και προσφέρετε κίνητρα στο προσωπικό, για παράδειγμα για τη χρήση ποδηλάτων.
- Όταν πρόκειται για επαγγελματικά ταξίδια, ενθαρρύνετε, όταν είναι δυνατόν, να ταξιδεύουν με τρένο αντί για αεροπλάνο. Εάν δεν είναι δυνατόν να αποφευχθεί η πτήση, ο οργανισμός σας θα μπορούσε να εγγραφεί σε ένα πρόγραμμα αντιστάθμισης των εκπομπών CO2.
- Εάν το γραφείο σας διαθέτει κάποιο χώρο πρασίνου, όπως μια αυλή, χρησιμοποιήστε τον! Επιπλώστε τον με παγκάκια ή καναπέδες, κάντε τον άνετο, ώστε το προσωπικό να περνάει χρόνο εκεί, να συνδέεται μαζί του και να αναπνέει καθαρό αέρα στα διαλείμματα. Οργανώστε τακτικές συναντήσεις σε αυτόν τον πράσινο χώρο. Αν ενδιαφέρονται αρκετά άτομα, οργανώστε εκεί σύντομες συνεδρίες stretching.

Αφού συμφωνήσετε σε ένα σύνολο μέτρων, μπορείτε να προσδιορίσετε τους στόχους που πρέπει να επιτύχετε; Αυτό θα σας βοηθήσει να μετρήσετε την πρόοδο και να υπενθυμίσετε στην ομάδα τις δεσμεύσεις που έχουν αναληφθεί.

- Τέλος, να θυμάστε ότι αυτά τα μέτρα είναι επίσης καλά για την ευημερία της ομάδας σας! Το Κέντρο Υγείας και Παγκόσμιου Περιβάλλοντος του Χάρβαρντ δημοσίευσε ερευνητικά ευρήματα σχετικά με την [επίδραση των πράσινων κτιρίων στη γνωστική λειτουργία](#). Δείχνει ότι τα πράσινα κτίρια επηρεάζουν θετικά την υγεία και τη γνωστική λειτουργία!



@Ciel mon Radis

3. ΚΟΙΝΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Μόλις συμφωνήσετε σε αυτούς τους στόχους, μπορείτε να τους μετατρέψετε σε ένα **Πράσινο Σχέδιο**. Δείξτε ότι έχετε λάβει υπόψη σας τις προτάσεις που συλλέξατε! Είναι σημαντικό να το κάνετε όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένο, χρησιμοποιώντας τους στόχους που έχει θέσει η ομάδα.

Μόλις γίνει αυτό, μια καλή καθημερινή υπενθύμιση είναι η **δημιουργία οπτικών μέσων επικοινωνίας** που σχετίζονται με τους στόχους. Μπορείτε είτε να χρησιμοποιήσετε υπάρχουσες αφίσες είτε να δημιουργήσετε τις δικές σας.

...and if printing cannot be avoided remember to:

- PRINT DOUBLE-SIDED and in black/white
- Set the printer/copy machine to ENERGY SAVING mode when done
- RE-USE single-sided printed paper for internal documents or as note paper
- RECYCLE toner cartridges

For more information visit www.greeningtheblue.org

GREENING THE BLUE

GO GREEN WITH STICK AND BEAN

- IN THE OFFICE:**
 - Save Energy
 - Reduce Waste
 - Recycle
- IN THE CANTEEN:**
 - Choose locally-produced food
 - Eat less meat
 - Eat sustainable fish
 - Choose organic
 - Avoid packaging
- WHEN TRAVELLING**
 - Choose trains, car-pooling and economy seats on planes
 - Bundle meetings and reduce the number of travellers
 - Drive fuel efficiently
 - Meet online where possible

GREENING THE BLUE

Το UNDP και το UNEP δημιούργησαν μια σειρά από αφίσες και αυτοκόλλητα που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ελεύθερα (σε FR και EN). Πηγή: <http://www.greeningtheblue.org/sustainability-tutorial>

4. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ, ΥΠΕΝΘΥΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ

Τέλος, είναι σημαντικό να παρακολουθείται η υλοποίηση των δεσμεύσεων και των στόχων που έχουν τεθεί από την ομάδα και τον οργανισμό. Εάν έχετε συγκεκριμένους στόχους (π.χ. μείωση της χρήσης πλαστικού κατά το ήμισυ) φροντίστε να **κοινοποιήσετε τα αποτελέσματα και να τους ενθαρρύνετε όλους να συνεχίσουν!**

Ορισμένοι εργοδότες προσφέρουν επίσης ανταμοιβές για τους **«πράσινους υπαλλήλους»**. Μπορεί να πρόκειται για ένα πολύπλοκο σύστημα (π.χ. το άτομο που έχει την καλύτερη πράσινη βαθμολογία μπορεί να κερδίσει ένα δείπνο για δύο άτομα σε ένα βιολογικό εστιατόριο) ή για κάτι πιο εύκολο στη διαχείριση, όπως μια μηνιαία πρόκληση (π.χ. το άτομο που καταφέρνει να αποφύγει τη χρήση πλαστικού για ολόκληρο το μήνα μπορεί να κερδίσει ένα μικρό βραβείο). Ορισμένοι οργανισμοί χρησιμοποιούν εφαρμογές για αυτού του είδους τις προκλήσεις. Αυτό μπορεί να λειτουργήσει ως εξαιρετικό κίνητρο σε ορισμένα γραφεία, αλλά δοκιμάστε την ιδέα στο στάδιο του καταγισμού ιδεών προτού επενδύσετε σε προηγμένες λύσεις.

Κρατήστε το διασκεδαστικό φυσικά! Τα μέλη της ομάδας δεν πρέπει να βλέπουν αυτές τις ενέργειες ως άλλη μια αγγαρεία στη λίστα με τις εργασίες τους- είναι σημαντικό να κάνετε το Πράσινο Σχέδιο σας ευχάριστο.

ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ

ΠΡΑΣΙΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ

Agenzija Zghazagh, Μάλτα

Ο Οργανισμός έχει θέσει σε εφαρμογή ένα πράσινο σχέδιο προκειμένου να μειώσει τις οικολογικές του επιπτώσεις.

Ακολουθούν ορισμένα μέτρα που ελήφθησαν:

- Προκειμένου να μειώσουμε την κατανάλωση χαρτιού και άλλων υλικών, διαδίδουμε πληροφορίες μέσω διαδικτύου, ενώ οι επαφές με τους παρόχους υπηρεσιών και τους νέους γίνονται κυρίως μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τηλεφωνικών κλήσεων και πρόσωπο με πρόσωπο.
- Εμείς, ως πάροχοι υπηρεσιών, χρησιμοποιούμε τα δημόσια ή συλλογικά μέσα μεταφοράς όποτε μετακινούμαστε σε εκδηλώσεις ή συναντήσεις που δεν πραγματοποιούνται στο κτίριό μας.
- Βεβαιωνόμαστε ότι το προωθητικό υλικό που σχεδιάζουμε είναι φιλικό προς το περιβάλλον και είναι χρήσιμο. Με τη χρήση φιλικού προς το περιβάλλον προωθητικού υλικού, δημιουργούμε περιβαλλοντική συνείδηση και ενεργούμε υπεύθυνα απέναντι στο περιβάλλον, ενώ παράλληλα απευθυνόμαστε στην πλειοψηφία του κοινού-στόχου μας που είναι υπέρμαχος του πράσινου τρόπου ζωής - για παράδειγμα τα καλαμάκια αλουμινίου (ενώ παράλληλα ενθαρρύνουμε τους νέους να κάνουν χρήση επαναχρησιμοποιούμενων μπουκαλιών και να καταναλώνουν νερό που υπάρχει στο χώρο αντί να αγοράζουν εμφιαλωμένο νερό από τα καταστήματα).
- Το κτίριό μας είναι εξοπλισμένο με διαφορετικούς κάδους ανακύκλωσης, ώστε τα απορρίμματα να διαχωρίζονται και να ανακυκλώνονται.
- Κατά την αγορά υλικών που θα χρησιμοποιηθούν για τη διανομή τροφίμων κατά τη διάρκεια εκδηλώσεων, αποφεύγουμε κάθε πλαστική συσκευασία. Επιπλέον, χρησιμοποιούμε βιοδιασπώμενα, βιολογικά προϊόντα αντί για πλαστικό.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΗΔΕΝΙΚΩΝ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ

BDK Κέντρο Πολιτισμού & Τέχνης Νέων Bodrum, Τουρκία

Για να υποστηρίξουμε τα μηδενικά απορρίμματα, τους στόχους βιώσιμης ανάπτυξης και την αποδοτική χρήση ενέργειας, δημιουργήσαμε μια σειρά βασικών κανόνων που θα εφαρμόσουμε στο κέντρο μας. Ακολουθούν ορισμένα μέτρα που ελήφθησαν:

- Χρησιμοποιούμε ξύδι και φυσικά συμπληρώματα για τον καθαρισμό.
- Δεν χρησιμοποιούμε προσωπικούς κάδους απορριμμάτων για κάθε γραφείο εργασίας, αλλά έναν κεντρικό κάδο στην πόρτα εξόδου.
- Ανακυκλώνουμε το πλαστικό, το χαρτί και τα οργανικά απόβλητα και τα μεταφέρουμε στις δημοτικές μονάδες διάθεσης κάθε εβδομάδα.
- Δεν χρησιμοποιούμε πλαστικά προϊόντα στο γραφείο.

- Χρησιμοποιούμε ως επί το πλείστον ηλεκτρονικά έγγραφα και ηλεκτρονική υπογραφή για να μην σπαταλάμε χαρτί.
- Μία μέρα την εβδομάδα τρώμε χορτοφαγικά για να μειώσουμε την κατανάλωση κρέατος.
- Αναδεικνύουμε κάθε μήνα ένα νέο άτομο ως «το πιο πράσινο μέλος» του μήνα.
- Σχεδιάζουμε τα συστήματα φωτισμού μας με βάση την τεχνολογία LED και χρησιμοποιούμε επίσης ηλιακούς συλλέκτες.

ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ ΧΑΡΤΙΟΥ

CRIJ Auvergne-Rhône-Alpes, Γαλλία

Το Περιφερειακό Κέντρο Πληροφόρησης Νέων (CRIJ) Auvergne-Rhône-Alpes εφαρμόζει μια προοδευτική στρατηγική για τη μείωση και την εξάλειψη των απορριμμάτων χαρτιού. «Ως δομή πληροφόρησης, παράγουμε πληροφοριακό υλικό για τους νέους και τους φορείς της νεολαίας που συνοδεύουν τους νέους σε ατομικές ή ομαδικές συνεντεύξεις. Το υλικό αυτό αποστέλλεται σε όλες τις δομές πληροφόρησης των νέων στην περιοχή μας σε έντυπη μορφή. Σε πρώτη φάση, στοχεύουμε στη μείωση του αριθμού των έντυπων αντιγράφων που αποστέλλονται. Ο τελικός μας στόχος είναι να καταργήσουμε την αποστολή σε χαρτί έως το 2021 και να απούλοποιήσουμε όλα αυτά τα υποστηρικτικά μέσα πληροφόρησης».



CULTURAL ADAPTATIONS - ΕΜΠΝΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

Το Cultural Adaptations επικεντρώνεται στο ρόλο του πολιτισμού στην προσαρμογή της κοινωνίας στην κλιματική αλλαγή και στα ζητήματα προσαρμογής που πρέπει να εξετάζουν οι πολιτιστικοί οργανισμοί. Το Cultural Adaptations είναι ένα έργο διεθνούς συνεργασίας που χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα Creative Europe της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διαρκεί από τον Οκτώβριο του 2018 έως τον Μάρτιο του 2021 και διευθύνεται από το Creative Carbon Scotland. Τέσσερις πολιτιστικοί οργανισμοί διερευνούν από κοινού πώς μπορεί να λειτουργήσει αυτή η προσέγγιση σε χώρες με παρόμοιες κλιματικές προκλήσεις, αλλά διαφορετικά κοινωνικοπολιτικά πλαίσια. Αυτό το έργο από τον πολιτιστικό τομέα μπορεί να αποτελέσει έμπνευση για τις υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων ώστε να αξιολογήσουν τον δικό τους ρόλο στην υποστήριξη της προσαρμογής της κοινωνίας στην κλιματική αλλαγή στο συγκεκριμένο πλαίσιο. Η συνεργασία και η συζήτηση αυτών των πτυχών με ομοειδείς οργανώσεις σε άλλες χώρες αναδεικνύει πώς η ευρωπαϊκή συνεργασία μπορεί να οδηγήσει σε εμπνευσμένες ανταλλαγές ιδεών και προοπτικές για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Ως πολιτιστικοί οργανισμοί, οι πάροχοι πληροφοριών για τη νεολαία έχουν επίσης οικολογικό αντίκτυπο και πρέπει να προβληματιστούν σχετικά με τις προσαρμογές που πρέπει να κάνουν για να τον μετριάσουν. Ένα παρόμοιο ευρωπαϊκό σχέδιο θα μπορούσε να ενθαρρύνει τον τομέα της πληροφόρησης των νέων να υποστηρίξει τη συνολική προσαρμογή της κοινωνίας και να βρει τις δικές του στρατηγικές και μέτρα.

www.creativecarbonscotland.com/project/cultural-adaptations/





2.2

ΕΠΒΑΝΘΥΝΟΝΤΑΣ – ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

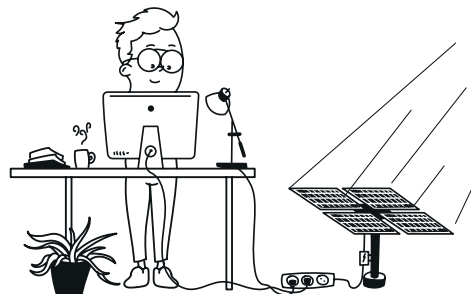
ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΤΕΡΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Όλο και περισσότεροι οργανισμοί αποφασίζουν να λάβουν υπόψη τους **οικολογικές πτυχές κατά την επιλογή αγαθών και υπηρεσιών**. Το να γίνουμε πράσινοι σημαίνει να αγοράζουμε προϊόντα από οικολογικά/κοινωνικά υπεύθυνους παραγωγούς, καθώς και να μειώνουμε την ποσότητα των αγαθών που χρησιμοποιούμε ή να χρησιμοποιούμε αντικείμενα για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Είτε χρησιμοποιείτε δημόσιες προμήθειες είτε όχι, παραθέτουμε μερικές συμβουλές για πιο βιώσιμες προμήθειες γραφείου.

Με την πρώτη ματιά, η αγορά οικολογικών προϊόντων ή υπηρεσιών μπορεί να φαίνεται ακριβότερη. Ωστόσο, αν γίνει με έξυπνο τρόπο (βλ. προηγούμενη ενότητα), το πιθανό επιπλέον κόστος θα αντισταθμιστεί από την εξοικονόμηση που θα επιτύχει η ομάδα σας (π.χ. λιγότερες εκτυπώσεις, εξοικονόμηση ενέργειας). Επομένως, η σχέση κόστους-οφέλους είναι θετική μακροπρόθεσμα, για να μην αναφέρουμε τη φήμη σας, τα κίνητρα του προσωπικού και τον πλανήτη!

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΧΑΡΤΙ

- Εξοικονομήστε χαρτί με το να μην εκτυπώνετε όποτε είναι δυνατόν! Τοποθετήστε μια εμφανή πινακίδα στο γραφείο και κάτω από την υπογραφή του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας για να υπενθυμίζετε στους χρήστες και τους παραλήπτες να εκτυπώνουν μόνο όταν είναι απαραίτητο.
- Παρακολουθήστε τον αριθμό των αντιγράφων που εκτυπώθηκαν από τα μέλη της ομάδας σας για να υπενθυμίζετε σε όλους τις δεσμεύσεις και τους στόχους (βλ. ενότητα 1).
- Μοιραστείτε τους βασικούς κανόνες εκτύπωσης και προσαρμόστε τα πρότυπά σας: μειώστε τα περιθώρια των εγγράφων, μειώστε το μέγεθος της γραμματοσειράς (χρειάζεστε πραγματικά 12pt;), κάντε διόρθωση πριν από την εκτύπωση (χρησιμοποιήστε PDF), εκτυπώστε μόνο το κείμενο και όχι τις εικόνες αν πρόκειται μόνο για διόρθωση, προτιμήστε την εκτύπωση σε κατάσταση προσχεδίου.
- Επαναχρησιμοποιήστε το χαρτί που έχει χρησιμοποιηθεί μόνο από τη μία πλευρά.
- Αγοράστε 100% ανακυκλωμένο χαρτί αντιγραφής μετά την



κατανάλωση, επεξεργασμένο χωρίς προσθήκη χλωρίου για λευκαντικό (δείτε τις ετικέτες).

- Αναζητήστε χαρτί με φωτεινότητα 85, καθώς οτιδήποτε υψηλότερο μπορεί να έχει κατασκευαστεί με περιττές διεργασίες.
- Αντί να χρησιμοποιείτε χαρτί flipchart και post-its, χρησιμοποιήστε πίνακες και απλά σκουπίστε τους μετά (αν χρησιμοποιείτε post-its, κόψτε τα σε μικρότερα τμήματα ανάλογα με τις ανάγκες σας).

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΡΑΦΗΣ

- Αγοράστε στυλό, μολύβια και μαρκαδόρους από ανακυκλωμένα ή ανανεώσιμα υλικά και ξύλο από βιώσιμη δασοκομία.
- Προτιμήστε στυλό που μπορούν να ξαναγεμίσουν.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΟΥΣ ΕΚΤΥΠΩΤΕΣ

- Αγοράστε και χρησιμοποιήστε έναν πολυλειτουργικό εκτυπωτή αντί για ξεχωριστούς εκτυπωτές για αντιγραφή, σάρωση ή/και φαξ καθώς και εκτύπωση. Βεβαιωθείτε ότι ο εκτυπωτής που θα αγοράσετε έχει τη δυνατότητα εκτύπωσης και στις δύο πλευρές και διαθέτει οικολογική λειτουργία.
- Εξοικονομήστε χαρτί εκτυπώνοντας και στις δύο όψεις ενός φύλλου χαρτιού και εκτυπώστε δύο σελίδες ανά φύλλο όποτε είναι δυνατόν: φροντίστε να ρυθμίσετε όλα τα λογισμικά να εκτυπώνουν από προεπιλογή διπλής όψης.
- Χρησιμοποιήστε την οικολογική λειτουργία του εκτυπωτή σας, εάν διαθέτει. Οι λειτουργίες εξοικονόμησης μελανιού είναι καλές για προσχέδια και άλλο εκτυπωμένο υλικό που δεν απαιτεί εκτύπωση υψηλής ποιότητας.
- Επαναγεμίστε τα χρησιμοποιημένα δοχεία μελάνης και τόνερ όταν είναι δυνατόν, διαφορετικά ανακυκλώστε τα.
- Χρησιμοποιήστε ανακατασκευασμένο μελάνι τόνερ χωρίς υδράργυρο, μόλυβδο, κάδμιο ή χρώμιο (βλ. ετικέτες).

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΟΥΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ

- Απενεργοποιήστε τον υπολογιστή σας όταν δεν τον χρησιμοποιείτε.
- Ελέγξτε τις ρυθμίσεις του υπολογιστή για τη λειτουργία αναμονής και ρυθμίστε τις με σύντομο χρονοδιακόπτη.
- Διατηρείτε τον εξοπλισμό των υπολογιστών ενημερωμένοι νέοι υπολογιστές και οι οθόνες είναι συνήθως πιο αποδοτικοί από τους παλαιότερους. Φροντίστε να λαμβάνετε υπόψη τη διάρκεια ζωής των προϊόντων όταν αγοράζετε εξοπλισμό, όχι μόνο τη βραχυπρόθεσμη εξοικονόμηση.
- Όταν αντικαθιστάτε τον εξοπλισμό υπολογιστών, δωρίστε τον παλιό εξοπλισμό σε φιλανθρωπικό ή μη κερδοσκοπικό ίδρυμα, αν είναι δυνατόν. Εάν όχι, μεταφέρετέ τον σε μια εγκατάσταση ανακύκλωσης ηλεκτρονικών ειδών.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΚΑΙ ΑΞΕΣΟΥΑΡ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

- Αναζητήστε και αγοράστε προϊόντα που είναι κατασκευασμένα από υλικό που έχει ήδη χρησιμοποιηθεί (υλικά που έχουν συλλεχθεί από προηγούμενα προϊόντα και έχουν μετατραπεί σε νέα), όπως το χαρτί και τα πλαστικά προϊόντα.
- Περιορίστε ή καταργήστε τη χρήση προϊόντων που δεν έχουν πράσινες εναλλακτικές λύσεις, όπως τα λαστικάκια.

ΠΕΡΙΒΑΜΟΝΤΙΚΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ

Υπάρχουν πολλά περιβαλλοντικά σήματα που έχουν ως στόχο να βοηθήσουν τους αγοραστές να εντοπίσουν βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες. Οι **ετικέτες πολλαπλών κριτηρίων** είναι ο πιο κοινός τύπος ετικέτας. Για κάθε ομάδα προϊόντων/ υπηρεσιών που καλύπτεται καθορίζονται διαφορετικά σύνολα κριτηρίων. Παραδείγματα αυτού του τύπου σήματος είναι το οικολογικό σήμα της ΕΕ, Nordic Swan Ecolabel (ο σκανδιναβικός κύκνος) και το γερμανικό Blaue Engel (Μηλέ Άγγελος).

Για τα χάρτινα προϊόντα, μπορείτε να βρείτε διαφορετικές ετικέτες (μη εξαντλητικός κατάλογος)- οι κύριες διαφορές αφορούν το ποσοστό ανακυκλωμένων ινών (από 50 έως 100%) και τις χρησιμοποιούμενες διαδικασίες παραγωγής.

BLUE ANGEL



Το ανακυκλωμένο χαρτί που έχει λάβει το περιβαλλοντικό σήμα Blue Angel είναι εγγυημένο κατασκευασμένο από 100% ανακυκλωμένο χαρτί. Απαγορεύεται η χρήση χλωρίου, οπτικών λευκαντικών και αλογονωμένων λευκαντικών ουσιών κατά τη διαδικασία παραγωγής.
<https://www.blauer-engel.de/en>

FSC 100%



Η ετικέτα FSC 100% του Forest Stewardship Council υποδηλώνει ότι ένα προϊόν κατασκευάζεται αποκλειστικά από δασικά υλικά πιστοποιημένα από το FSC.
www.fsc.org/

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ

Το οικολογικό σήμα της ΕΕ εγγυάται ότι η πρώτη ύλη έχει αποκτηθεί με υπεύθυνο τρόπο και ότι οι χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία παραγωγής χαρτιού, η κατανάλωση ενέργειας, οι εκπομπές παραγωγής και η επεξεργασία των αποβλήτων πληρούν τις αυστηρότερες περιβαλλοντικές απαιτήσεις. Το μη πιστοποιημένο υλικό (50% κατ' ανώτατο όριο) πρέπει να καλύπτεται από ένα σύστημα επαλήθευσης που εξασφαλίζει ότι προέρχεται από νόμιμη πηγή και πληροί κάθε άλλη απαίτηση του συστήματος πιστοποίησης που ισχύει για το μη πιστοποιημένο υλικό.

<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>



NORDIC SWAN ECOLABEL

Το οικολογικό σήμα Nordic Swan Ecolabel εγγυάται ότι το χαρτί έχει ελάχιστες περιβαλλοντικές επιπτώσεις όσον αφορά την παραγωγή, τη χρήση και τα απόβλητα. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση πιστοποιημένων πρώτων υλών, με τον περιορισμό της χρήσης επιβλαβών για το περιβάλλον χημικών ουσιών, με την παραγωγή χαμηλών εκπομπών στον αέρα και το νερό και με τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας.

<https://www.svanen.se/en/>



ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΕΤΙΚΕΤΑ PEFC

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτό το σήμα σε προϊόντα που τουλάχιστον το 70% των δασικών υλικών είναι πιστοποιημένα κατά PEFC ή ανακυκλωμένα. Οποιοδήποτε υπόλοιπο υλικό πρέπει να προέρχεται από ελεγχόμενες πηγές PEFC.

www.pefc.org



ΕΤΙΚΕΤΑ FSC MIX

Η ετικέτα Forest Stewardship Council FSC Mix επιτρέπει στους ανθρώπους να γνωρίζουν ότι το πιστοποιημένο ξύλο έχει συμπληρωθεί με μη πιστοποιημένα υλικά, τα οποία εξακολουθούν να τηρούν ορισμένα πρότυπα.

www.fsc.org/



APUR 100%

Η Γαλλική Ένωση Παραγωγών και Χρηστών Ανακυκλωμένου Χαρτιού απονέμει ένα σήμα σε προϊόντα που περιέχουν τουλάχιστον 50% ανακυκλωμένες ίνες κυτταρίνης. Το % των ανακυκλωμένων ινών που χρησιμοποιούνται αναγράφεται στην ετικέτα.

www.apur-papiersrecycles.com



Κατάλογος οικολογικών σημάτων: <https://ec.europa.eu/environment/gpp/pdf/ecolabels.pdf>

Για τα **προϊόντα υψηλής τεχνολογίας**, μπορείτε να βρείτε διαφορετικές ετικέτες. Ορισμένες είναι επίσης, όπως η πιστοποίηση NF και το οικολογικό σήμα της ΕΕ, ενώ άλλες είναι ανεξάρτητες ετικέτες που διαχειρίζονται ιδιωτικές εταιρείες και ομάδες πράσινων συμφερόντων (καθώς υπάρχουν πολλές από αυτές, βεβαιωθείτε ότι έχετε ελέγξει τις ετικέτες που θα βρείτε στα προϊόντα που σκέφτεστε να αγοράσετε).

Ακολουθούν ορισμένες ετικέτες (μη εξαντλητικός κατάλογος):

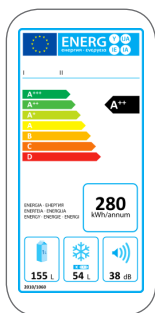
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΑ



Το οικολογικό σήμα της ΕΕ για τους φορητούς υπολογιστές σας ενημερώνει για τα ακόλουθα κριτήρια: υψηλή ενεργειακή απόδοση, σχεδιασμός για μεγαλύτερη διάρκεια ζωής, περιορισμός των επικίνδυνων ουσιών, σχεδιασμός για εύκολη επισκευή, αναβάθμιση και ανακύκλωση και ελεγχόμενες συνθήκες εργασίας στο εργοστάσιο.

<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑΣ



Σύμφωνα με το νόμο, η ενεργειακή ετικέτα της Ευρωπαϊκής Κοινότητας πρέπει να τοποθετείται σε όλα τα νέα οικιακά προϊόντα που διατίθενται προς πώληση, ενοίκιαση ή αγορά με μίσθωση. Η ενεργειακή απόδοση της συσκευής βαθμολογείται με βάση ένα σύνολο κατηγοριών ενεργειακής απόδοσης από το Α έως το G στην ετικέτα, όπου το Α είναι η πιο αποδοτική ενεργειακή απόδοση και το G η λιγότερο αποδοτική.

https://ec.europa.eu/info/energy-climate-change-environment/standards-tools-and-labels/products-labelling-rules-and-requirements/energy-label-and-ecodesign/about_en

BLUE ANGEL



Οι υπολογιστές και τα ηλεκτρολόγια που φέρουν το οικολογικό σήμα Blue Angel πληρούν αυστηρές απαιτήσεις ανακυκλώσιμου σχεδιασμού και επιλογής υλικών, δημιουργώντας έτσι ευνοϊκές συνθήκες πλαισίου για την αποτελεσματική ανάκτηση των χρησιμοποιούμενων υλικών, συμβάλλοντας παράλληλα στη διατήρηση των φυσικών πόρων.

<https://www.blauer-engel.de/en>

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ TCO



Το TCO Certified καλύπτει 11 κατηγορίες προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων υπολογιστών, κινητών συσκευών, προϊόντων οθόνης και προϊόντων κέντρου δεδομένων, ενώ η συμμόρφωση ελέγχεται ανεξάρτητα, τόσο πριν όσο και μετά την πιστοποίηση. Το TCO Certified είναι μια πιστοποίηση ISO 14024, που σημαίνει ότι τα κριτήρια βασίζονται σε επιστημονικές αρχές και ότι ένα ανεξάρτητο μέρος επαληθεύει ότι το προϊόν και η κατασκευή του συμμορφώνονται με όλα τα κριτήρια.

<https://tcocertified.com/>

80 PLUS

Το 80 Plus είναι ένα εθελοντικό πρόγραμμα πιστοποίησης που αποσκοπεί στην προώθηση της αποδοτικής χρήσης ενέργειας σε μονάδες τροφοδοσίας ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η προδιαγραφή απόδοσης 80 PLUS απαιτεί τα τροφοδοτικά σε υπολογιστές και διακομιστές να είναι ενεργειακά αποδοτικά κατά 80% ή περισσότερο.

<https://www.plugloadsolutions.com/80PlusPowerSupplies.aspx>



ENERGY STAR

Το Energy Star είναι ένα εθελοντικό πρόγραμμα του Οργανισμού Προστασίας Περιβάλλοντος των ΗΠΑ που βοηθά τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες να εξοικονομούν χρήματα και να προστατεύουν το κλίμα μας μέσω της ανώτερης ενεργειακής απόδοσης.

Τα προϊόντα Energy Star πιστοποιούνται από ανεξάρτητο φορέα για εξοικονόμηση ενέργειας χωρίς να κανουν εκπτώσεις σε χαρακτηριστικά ή τη λειτουργικότητα.

<https://www.energystar.gov/>



Τέλος, μη διστάσετε να επικοινωνήσετε με εξειδικευμένους οργανισμούς και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις που προσφέρουν υποστήριξη σε οργανισμούς που επιθυμούν να κάνουν πιο πράσινο τους χώρους των γραφείων τους. Για παράδειγμα, το [WWF στη Φινλανδία](#) προσφέρει υποστήριξη για να οργανώσετε τον χώρο εργασίας σας με περιβαλλοντικά υπεύθυνο τρόπο. Στο Πράσινο Γραφείο, δημιουργείτε ένα περιβαλλοντικό σύστημα με βάση ένα έτοιμο μοντέλο που σας βοηθά να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα του χώρου εργασίας σας και να χρησιμοποιείτε τους φυσικούς πόρους με σύνεση.

Πράσινες δημόσιες συμβάσεις

Οι Πράσινες Δημόσιες Συμβάσεις (Greening Public Procurement (GPP)) είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την επίτευξη των στόχων της περιβαλλοντικής πολιτικής σχετικά με την κλιματική αλλαγή, τη χρήση των πόρων και τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή. Παραδείγματα πράσινων συμβάσεων είναι οι ενεργειακά αποδοτικοί υπολογιστές, το ανακυκλωμένο χαρτί, η ηλεκτρική ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας κ.λπ.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε ένα [εγχειρίδιο](#) και δημιούργησε ένα [Helpdesk](#) για τη διάδοση πληροφοριών σχετικά με τις Πράσινες Δημόσιες Συμβάσεις. Για να μάθετε περισσότερα, δείτε αυτή τη [μελέτη περίπτωσης από τη Φλάνδρα](#) (BE).



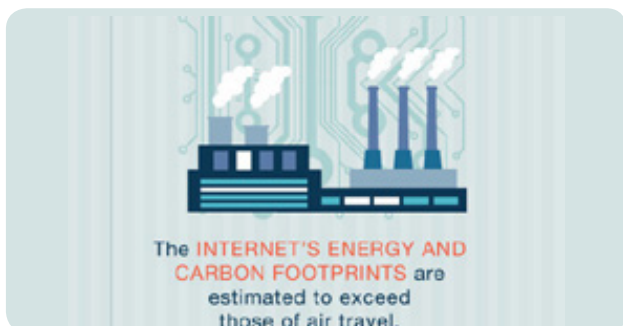
23

ΕΠΙΒΑΘΥΝΟΝΤΑΣ - ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΣΑΣ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΣΑΣ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ

Η ψηφιακή μετάβαση μοιάζει συχνά ως η μεγάλη λύση για τον περιορισμό των απορριμμάτων και, συνεπώς, του αποτυπώματος άνθρακα. Ωστόσο, οι **νέες τεχνολογίες αποτελούν επίσης μια μεγάλη πηγή ρύπανσης**. Ο κλάδος της τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνιών παράγει περίπου το 2% των παγκόσμιων εκπομπών CO₂, το ίδιο ποσοστό με τα παγκόσμια αεροπορικά ταξίδια! Και αυτό χωρίς να μιλάμε για τα απόβλητα που παράγονται από παλιούς υπολογιστές, servers και smartphones.

Οι εκπομπές προέρχονται από την κατασκευή και την μεταφορά hardware (υλικού) (π.χ. υπολογιστές, servers, smartphones), καθώς και από την ηλεκτροδότηση και την ψύξη τους. Το μεγαλύτερο μέρος οφείλεται στις πληροφορίες που αποθηκεύονται σε τεράστια κέντρα δεδομένων, τα οποία καταναλώνουν πολλή ενέργεια. Κάθε φορά που χρησιμοποιείτε μια μηχανή αναζήτησης, βλέπετε ένα βίντεο, στέλνετε ένα email, παράγετε άνθρακα. Πώς μπορούμε να γίνουμε πιο πράσινοι μπροστά στις οθόνες μας;³⁰



Πηγή: <https://climatecare.org/infographic-the-carbon-footprint-of-the-internet/>

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΟ HARDWARE (ΥΛΙΚΟ)

Εκατομμύρια ηλεκτρονικές συσκευές κατασκευάζονται κάθε χρόνο, γεγονός που δημιουργεί μεγάλη πίεση στους πόρους της Γης. Το παράδειγμα των smartphones είναι χαρακτηριστικό. Παρά τη χρήση σπάνιων μετάλλων, τη μεταφορά και τις συνθήκες εργασίας που απαιτούνται για τη συγκέντρωση των διαφόρων στοιχείων, πετάμε τα smartphones μας κατά μέσο όρο μετά από μόλις δύο χρόνια για να αγοράσουμε ένα καινούργιο (αν και η ωφέλιμη ζωή τους είναι περίπου τέσσερα χρόνια). Μόνο το 12% έως 15% των κινητών τηλεφώνων εκτιμάται ότι ανακυκλώνεται σωστά στην Ευρώπη.³¹ Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τα **απόβλητα πληροφορικής στην ΕΕ αναμένεται να αυξηθούν σε περισσότερους από 12**

εκατομμύρια τόνους ετησίως.³² Καθώς ο κόσμος εξαρτάται όλο και περισσότερο από τα ψηφιακά εργαλεία, πρέπει να επανεξετάσουμε σοβαρά τη χρήση αυτών των τεχνολογιών και να προωθήσουμε την «ψηφιακή νηφαλιότητα».

ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΡΥΠΑΝΣΗΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΥΛΙΚΟ:

- Επιλέξτε ποιοτικά προϊόντα που θα διαρκέσουν όσο το δυνατόν περισσότερο.
- Επιλέξτε έναν οικολογικά υπεύθυνο κατασκευαστή, για παράδειγμα οι [Fairphone](#) και [Shiftphone](#) ισχυρίζονται ότι εξασφαλίζουν αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας και προσφέρουν ανθεκτικά ή/και επισκευάσιμα προϊόντα απαλλαγμένα από ορυκτά από εμπόλεμες ζώνες.
- Ελέγξτε τα προϊόντα με οικολογικά σήματα που εξασφαλίζουν ότι εκπέμπεται λιγότερη ρύπανση κατά τη διαδικασία κατασκευής και κατά τη χρήση τους. Δείτε παραδείγματα στη σελίδα 40.
- Παρατείνετε τη διάρκεια ζωής των υπολογιστών ή των κινητών τηλεφώνων σας όσο το δυνατόν περισσότερο (π.χ. αναβαθμίστε ορισμένα στοιχεία σε εξειδικευμένα καταστήματα αντί να αντικαταστήσετε ολόκληρο τον υπολογιστή).
- Δανειστείτε ή νοικιάστε ψηφιακό υλικό που δεν θα χρησιμοποιείτε συχνά, όπως για παράδειγμα την επαγγελματική κάμερα 360° για την εγγραφή βίντεο για ένα συγκεκριμένο έργο.
- Ανακυκλώστε τα ηλεκτρονικά που έχουν φτάσει στο τέλος της ζωής τους σωστά, ελέγξτε τις κατάλληλες υπηρεσίες ανακύκλωσης ή αποκομιδής.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΑΡΧΕΙΩΝ

Κατ' αρχάς πρέπει να καταλάβετε ότι **τα αρχεία που αποθηκεύετε δεν βρίσκονται στο «σύννεφο (cloud)»**, αλλά στην πραγματικότητα αποθηκεύονται σε κέντρα δεδομένων. Ορισμένα περιέχουν χιλιάδες ηλεκτρονικούς υπολογιστές και λειτουργούν ασταμάτητα. Τα κέντρα δεδομένων αποθηκεύουν και στέλνουν συνεχώς μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, βίντεο και έγγραφα. Απαιτούν τεράστιες ποσότητες ενέργειας καθώς και επαρκή συστήματα ψύξης.

Ακολουθούν ορισμένες συστάσεις για τη μείωση της ρύπανσης που σχετίζεται με την αποθήκευση αρχείων:

- Επιλέξτε έναν πάροχο cloud που είναι φιλικός προς το περιβάλλον (ελέγξτε τον [κατάλογο](#) του Green Web Foundation).
- Όταν πρέπει να στείλετε ένα μεγάλο αρχείο, επιλέξτε μια υπηρεσία φιλοξενίας αρχείων που χρησιμοποιεί έναν σύνδεσμο λήψης σε έναν ισότοπο, όπως το [WeTransfer](#), το Google Drive ή το OneDrive. Έτσι αποφεύγεται η αποθήκευση του αρχείου σε πολλούς διακομιστές. Εάν χρησιμοποιήσετε έναν σύνδεσμο, θα αποθηκευτεί μόνο στον διακομιστή που το φιλοξενεί.
- Χρησιμοποιήστε ένα στικάκι USB αν πρέπει να μεταφέρετε ένα αρχείο σε έναν συνάδελφο.
- Περιορίστε τον αριθμό των αρχείων που αποθηκεύονται στο cloud. Μπορείτε, για παράδειγμα, να αποθηκεύσετε

³⁰ Custom Made (2015) [The Carbon Footprint of the Internet](#)

³¹ EΟΚΕ, Μελέτη (2019), [Identifying the impact of the circular economy on the Fast-Moving Consumer Goods Industry: opportunities and challenges for businesses, workers and consumers.](#)

³² Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2020), Απόβλητα ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού (ΑΗΗΕ)

πλαισιωμένα αρχεία σε έναν σκληρό δίσκο αντί να έχετε χιλιάδες αρχεία αποθηκευμένα σε κέντρα δεδομένων και να φιλτράρετε αυτά που πρέπει να αποθηκευτούν.

- Αποφύγετε να έχετε το ίδιο αρχείο αποθηκευμένο σε διαφορετικά συστήματα εκκαθαρίζοντας τακτικά τα μηνύματά σας (η ίδια φωτογραφία διακοπών που μοιράζεστε στο Instagram, το WhatsApp, το Facebook, το Twitter ή το Messenger είναι αποθηκευμένη εκεί, στο τηλέφωνό σας και στο cloud!).
- Διαγράψτε τον παλιό σας λογαριασμό στο MySpace ή τα βίντεο στο YouTube που έχουν αναρτηθεί πριν από χρόνια. Εξακολουθούν να αποθηκεύονται σε διακομιστές και να δημιουργούν ρύπανση χωρίς λόγο.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΜΗΝΥΜΑΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ (EMAIL)

Σχεδόν 4,54 δισεκατομμύρια άνθρωποι ήταν ενεργοί χρήστες του Διαδικτύου τον Ιανουάριο του 2020, δηλαδή το 59% του



παγκόσμιου πληθυσμού.³³ Σε παγκόσμιο επίπεδο, αποστέλλονται καθημερινά λίγο λιγότερα από 300 δισεκατομμύρια μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Statista), πράγμα που σημαίνει κατά μέσο όρο 66 μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου την ημέρα ανά άτομο. Για να το δούμε αυτό σε προοπτική, το αποτύπωμα άνθρακα που σχετίζεται με την αποστολή

66 μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι παρόμοιο με εκείνο της οδήγησης ενός μέσου μεγέθους αυτοκινήτου για ένα χιλιόμετρο!³⁴

Πράγματι, η αποστολή ενός μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου απαιτεί πολλή ενέργεια: το μήνυμά σας περνάει από έναν πάροχο υπηρεσιών Διαδικτύου, φτάνει στο κέντρο δεδομένων του και στη συνέχεια ανακατευθύνεται στο κέντρο δεδομένων του παραλήπτη. Η αποστολή ενός σύντομου ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εκτιμάται ότι προσθέτει περίπου 4 γραμμάρια ισοδύναμου CO² στην ατμόσφαιρα- με ένα μεγάλο συνημμένο μήνυμα φτάνει τα 50 γραμμάρια CO².³⁵ Επιπλέον, ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που αποθηκεύεται σε έναν λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για ένα έτος εκπέμπει 19g CO².

Ακολουθούν ορισμένες **συστάσεις για τη μείωση της ρύπανσης που σχετίζεται με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο:**

- Επιλέξτε παρόχους ηλεκτρονικού ταχυδρομείου φιλικούς προς το περιβάλλον, όπως οι [Posteo](#), [Mailbox.org](#), [Tutanota](#) ή [Runbox](#).
- Διαγραφείτε από ενημερωτικά δελτία που δεν διαβάζετε ποτέ. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το [Cleanfox](#) για να ταξινομήσετε το γραμματοκιβώτιό σας, εντοπίζει αυτόματα όλα τα ενημερωτικά δελτία και σας βοηθά να φιλτράρετε τι να κρατήσετε και τι όχι.
- Περιορίστε τον αριθμό των παραληπτών που αντιγράφονται στα email σας: για κάθε παραλήπτη που προστίθεται, εκπέμπονται επιπλέον 6g CO².
- Αποφύγετε την αποστολή άχρηστων μηνυμάτων- χρησιμοποιήστε το τηλέφωνό σας ή απλώς πηγαίστε στο διπλανό γραφείο για να μιλήσετε με τον συνάδελφό σας.
- Χρησιμοποιήστε ένα εσωτερικό εργαλείο ανταλλαγής

μηνυμάτων, όπως το [Slack](#), το [Trello](#) ή το CSuite Chat. Καταναλώνει λιγότερη ενέργεια από τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- Ελέγξτε προσεκτικά τα μηνύματά σας πριν τα στείλετε, για να αποφύγετε να χρειαστεί να στείλετε ένα επόμενο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επειδή ξεχάσατε μια ερώτηση, ένα συνημμένο ή κάτι άλλο.
- Χρησιμοποιήστε ένα εργαλείο κατά της ανεπιθύμητης αλληλογραφίας και αδειάζετε τακτικά τον κάδο απορριμμάτων και τους φακέλους ανεπιθύμητης αλληλογραφίας.
- Ορίστε μερικά χρονικά διαστήματα την ημέρα για να διαβάζετε και να απαντάτε σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Όχι μόνο θα κάνετε κάτι για τον πλανήτη, αλλά θα γίνετε και πιο αποτελεσματικοί, καθώς η εργασία σας θα έχει λιγότερες διακοπές.
- Βελτιστοποιήστε τα αρχεία που στέλνετε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, συμπιέζοντάς τα ή μειώνοντας την ανάλυση των εγγράφων.
- Αν αφιερώσετε χρόνο σε ένα ψηφιακό έγγραφο, είναι πιο οικολογικό να το εκτυπώσετε παρά να το ανοίξετε πολλές φορές.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΠΕΡΙΗΓΗΣΗΣ ΣΑΣ (BROWSER)

Κάθε φορά που κάνετε μια αναζήτηση στο Διαδίκτυο, το αίτημά σας καλύπτει χιλιάδες μίλια καλωδίων. Το να έχετε πολλές καρτέλες ανοιχτές ταυτόχρονα καταναλώνει επίσης ενέργεια, επειδή κάθε ιστοσελίδα που παραμένει ανοιχτή συνδέεται συνεχώς με τον διακομιστή της.

Κάθε μέρα η Google επεξεργάζεται 3,5 δισεκατομμύρια ερωτήματα αναζήτησης. Όταν γνωρίζουμε ότι **ένα απλό ψηφιακό ερώτημα εκπέμπει περίπου 7 γραμμάρια CO²**, μιλάμε για 24,5 δισεκατομμύρια γραμμάρια CO² την ημέρα!³⁶

Μπορείτε να περιορίσετε τη ρύπανση **χρησιμοποιώντας έξυπνα το πρόγραμμα περιήγησής σας:**

- Χρησιμοποιήστε οικολογικά υπεύθυνες μηχανές αναζήτησης, όπως η [Lilo](#) ή η [Ecosia](#). Αυτές οι μηχανές αναζήτησης αντισταθμίζουν τις εκπομπές CO² σας χρηματοδοτώντας περιβαλλοντικά έργα.
- Χρησιμοποιήστε σελιδοδείκτες για να αποφύγετε την επανάληψη πανομοιότυπων αναζητήσεων.
- Σταματήστε τις περιττές αναζητήσεις, για παράδειγμα, αντί να πληκτρολογείτε «πρόγνωση καιρού» ή «Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο» στη μηχανή αναζήτησης για να αποκτήσετε πρόσβαση σε σελίδες που συμβουλευόσαστε τακτικά, αποθηκεύστε τις στα αγαπημένα σας για να έχετε άμεση πρόσβαση σε αυτές (ή χρησιμοποιήστε σελιδοδείκτες).
- Να είστε ακριβείς όταν κάνετε αναζήτηση χρησιμοποιώντας ακριβείς λέξεις-κλειδιά- η αναζήτησή σας θα είναι πιο αποτελεσματική.
- Γράψτε απευθείας στη γραμμή διευθύνσεων του προγράμματος περιήγησης (αντί της μηχανής αναζήτησης) όταν θέλετε να επισκεφθείτε μια σελίδα που έχετε επισκεφθεί ξανά.
- Μην ξεχνάτε να κλείνετε τις καρτέλες που δεν χρησιμοποιείτε, καθώς οι σελίδες είναι πάντα συνδεδεμένες με τον διακομιστή.
- Η ροή βίντεο και μουσικής εκπέμπει πολύ διοξείδιο του άνθρακα. Η λήψη ταινιών, εκπομπών και λιστών αναπαραγωγής που θα παρακολουθείτε ξανά και ξανά είναι λιγότερο ρυπογόνα από τη μετάδοσή τους κάθε φορά.
- Τέλος, αποσυνδεθείτε όποτε μπορείτε. Δεν χρειάζεται να περνάτε όλη την ημέρα συνδεδεμένοι στα κοινωνικά δίκτυα.

³³ Statista.com (2020) Χρήση του Διαδικτύου σε όλο τον κόσμο Στατιστικά στοιχεία και γεγονότα

³⁴ Statista.com (2020) Αριθμός απεσταλμένων και ληφθέντων ηλεκτρονικών μηνυμάτων ανά ημέρα παγκοσμίως από το 2017 έως το 2023

³⁵ Berners Lee, M. (2010) «Πόσο κακές είναι οι μπανάνες:: Το ανθρακικό αποτύπωμα των πάντων».

³⁶ Custom Made (2015) Το αποτύπωμα άνθρακα του Διαδικτύου

24

ΕΠΙΒΑΘΥΝΟΝΤΑΣ – ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Οι συναντήσεις, τα συνέδρια και άλλες εκδηλώσεις αποτελούν συνήθη πρακτική στους ευρωπαϊκούς οργανισμούς και τα έργα, διότι συχνά αποτελούν τον πιο αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο ανταλλαγής ιδεών και τεχνογνωσίας, εντοπισμού λύσεων και επίτευξης συμφωνιών, ενώ παράλληλα επιτυγχάνουν επικοινωνία «πρόσωπο με πρόσωπο». Ωστόσο, μπορεί να μην είναι η μόνη επιλογή.

Οι εκδηλώσεις και οι συναντήσεις μπορούν να αφήσουν σημαντικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, καθώς καταναλώνουν ενέργεια, νερό και άλλους φυσικούς πόρους, παράγουν απόβλητα, προκαλούν ατμοσφαιρική ρύπανση, συμβάλλουν έμμεσα στη ρύπανση του εδάφους και των υδάτων και στην κλιματική αλλαγή μέσω των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Διερευνήστε τρόπους περιορισμού και αντιστάθμισης του αποτυπώματος άνθρακα των δραστηριοτήτων πρόσωπο με πρόσωπο.

ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΣΕΤΕ ΜΙΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΔΙΑ ΖΩΣΗΣ;

- Πραγματοποιήστε συνεδριάσεις στο διαδίκτυο. Περιορίζοντας τον αριθμό των συναντήσεων πρόσωπο με πρόσωπο, θα μειώσετε τα περιττά ταξίδια.
- Συνδιάστε ταυτόχρονα διαδικτυακούς και δια ζώσης συμμετέχοντες, για παράδειγμα, εμπλέκοντας όσους ταξιδεύουν από πιο απομακρυσμένες περιοχές, και δεν μπορούν να ταξιδέψουν με τρένο, διαδικτυακά.



ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΑΣ ΜΕ ΠΡΟΣΟΧΗ

- Ελαχιστοποιήστε την απόσταση μετακίνησης των συμμετεχόντων, διοργανώνοντας την εκδήλωση κοντά

στο χώρο εργασίας σας ή/και σε κεντρικό σημείο για την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.

- Επιλέξτε τον τόπο διεξαγωγής της εκδήλωσης ώστε να είναι εύκολα προσβάσιμος με δημόσιες συγκοινωνίες χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.
- Ελέγξτε τις ώρες έναρξης και λήξης για να είναι κατάλληλες για τους συμμετέχοντες που ταξιδεύουν με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.
- Διαθέστε λεωφορεία για να μειωθούν οι μετακινήσεις με το αυτοκίνητο (σε χώρους στα περίχωρα της πόλης ή από αεροδρόμια και σιδηροδρομικούς σταθμούς).
- Επιλέξτε χώρους που διαχειρίζονται κοινωνικές επιχειρήσεις ή εταιρείες που εφαρμόζουν πράσινα μέτρα, όπως η εξοικονόμηση ενέργειας. Εάν αυτό δεν είναι δυνατό, βεβαιωθείτε ότι υπάρχει αρκετός φυσικός φωτισμός, ώστε να αποφύγετε τη χρήση τεχνητού φωτισμού όλη την ημέρα (που είναι επίσης κακό για την ευεξία των συμμετεχόντων).

ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

- Ενθαρρύνετε τη χρήση μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούν τεχνολογίες χαμηλών εκπομπών, και αν ταξιδεύετε με αεροπλάνο, αντισταθμίστε το με τη χρήση ενός συστήματος αντιστάθμισης της αεροπορικής εταιρείας με την οποία πετάτε ή με τη συμμετοχή σας σε ένα πρόγραμμα αντιστάθμισης εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, όπως το Climacare και το Carbon Footprint.
- Ενημερώστε και ενθαρρύνετε ενεργά τους συμμετέχοντες να περπατούν ή να χρησιμοποιούν εναλλακτικές μεταφορές, όπως η κοινή χρήση αυτοκινήτων και τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Για μικρότερες ομάδες, εξετάστε το ενδεχόμενο ενοικίασης ποδηλάτων.
- Παρέχετε πληροφορίες σχετικά με το πώς οι συμμετέχοντες μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς, παρουσιάζοντας χάρτες, διαδρομές λεωφορείων και μετρό για τους συμμετέχοντες. Το να τους προσφέρετε ένα δωρεάν εισιτήριο για τις τοπικές συγκοινωνίες είναι επίσης ένα εξαιρετικό κίνητρο!
- Παρέχετε ίσες ευκαιρίες για τα άτομα με αναπηρία στα μέσα μαζικής μεταφοράς- φροντίστε να συμπεριλάβετε πληροφορίες σχετικά με την προσβασιμότητα.
- Εάν έχετε μια μεγάλη ομάδα που ταξιδεύει από το αεροδρόμιο με πρωινές ή καθυστερημένες αφίξεις: η ενοικίαση ενός λεωφορείου ή η χρήση κοινού ταξί είναι καλύτερη από το να χρησιμοποιείτε μεμονωμένα ταξί. Επιπλέον, αυτή η στιγμή μπορεί να αποτελέσει μέρος της εμπειρίας, συμπεριλαμβάνοντας μια ενημέρωση για την εκδήλωση ή έναν ξεναγό που θα σας ξεναγήσει στην πόλη.

ΜΗ ΧΡΗΣΗ ΧΑΡΤΙΟΥ

Η ηλεκτρονική εγγραφή είναι καλύτερη από το να ζητάμε από τους ανθρώπους να κάνουν την εγγραφή τους σε χαρτί και να στείλουν πίσω τα έντυπα.

- Προσπαθήστε να γίνετε «paperless», εκτυπώνοντας έγγραφα μόνο αν είναι απαραίτητα. Στις μέρες μας μπορούν να χρησιμοποιηθούν ωραίες εφαρμογές για την κοινή χρήση της ημερήσιας διάταξης και άλλων εγγράφων για συνεδριάσεις. Φροντίστε να καταστρέψετε τα δεδομένα που είναι αποθηκευμένα στο σύννεφο (cloud) όταν δεν είναι απαραίτητα, καθώς καταναλώνουν ενέργεια (δείτε πώς μπορείτε να περιορίσετε το «ψηφιακό σας αποτύπωμα» στη σελίδα XXX).
- Χρησιμοποιήστε φορητές συσκευές ή προτζέκτορα για την προβολή της ημερήσιας διάταξης των συνεδριάσεων αντί να την εκτυπώνετε και να τη διανέμετε.
- Ανακυκλώστε τα φυλλάδια, τις καρτέλες και τις επιγραφές - φροντίστε να τα συλλέξετε στο τέλος της εκδήλωσής σας για να τα επαναχρησιμοποιήσετε, ιδίως τα κορδόνια και τις καρτέλες.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΑΤΩΝ

- Να θυμάστε ότι τα καλύτερα απορρίμματα είναι αυτά που δεν παράγονται.
- Όταν αγοράζετε υλικά για την εκδήλωσή σας, επιλέξτε ανακυκλώσιμα και υλικά με διάρκεια που μπορούν εύκολα να επαναχρησιμοποιηθούν και να ανακυκλωθούν.
- Ενημερωθείτε από τον χώρο διεξαγωγής της εκδήλωσης εάν εφαρμόζει πολιτική ανακύκλωσης και ζητήστε κάδους ανακύκλωσης.
- Ελαχιστοποιήστε τη χρήση χαρτιού και μεγιστοποιήστε την επαναχρησιμοποίηση οποιουδήποτε ενημερωτικού υλικού (π.χ. κόψτε τα post-it στα δύο ή στα τρία αν θέλετε να γράψουν μία λέξη).
- Εάν πρέπει πραγματικά να εκτυπώσετε, καθορίστε τον ακριβή αριθμό των συμμετεχόντων πριν από την εκτύπωση των εγγράφων, ώστε να αποφύγετε το πλεόνασμα (π.χ. μπορείτε επίσης να εκτυπώσετε 2 αντίγραφα ανά σελίδα ή να ζητήσετε από τους συμμετέχοντες να διαβάσουν μαζί).
- Πάρτε τα φυλλάδια που σας περίσσεψαν στο σπίτι για να τα χρησιμοποιήσετε ξανά σε άλλες εκδηλώσεις!
- Χρησιμοποιήστε γυάλινα βάζα και κύπελλα που πλένονται και επαναχρησιμοποιούνται για να σερβίρετε νερό ή καφέ στους συμμετέχοντες. Χρησιμοποιήστε χαρτοταινία για να γράψουν οι άνθρωποι τα ονόματά τους στα ποτήρια, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν ξανά. Αποφύγετε τα πλαστικά ποτήρια και μπουκάλια!

ΕΛΕΓΤΕ ΤΙΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

- Επιλέξτε ένα ξενοδοχείο που διαθέτει πρόγραμμα εξοικονόμησης ενέργειας και νερού, όπως πρόγραμμα ανακύκλωσης και ελαχιστοποίησης των απορριμμάτων.
- Εάν δεν μπορείτε να βρείτε ένα τέτοιο ξενοδοχείο, ζητήστε του να εφαρμόσει μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας για τους συμμετέχοντες σας (π.χ. να μην αλλάζει καθημερινά τις πετσέτες, να πετάει τα σαπούνια μετά από μία ημέρα).

Πράγματι, πολλά ξενοδοχεία έχουν τα αυτοκόλλητα εξοικονόμησης νερού στα μπάνια, αλλά συνεχίζουν τις παλιές πρακτικές.

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ

- Χρησιμοποιήστε εταιρείες τροφοδοσίας και χώρους που προμηθεύονται τοπικά, βιολογικά και προϊόντα δίκαιου εμπορίου. Βεβαιωθείτε ότι τα προϊόντα προέρχονται από βιώσιμες πηγές και προβάλετέ το : χρησιμοποιήστε αυτή την ευκαιρία για να αποκτήσετε προβολή ως περιβαλλοντικά υπεύθυνος οργανισμός!
- Χρησιμοποιήστε τη σωστή ποσότητα φαγητού και ποτού για τους συμμετέχοντες. Παραγγείλετε λιγότερα από τον αριθμό των συμμετεχόντων: σε μεγαλύτερες εκδηλώσεις, έως και το 20% των εγγεγραμμένων δεν εμφανίζονται.
- Φροντίστε να υπενθυμίζετε στους συμμετέχοντες την οικολογική τους ευθύνη όταν πρόκειται να σας ενημερώσουν για τη μη συμμετοχή τους σε μια δεξίωση ή ένα δείπνο.
- Κάντε τη χορτοφαγία την προεπιλεγμένη προσφορά φαγητού και ρωτήστε προαιρετικά αν κάποιος θέλει κρέας, το οποίο έχει πολύ μεγαλύτερο αποτύπωμα άνθρακα (ειδικά το βόειο κρέας).
- Εάν προσφέρετε ένα μενού με διαφορετικές επιλογές, παρουσιάστε πρώτα τις χορτοφαγικές επιλογές- αυτό βοηθά στην αύξηση του αριθμού των επιλογών χωρίς κρέας.
- Ρωτήστε τους συμμετέχοντες σχετικά με τις διατροφικές τους ανάγκες στο πλαίσιο της διαδικασίας εγγραφής σας, ώστε να αποφύγετε τα περιττά απορρίμματα και να διασφαλίσετε ότι οι διατροφικές απαιτήσεις ικανοποιούνται.
- Ρωτήστε τον προμηθευτή σας τι γίνεται με το φαγητό που περισσεύει (δωρίζεται ή κομποστοποιείται).
- Ελαχιστοποιήστε τη χρήση μεμονωμένων συσκευασμένων τροφίμων και ποτών (π.χ. αποφύγετε τις μεμονωμένες δόσεις γάλακτος και προτιμήστε το κουτί) και χρησιμοποιήστε πιάτα, ποτήρια και μαχαιροπήρουνα πολλαπλών χρήσεων (απορρίψτε το πλαστικό!).
- Παραλείψτε το εμφιαλωμένο νερό και προσφέρετε κανάτες με νερό που μπορείτε να γαρνίρετε με μια φέτα λεμόνι ή/και δυόσμο. Το νερό της βρύσης είναι απολύτως πόσιμο στα περισσότερα μέρη της Ευρώπης!
- Βεβαιωθείτε ότι υπάρχουν διαθέσιμα δοχεία ανακύκλωσης και απορριμμάτων.

ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

- Επιλέξτε φιλικό προς το περιβάλλον, ανθεκτικό, ανακυκλωμένο και ανακυκλώσιμο προωθητικό υλικό που οι συμμετέχοντες θα απολαύσουν (π.χ. εξατομικευμένες σοκολάτες δίκαιου εμπορίου).
- Σκεφτείτε το ενδεχόμενο να κάνετε DIY προωθητικό υλικό ως δραστηριότητα για να επιτρέψετε στους συμμετέχοντες σας να δημιουργήσουν αναμνηστικά επί τόπου από φιλικά προς το περιβάλλον υλικά.
- Μειώστε τα υλικά μιας χρήσης. Σκεφτείτε τι θα συμβεί με όλα τα υλικά μετά την εκδήλωση: θα τα επαναχρησιμοποιήσετε; Αν όχι, σκεφτείτε εναλλακτικές λύσεις.
- Χρησιμοποιήστε εφαρμογές και διαδικτυακά εργαλεία αντί

για εκτυπωμένα φυλλάδια (μην ξεχνάτε να τα διαγράψετε από τον ιστότοπο που είναι αποθηκευμένα όταν δεν είναι πλέον χρήσιμα).

- Στο τέλος της εκδήλωσής σας, σχεδιάστε πώς θα συλλέξετε το υλικό της εκδήλωσης και ενημερώστε σχετικά τους συμμετέχοντες (π.χ. υπάρχει ένα εμφανές κουτί για τη συλλογή και ανακύκλωση των καρτελών και των κορδονιών κατά την έξοδο από την αίθουσα).
- Επαναχρησιμοποιήστε το υλικό των συνεδρίων από προηγούμενες εκδηλώσεις για διαφορετικούς σκοπούς (π.χ. παλιά πανό που μετατράπηκαν σε τσάντες).



Εν κατακλείδι, φροντίστε να ενημερώσετε τους συμμετέχοντες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εκδήλωση για τις οικολογικές σας επιλογές. Μην φοβάστε να «φανείτε φτηνιάρηδες» επειδή ζητάτε από τους συμμετέχοντες να επαναχρησιμοποιήσουν τα ποτήρια τους: φροντίστε να δημιουργήσετε μια καλή ιστορία γύρω από όλες τις επιλογές. Εξηγώντας τις θετικά, θα δείξετε τη δέσμευσή σας ως υπεύθυνος οργανισμός. Βεβαιωθείτε ότι οι συμμετέχοντες μπορούν να γίνουν μέρος της ιστορίας, δίνοντάς τους τη δυνατότητα και ενθαρρύνοντάς τους να συμβάλουν (π.χ. φέρτε τα μπουκάλια με το νερό σας, είναι μια εκδήλωση χωρίς πλαστικό! Πράσινο κουτί ή διαγωνισμός για τη συλλογή ιδεών ώστε οι επόμενες εκδηλώσεις να γίνουν ακόμη πιο πράσινες)!

ΚΑΤΕΥΘΥΝΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΜΜΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι υπεύθυνη για τις πολιτικές και τους κανονισμούς που αποσκοπούν στο να διασφαλίσουν ότι τα κράτη μέλη αναπτύσσουν πιο βιώσιμες οικονομίες, μειώνοντας έτσι τις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις, και με αυτή τη δημοσίευση προβληματίστηκε για το πώς τα θεσμικά της όργανα μπορούν να γίνουν πιο πράσινα. Η κατευθυντήρια γραμμή επικεντρώνεται στον καθορισμό ενός προτύπου για τη διοργάνωση συνεδριάσεων στην Επιτροπή, αλλά περιλαμβάνει πολλές συμβουλές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε οποιοδήποτε περιβάλλον γραφείου ή εκδήλωσης. Η δημοσίευση περιλαμβάνει έναν κατάλογο ελέγχου και περιγράφει κατευθύνσεις για το πώς να είστε πιο συνειδητοποιημένοι σε όλα, από την οργάνωση της υλικοτεχνικής υποδομής, την κράτηση υπηρεσιών εστίασης έως την εξέταση των κοινωνικών πτυχών και τη διάδοση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.





Πιστοποιήσεις για πράσινες εκδηλώσεις

Πιστοποιήσεις όπως το ISO 20121 πιστοποιούν ότι ο οργανισμός σας πληροί τα πρότυπα του συστήματος διαχείρισης για βιώσιμες εκδηλώσεις. Με απλά λόγια, το ISO 20121 περιγράφει τα δομικά στοιχεία ενός συστήματος διαχείρισης που θα βοηθήσει κάθε οργανισμό που διοργανώνει εκδηλώσεις να:

- Συνεχίσει να είναι οικονομικά επιτυχημένος
- Να γίνει περισσότερο κοινωνικά υπεύθυνος
- Να μειώσει το περιβαλλοντικό του αποτύπωμα
- Μόλις αποκτήσετε τη διαπίστευση, μπορείτε να το κάνετε μέρος της επωνυμίας σας κατά τη διοργάνωση εκδηλώσεων: είναι πολύ καλό για το περιβάλλον και η πιστοποίησή σας για τα πρότυπα βιωσιμότητας αποτελεί εξαιρετική προβολή για τον οργανισμό σας. Ωστόσο, αυτός ο τύπος πιστοποίησης είναι περισσότερο προσαρμοσμένος σε εκδηλώσεις μεγάλης κλίμακας. Για μικρότερους οργανισμούς, ορισμένες εταιρείες παρέχουν υπηρεσίες καθοδήγησης για τη βελτίωση των δραστηριοτήτων τους στον πράσινο σχεδιασμό.

ΚΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΝΕΣ

ONE WORLD ASSOCIATION

Service Civil International Πολωνία

Ο οργανισμός εφαρμόζει ένα σύνολο αρχών για την οικολογική διαχείριση των εκδηλώσεών του:

Ακολουθούν ορισμένα μέτρα που ελήφθησαν:

- Επιλέγουμε κυρίως χορτοφαγικά γεύματα,
- Ενθαρρύνουμε πάντα τους συμμετέχοντες να επιλέγουν φιλικά προς το περιβάλλον μέσα μεταφοράς (π.χ. χερσαία μεταφορά αντί για αεροπλάνο),
- Συζητάμε τα θέματα της κλιματικής αλλαγής και του περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων μας (π.χ. προγράμματα εθελοντισμού, εργαστήρια).
- Χρησιμοποιούμε ανακυκλωμένο χαρτί για την εκτύπωση στο γραφείο μας,
- Εξοικονομούμε χαρτί και άλλα υλικά,
- Εξοικονομούμε ενέργεια (απενεργοποιούμε τον εξοπλισμό γραφείου όταν δεν χρησιμοποιείται),
- Ανακυκλώνουμε,
- Αγοράζουμε τοπικά προϊόντα και προϊόντα δίκαιου εμπορίου όπου είναι δυνατόν.



25

ΕΠΙΒΑΘΥΝΟΝΤΑΣ - ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Πολλοί οργανισμοί, όπως οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία, παράγουν προωθητικό υλικό για να τραβήξουν την προσοχή του κοινού τους και να ενισχύσουν την αναγνωρισιμότητα και την προβολή του εμπορικού τους σήματος. Μπορεί να είναι μπλουζάκια, πανό, σημειωματάρια, στυλό ή τσάντες με το λογότυπό τους, για να τα χαρίσουν ως δώρα. Τις περισσότερες φορές, τα αντικείμενα αυτά παράγονται κάτω από κακές συνθήκες εργασίας στην άλλη άκρη του πλανήτη και με επιβλαβή υλικά.

Σκοπός των προϊόντων αυτών είναι να υπενθυμίζουν στους νέους τον οργανισμό του οποίου το όνομα ή το λογότυπο φέρουν. Χρησιμοποιούν όμως στην πραγματικότητα αυτά τα αντικείμενα; Ίσως όχι. Κατά **μέσο όρο, πετάμε τα περισσότερα διαφημιστικά προϊόντα μέσα σε μερικές εβδομάδες**, ακόμη και αυτά που αρχικά βρήκαμε ενδιαφέροντα. Αν αναλογιστούμε το κοινωνικό και περιβαλλοντικό κόστος που συνδέεται με την κατασκευή και την απόρριψη, αυτή είναι μια αρκετά σύντομη διάρκεια ζωής.

Παρά τις προκλήσεις αυτές, τα διαφημιστικά προϊόντα παραμένουν βασικό εργαλείο μάρκετινγκ για τις υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων. Τι μπορούμε να κάνουμε γι' αυτό; Λοιπόν, πρώτα πρέπει να έχουμε μια σαφή στρατηγική σχετικά με αυτό και να κάνουμε τόσο βιώσιμες όσο και ηθικές επιλογές. Ακολουθούν διάφορες διαστάσεις που πρέπει να εξετάσουμε.

ΓΙΑΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΣΤΡΑΦΕΙΤΕ ΣΕ ΠΡΑΣΙΝΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα διαφημιστικά προϊόντα που διανέμουμε επικοινωνούν ένα μήνυμα. Παράγοντας βιώσιμα και ηθικά προϊόντα, **τοποθετούμαστε ως υπεύθυνος οργανισμός**. Αυτό είναι ακόμη πιο σημαντικό όταν απευθυνόμαστε στους Millennials, που αποκαλούνται επίσης «πράσινη γενιά». Η ζήτηση για φιλικές προς το περιβάλλον εναλλακτικές λύσεις αυξάνεται. Η επιλογή προϊόντων που θεωρούνται βιώσιμα μας επιτρέπει να το προωθήσουμε και να δημιουργήσουμε θετικές δημόσιες σχέσεις με τους οργανισμούς και τα δίκτυά μας.

Μπορούμε πραγματικά να το αντέξουμε οικονομικά; Η **παραγωγή βιώσιμων προϊόντων** μπορεί να φαίνεται πιο ακριβή, αλλά η απόδοση της επένδυσης είναι υψηλότερη- φανταστείτε μόνο ότι το προϊόν σας (με το λογότυπό σας επάνω του!) θα χρησιμοποιείται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και, επομένως, η προβολή της επωνυμίας σας θα είναι πολύ μεγαλύτερη.

Φροντίστε να **τονίσετε τις πράσινες ιδιότητες του προϊόντος που χαρίζετε**, λέγοντας την ιστορία πίσω από την παραγωγή του (π.χ. τοπικά κατασκευασμένο, κατασκευασμένο από ανακυκλωμένο πλαστικό), ως έναν τρόπο να δώσετε στο προϊόν αξία πέρα από τη λειτουργική του χρήση.

Ένα διαφημιστικό προϊόν θεωρείται βιώσιμο εάν έχει ένα ή περισσότερα από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Είναι κατασκευασμένο από ανακυκλωμένα υλικά
- Δημιουργείται από ανανεώσιμες πηγές (π.χ. μπαμπού ή βαμβάκι)
- Δεν περιέχει πλαστικό
- Είναι σχεδιασμένο για επαναχρησιμοποίηση και για την αποφυγή της μίας χρήσης
- Είναι ενεργειακά αποδοτικό (μην παραγγέλνετε προϊόντα που προέρχονται από την άλλη πλευρά του πλανήτη!)
- Είναι βιοδιασπώμενο
- Είναι κομποστοποιήσιμο/ανακυκλώσιμο
- Αντισταθμίζει το αποτύπωμα άνθρακα
- Είναι μικρότερο αντικείμενο



Σύμφωνα με μελέτη του Advertising Specialty Institute (ASI), το 58% των ενηλίκων ηλικίας 18-24 ετών είναι πιθανότερο να έχουν θετική γνώμη για μια εταιρεία με βιώσιμα διαφημιστικά προϊόντα. Και αυτή η δημογραφική ομάδα ακολουθείται στενά από την ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών, η οποία έχει 57% θετική γνώμη.

ΒΕΒΑΙΩΘΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΑΣ ΘΑ ΑΓΑΠΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟ ΣΑΣ

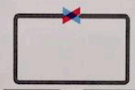
Εάν θέλετε να δώσετε προωθητικό υλικό, βεβαιωθείτε ότι φαίνονται υπέροχα και ότι οι άνθρωποι θα θέλουν να τα έχουν μαζί τους! Αν δημιουργήσετε κάτι που αρέσει στους ανθρώπους, οι πιθανότητες είναι ότι θα το χρησιμοποιούν συχνότερα και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Πολλά λογότυπα ή διαφημιστικά μηνύματα δεν πρόκειται ποτέ να έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής.

Επενδύστε στο σχεδιασμό των προϊόντων. Ένα δημοφιλές παράδειγμα είναι η τσάντα tote- μπορεί να διαρκέσει για χρόνια και έχετε δυνητικά έναν στρατό πρεσβευτών της επωνυμίας σας στους δρόμους. Αλλά γι' αυτό, θα πρέπει ο σχεδιασμός να αρέσει στο κοινό-στόχο σας. Ένα μπλουζάκι με δημιουργικό σχέδιο αντί για λογότυπο και ημερομηνία εκδήλωσης είναι πιο πιθανό να εκτιμηθεί και, ως εκ τούτου, να φορεθεί


**THERE ARE 3 KINDS OF LIVES:
PUBLIC, PRIVATE AND SECRET**

YOU DECIDE WHICH IS WHICH.

#coveryourcam



europaean youth information
and counselling agency



συχνότερα. Γιατί δεν δοκιμάζετε μερικά σχέδια βγαίνοντας στο δρόμο και ρωτώντας τους νέους αν θα φορούσαν το μπλουζάκι ή θα κρατούσαν την τσάντα σας; Προσαρμόστε το σχέδιό σας με βάση τα σχόλιά τους και κερδίστε την επιτυχία της τσάντας tote!

Υπάρχουν πολλές επιλογές. Για να τις περιορίσετε, αναζητήστε μια ουσιαστική σύνδεση μεταξύ του τύπου

του προϊόντος και του οργανισμού σας. Στην περίπτωση του Eurodesk, τα διαφημιστικά είδη συνδέονται συνήθως με τα ταξίδια, όπως οι ταξιδιωτικές ετικέτες ή άλλα είδη που είναι πραγματικά χρήσιμα για τους νέους. Η ERYICA έχει μειώσει την ποσότητα και το μέγεθος των διαφημιστικών ειδών της, καθώς απαιτούν λιγότερο υλικό για την παραγωγή τους, και τα έχει συνδέσει με τους στόχους της (π.χ. καλύμματα για κάμερες για την προώθηση της ιδιωτικότητας των νέων στο διαδίκτυο).

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΜΕΝΑ, ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΑ Η ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΚΟΜΠΟΣΤΟΠΟΙΗΘΟΥΝ

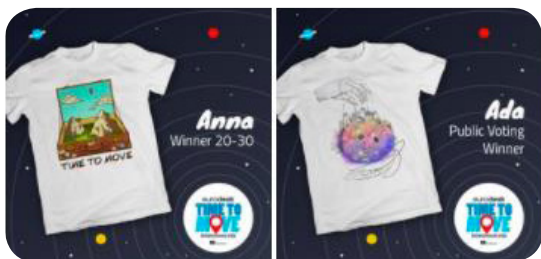
Τα προϊόντα αυτά **προορίζονται για να χρησιμοποιηθούν ξανά και ξανά** και έχουν σχεδιαστεί για να έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής. Αυτό περιλαμβάνει μοντέρνα αντικείμενα όπως τσάντες για ψώνια, μπουκάλια νερού και επαναχρησιμοποιούμενα μεταλλικά καλαμάκια.

Τα επαναχρησιμοποιούμενα μπουκάλια νερού είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα επαναχρησιμοποιούμενων και υψηλής απήχησης προϊόντων. Μπορούν να είναι κατασκευασμένα από ανοξείδωτο χάλυβα χωρίς BPA που μπορεί εύκολα να διαρκέσει πάνω από 10 χρόνια και στη συνέχεια να ανακυκλωθούν στο τέλος της ωφέλιμης ζωής τους. Αυτό όχι μόνο μειώνει την ποσότητα του πλαστικού που χρησιμοποιείται, αλλά προσφέρει επίσης ασυναγώνιστη απόδοση της επένδυσης σε σύγκριση με άλλα διαφημιστικά αντικείμενα. Πράγματι, το μπουκάλι σας (και το λογότυπό σας σε αυτό!), αν είναι ποιοτικά κατασκευασμένο, θα το δει κανείς σε αθλητικούς συλλόγους, εκπαιδευτικά ιδρύματα, στο σπίτι κ.λπ.

Αναζητήστε **προϊόντα κατασκευασμένα από ανακυκλωμένα και βιοδιασπώμενα υλικά**, όπως στυλό μπαμπού. Ένα στυλό από ανακυκλωμένο χαρτόνι ή μπαμπού δεν είναι απλώς καλύτερο για το περιβάλλον, αλλά είναι πολύ πιο εντυπωσιακό από το παραδοσιακό πλαστικό στυλό που έχουν ήδη οι άνθρωποι στο σπίτι. Τα σημειωματάρια είναι πάντα δημοφιλή δώρα-όλο και περισσότερα προϊόντα κατασκευάζονται από οργανικά υλικά (π.χ. η Eurodesk UK κατασκεύασε ένα φρίσμπι από ανακυκλωμένες ίνες ή τα διαφημιστικά αντικείμενα της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Νεολαίας κατασκευάστηκαν επίσης από οργανικά υλικά).

Ένα διαφημιστικό προϊόν δεν χρειάζεται να είναι φυσικό αντικείμενο, μπορείτε επίσης να επιλέξετε **εικονικά ή βιωματικά δώρα**. Στην πραγματικότητα, τέτοια δώρα μπορεί να είναι πιο επιθυμητά για διάφορους λόγους: είναι αξεχάστα και έχουν μικρότερο αποτύπωμα. Μπορεί να είναι ένα εισιτήριο για ένα μουσικό φεστιβάλ, ένα εισιτήριο τρένου ή ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα. Η Chase Belgium, για παράδειγμα, προσφέρει στους νικητές του ετήσιου διαγωνισμού της μια εκπαίδευση στο YouTube (στοχεύουν σε νέους influencers). Τι ενδιαφέρει τους χρήστες σας;

ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ EURODESK TIME TO MOVE



Κάθε χρόνο, στο πλαίσιο της εκστρατείας « Time to Move », οι νέοι καλούνται να σχεδιάσουν ένα αντικείμενο της εκστρατείας. Τα σχέδια που κερδίζουν χρησιμοποιούνται στη συνέχεια στο προωθητικό υλικό του δικτύου Eurodesk για το επόμενο έτος. Με τους νέους στο επίκεντρο, το Eurodesk διασφαλίζει ότι η δημιουργική διαδικασία γίνεται από τους νέους, για τους νέους. Κάθε χρόνο δημιουργούνται πάνω από 300 σχέδια, τα οποία ακολουθούνται από δημόσια ψηφοφορία στο διαδίκτυο. Κάθε χρόνο επιλέγονται 3 νικητές και τα σχέδιά τους εμφανίζονται σε αφίσες εκδηλώσεων, σε ηλεκτρονική επικοινωνία, σε μπλουζάκια και σε gadgets που χρησιμοποιούνται για την προώθηση της μαθησιακής κινητικότητας στους νέους.

ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ 3R: ΜΕΙΩΣΗ, ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ, ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ (REDUCE, REUSE, RECYCLE?);

Αυτή η έννοια εφαρμόζεται στη διαχείριση των απορριμμάτων και σας βοηθά να προσαρμόσετε τις καταναλωτικές σας συνήθειες. Ακολουθούν τα τρία στοιχεία:

1. Μειώστε την ποσότητα των απορριμμάτων (ειδικά των πλαστικών!)
2. Επαναχρησιμοποιήστε ό,τι μπορείτε και δώστε του μια δεύτερη ζωή (και αγοράστε μεταχειρισμένα προϊόντα).
3. Ανακυκλώστε τυχόν αντικείμενα που δεν μπορείτε να επαναχρησιμοποιήσετε. Με το πλαστικό,

είναι πιο περίπλοκο, καθώς συνήθως μπορεί να ανακυκλωθεί μόνο μία ή δύο φορές, και ποτέ δεν εξαφανίζεται πραγματικά, απλώς διασπάζεται σε όλο και μικρότερα κομμάτια.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να επανεξετάσουμε τη χρήση του πλαστικού και άλλων αντικειμένων. Ορισμένοι προτιμούν την έννοια των 6R ως πιο ολοκληρωμένη: επανεξετάζω, απορρίπτω, μειώνω, επαναχρησιμοποιώ, ανακυκλώνω, αντικαθιστώ (rethink, refuse, reduce, reuse, recycle, replace). Αυτός ο νέος τρόπος σκέψης μπορεί να βοηθήσει τον καθένα μας να περιορίσει τις οικολογικές μας επιπτώσεις.

Βίντεο: <https://www.youtube.com/watch?v=i4a7aeA8F60>
 Δημοσίευση στο blog: <https://curbyourimpact.com/reduce-reuse-recycle/>

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΠΡΑΣΙΝΟΥΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Προτιμήστε προϊόντα που φέρουν ένα **πράσινο μήνυμα**. Ορισμένα προϊόντα φέρουν μηνύματα βιωσιμότητας, όπως εκείνα που προέρχονται από τοπικούς παραγωγούς και εκείνα που καλούν τον χρήστη να κάνει μια πράσινη ενέργεια (π.χ. να φυτέψει έναν σπόρο). Μπορείτε ακόμη και να τοποθετήσετε με λέιζερ το λογότυπό σας σε φρούτα, ένα αξεχαστο δώρο και μάλιστα πλήρως κομποστοποιήσιμο! Φροντίστε να επικοινωνήσετε αυτό το χαρακτηριστικό στο διαφημιστικό αντικείμενο για να είναι ορατό.

Προσπαθήστε να **προτιμάτε τοπικούς και φιλικούς προς το περιβάλλον προμηθευτές**. Πράγματι, μια παράμετρος που πρέπει να λάβετε υπόψη σας είναι η μεταφορά. Τα διαφημιστικά είδη παράγονται στην άλλη άκρη του πλανήτη; Ορισμένοι προμηθευτές προσφέρουν αντισταθμιστικά μέτρα, για παράδειγμα τη φύτευση ενός δέντρου για μια ορισμένη ποσότητα προϊόντων που παραγγέλλονται, για να αντισταθμίσουν τις οικολογικές επιπτώσεις της παραγωγής.

Τέλος, **να είστε συνεπείς στις επιλογές σας**. Είναι δύσκολο να προωθήσετε τα δικαιώματα των νέων και στη συνέχεια να παράγετε ένα διαφημιστικό μπλουζάκι που έχει ραφτεί από παιδιά που εργάζονται για λιγότερο από ένα δολάριο την ημέρα στην άλλη άκρη του πλανήτη! Ένας τρόπος για να βελτιώσετε τον κοινωνικό απολογισμό από ένα μπλουζάκι είναι να χρησιμοποιήσετε πιστοποιημένο βιολογικό βαμβάκι δίκαιου εμπορίου. Λάβετε υπόψη σας ότι έξι από τους επτά μεγαλύτερους παραγωγούς βαμβακιού έχουν κατηγορηθεί ότι χρησιμοποιούν παιδική εργασία.³⁷ Σκεφτείτε το όταν συγκρίνετε τις προσφορές. Τέλος, βεβαιωθείτε ότι η ομάδα-στόχος σας γνωρίζει για τις βιώσιμες επιλογές σας!

ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΔΙΚΑΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Οι πιστοποιήσεις βιωσιμότητας, οι ετικέτες και οι κατάλογοι ελέγχου μπορούν να διευκολύνουν τη λήψη αποφάσεων. Φορέστε μπλούζες από οικολογικό βαμβάκι δίκαιου εμπορίου. Ακολουθεί ένας (μη εξαντλητικός) κατάλογος τέτοιων ετικετών:

MAX HAVELAAR

Η ετικέτα Max Havelaar Fairtrade εμφανίζεται σε πολλούς τύπους προϊόντων (τρόφιμα, υφάσματα, καλλυντικά κ.λπ.). Πιστοποιεί ότι τα εμπορικά σήματα που φέρουν το σήμα έχουν δεσμευτεί να τηρούν τις προδιαγραφές που έχει θεσπίσει η FLO - Fairtrade Labelling Organisations International.

Το σήμα εγγυάται μια ελάχιστη τιμή αγοράς που είναι σταθερή με την πάροδο του χρόνου και απαιτεί τη συμμόρφωση με τα πρότυπα της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ΔΟΕ) σε θέματα συνθηκών εργασίας. Περιλαμβάνει επίσης οικολογικά κριτήρια, για παράδειγμα ότι δεν χρησιμοποιούνται γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί και απαγορεύει τη χρήση πάνω από 118 χημικών φυτοφαρμάκων.

<https://www.fairtrade.net/>



GUARANTEED FAIR TRADE WFTO

Αυτό σημαίνει ότι τα προϊόντα που προμηθεύεστε είναι κατασκευασμένα σύμφωνα με τις 10 αρχές του Δίκαιου Εμπορίου, οι οποίες καλύπτουν τα ανθρώπινα και εργασιακά δικαιώματα, καθώς και τις διαδικασίες αγοράς και διαχείρισης που το επιτρέπουν.

Τα μέλη του WFTO τηρούν τις υψηλότερες ηθικές απαιτήσεις. Είναι πλήρως επαληθευμένα ως δίκαιου εμπορίου και ως κοινωνικές επιχειρήσεις. Έχουν αξιολογηθεί από ομοτίμους και έχουν ελεγχθεί ανεξάρτητα, μαζί με τους προμηθευτές τους δίκαιου εμπορίου.

<https://wfto.com/>



BETTER COTTON INITIATIVE

Η Better Cotton Initiative (BCI) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που έχει ως στόχο να κάνει την παγκόσμια παραγωγή βαμβακιού καλύτερη για τους ανθρώπους που το παράγουν, καλύτερη για το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσεται και καλύτερη για το μέλλον του τομέα.

Όταν βλέπετε το λογότυπο BCI στη συσκευασία, αυτό δεν σημαίνει ότι το προϊόν είναι κατασκευασμένο από φυσικά ανιχνεύσιμο «Καλύτερο βαμβάκι». Σημαίνει ότι αγοράζετε ένα προϊόν από βαμβάκι με πλειοψηφία, από έναν έμπορο λιανικής πώλησης ή μια μάρκα που έχει δεσμευτεί να προμηθεύεται καλύτερο βαμβάκι και να επενδύει στους αγρότες της BCI.

<https://bettercotton.org/>



ECOCERT FAIR FOR LIFE

Η σήμανση από έναν ανεξάρτητο φορέα πιστοποίησης, όπως η Ecocert, επιτρέπει την αναγραφή του λογότυπου Fair For Life στα προϊόντα όταν το 80% των πρώτων υλών τους προέρχεται από το δίκαιο εμπόριο.

www.fairforlife.org



³⁷ Equiterre (2008), *Guide du vêtement responsable*.

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ



OEKO-TEX

Το OEKO-TEX® δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές και τις εταιρείες να λαμβάνουν υπεύθυνες αποφάσεις που προστατεύουν τον πλανήτη μας για τις μελλοντικές γενιές. Η διαδικασία δοκιμών και πιστοποίησης εγγυάται τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια των καταναλωτών. Το STANDARD 100 της OEKO-TEX® είναι ένα από τα πιο γνωστά σήματα παγκοσμίως για υφάσματα που έχουν ελεγχθεί για επιβλαβείς ουσίες. Αντιπροσωπεύει την εμπιστοσύνη των πελατών και την υψηλή ασφάλεια των προϊόντων.

<https://www.oeko-tex.com/>



ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΛΩΣΤΟΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (GOTS)

Το Παγκόσμιο Πρότυπο Βιολογικών Κλωστοϋφαντουργικών Προϊόντων είναι το κορυφαίο παγκοσμίως πρότυπο επεξεργασίας κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων για βιολογικές ίνες, το οποίο περιλαμβάνει οικολογικά και κοινωνικά κριτήρια και υποστηρίζεται από ανεξάρτητη πιστοποίηση ολόκληρης της αλυσίδας εφοδιασμού κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων. Το πρότυπο καλύπτει τη μεταποίηση, την κατασκευή, τη συσκευασία, την επισήμανση, την εμπορία και τη διανομή όλων των υφασμάτων που κατασκευάζονται από τουλάχιστον 70% πιστοποιημένες βιολογικές φυσικές ίνες.

www.global-standard.org

REDUCE
REDUCE
REDUCE



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ



Το έργο για τη δημιουργία ενός βιώσιμου μέλλοντος είναι κάτι στο οποίο μπορούμε όλοι να συμβάλουμε. Ωστόσο, είναι σημαντικό να διασφαλίσουμε ότι θα έχουμε επαρκή υποστήριξη από τους φορείς χάραξης πολιτικής και τα ενδιαφερόμενα μέρη για τη δημιουργία ενός υποστηρικτικού περιβάλλοντος για την πράσινη μετάβαση. Έχουμε περιγράψει τρεις τομείς συστάσεων για όσους δημιουργούν πολιτικές και για όσους εργάζονται με τους νέους και για τους νέους.

3.1 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

1. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Η πληροφόρηση και η συμβουλευτική των νέων αναφέρονται και εξετάζονται σε πολλά έγγραφα πολιτικής που εκπονούνται σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο.³⁸ Αν και πολλές ευρωπαϊκές χώρες παρέχουν επίσημη εκπαίδευση για τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας, μόνο λίγες περιλαμβάνουν την έννοια της εργασίας πληροφόρησης των νέων. Τόσο η ERYICA όσο και το Eurodesk αναπτύσσουν και διεξάγουν εκπαιδευτικά προγράμματα για να καλύψουν αυτό το κενό,³⁹ τα οποία είναι ζωτικής σημασίας για την εξειδίκευση της εργασίας πληροφόρησης των νέων, ιδίως σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Δεδομένης της σημασίας της παροχής αξιόπιστων πληροφοριών στους νέους και της υποστήριξης της ικανότητάς τους να αναζητούν, να παράγουν και να μοιράζονται ποιοτικές πληροφορίες, καλούμε τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων να:

- Να παρέχουν ευκαιρίες συνεχούς επαγγελματικής ανάπτυξης στους επαγγελματίες που ασχολούνται με την πληροφόρηση των νέων, ώστε να αποκτήσουν νέες μεθοδολογίες, δεξιότητες και γνώσεις που μπορούν να υποστηρίξουν την προσαρμογή των υπηρεσιών τους στις τρέχουσες ανάγκες των νέων.
- Διασφαλίσουν ότι τα θέματα που σχετίζονται με το περιβάλλον αποτελούν μέρος της συνεχούς επαγγελματικής ανάπτυξης των επαγγελματιών που ασχολούνται με την πληροφόρηση των νέων. Να συμπεριλάβουν την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και τον τρόπο υποστήριξης των νέων στην πρόσβαση σε ποιοτικές πληροφορίες σχετικά με αυτήν στα προγράμματα κατάρτισης των εργαζομένων (πληροφόρησης) νέων. Οι εργαζόμενοι σε θέματα νεολαίας (πληροφόρησης) πρέπει να είναι εξοικειωμένοι με θέματα περιβαλλοντικής βιωσιμότητας,

να διαθέτουν προηγμένες δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και πληροφόρησης και να προωθούν την οικολογικά υπεύθυνα σκέψη και δέσμευση των νέων.

2. ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Σε όλη την Ευρώπη, χιλιάδες νέοι λαμβάνουν καθημερινά επαγγελματική υποστήριξη και καθοδήγηση προκειμένου να έχουν περισσότερες ευκαιρίες ώστε να κάνουν συνειδητές επιλογές για μια καλύτερη ζωή. Οι επιλογές αυτές πρέπει να βασίζονται σε αμερόληπτες, πλήρεις και ολοκληρωμένες πληροφορίες. Είναι περικό να πούμε ότι η περιβαλλοντική βιωσιμότητα αυτών των αποφάσεων μπορεί να εισαχθεί άμεσα. Πιστεύουμε ότι είναι απαραίτητα τα παρακάτω:

- **Επένδυση στην ποιοτική πληροφόρηση των νέων** ως μέσο για την επίτευξη των πράσινων στόχων που έχουν τεθεί από τον ΟΗΕ και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι επίσης βασικό οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων σε όλα τα επίπεδα να επενδύσουν στην ποιοτική πληροφόρηση των νέων. Αυτό περιλαμβάνει όχι μόνο τη διατήρηση και τη διεύρυνση αυτών των υπηρεσιών, αλλά, κυρίως, την επένδυση σε αυτές τις δομές και την αναγνώριση της εργασίας πληροφόρησης των νέων ως ειδικότητας
- **Συμβολή** στον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση των νέων στην ψηφιακή εποχή μας. Οι νέοι πρέπει να γνωρίζουν την ανάγκη να αμφισβητούν τις πληροφορίες που βρίσκουν και όλες τις πιθανές μεθόδους που είναι διαθέσιμες για την αξιολόγηση και τον προσδιορισμό των κριτηρίων ποιότητας. Η πληροφόρηση των νέων προσπαθεί να ενσωματώσει αυτές τις τεχνικές αναπτύσσοντας διαφορετικούς τρόπους μετάδοσης των σχετικών βασικών δεξιοτήτων για τη σύγχρονη ζωή στους ίδιους τους νέους.
- **Ενσωμάτωση των θεμάτων περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στις** προσφορές και τις πρακτικές των υπηρεσιών πληροφόρησης των νέων. Για παράδειγμα, η δημιουργία μιας πράσινης γωνιάς σε ένα κέντρο πληροφόρησης νέων με πληροφορίες σχετικά με το θέμα, η ύπαρξη μιας ειδικής πράσινης ενότητας στον ιστότοπο της υπηρεσίας, η εξεύρεση πράσινων χώρων στην πόλη (π.χ. καφετέριες με περιβαλλοντική συνείδηση και ευκαιρίες για αγορές, εργαστήρια ανακύκλωσης, κ.λπ.) ή η σύνδεση των νέων με τη φύση στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων τους.
- **Υποστήριξη της υιοθέτησης πράσινων προτύπων.** Δεν είναι μόνο σημαντικό οι υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων να ενημερώνουν τους νέους για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, αλλά θα πρέπει επίσης να υιοθετούν τα πράσινα πρότυπα ως μέρος της καθημερινής τους εργασίας και της οργανωτικής τους στρατηγικής. Ως εκ τούτου, η ενθάρρυνση και η υποστήριξη των οργανισμών στη διαδικασία εφαρμογής πράσινων προτύπων και λήψης πιστοποιήσεων, όπως το ISO 14064-1, είναι καθοριστικής σημασίας.

³⁸ Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2018), [Engaging, Connecting and Empowering young people: a new EU Youth Strategy. Conclusions of the Council and of the Representatives of the Governments of the Member States meeting within the Council on education and training of youth workers](#) (2019). UNESCO

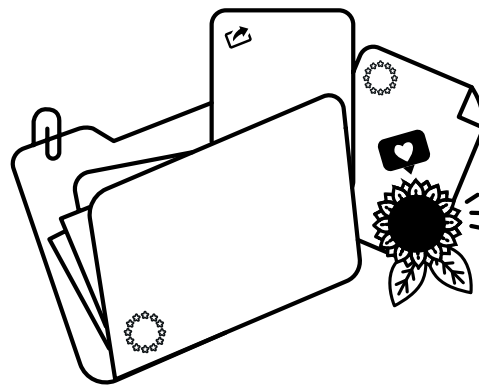
[Road Map - Education for Sustainable Development](#) (2014).

³⁹ ERYICA Training System και Eurodesk Competence Framework (2018).

3.2 ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ: ΔΩΣΤΕ ΦΩΝΗ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ

Το Ευρωβαρόμετρο για την κλιματική αλλαγή διαπίστωσε ότι οι νέοι, σε μεγαλύτερο βαθμό, αναγνωρίζουν την κλιματική αλλαγή ως ένα από τα σοβαρότερα παγκόσμια προβλήματα σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες.⁴⁰ Τα ακτιβιστικά κινήματα νεολαίας σε όλο τον κόσμο επιβεβαιώνουν ότι οι νέοι δεσμεύονται να συμμετάσχουν στη δημιουργία ενός βιώσιμου μέλλοντος. Τις περισσότερες φορές, έχουν μεγαλύτερη οικολογική συνείδηση από τις μεγαλύτερες γενιές και έχουν ιδέες να μοιραστούν: φροντίστε να τους εμπλέξετε.

- **Διασφάλιση της φωνής των νέων σε όλους τους τομείς.** Η συμμετοχή των νέων στη χάραξη πολιτικής δεν θα πρέπει να περιορίζεται στις πολιτικές για τη νεολαία, αλλά να ενσωματώνεται σε όλους τους τομείς. Ενθαρρύνουμε τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τους ενδιαφερόμενους φορείς σε όλα τα επίπεδα να κατανοήσουν τις νέες μορφές συμμετοχής και να επενδύσουν στη συμμετοχή των νέων, προκειμένου να δημιουργήσουν πολιτικές που θα έχουν αντίκτυπο.
- **Συνδημιουργία και αξιολόγηση δράσεων από κοινού με τους νέους.** Προκειμένου να σχεδιαστούν επιτυχημένες δραστηριότητες προβολής που απευθύνονται στους νέους, πρέπει να αποτελούν σημαντικό στοιχείο στον καθορισμό στρατηγικών, στη δημιουργία και στην αξιολόγηση δράσεων για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Ενθαρρύνουμε όσους εργάζονται με τους νέους και για τους νέους να τους συμβουλευόμαστε και να συνδιαμορφώνουμε σχέδια για ελκυστικές υπηρεσίες και αποτελεσματική προβολή.



3.3 ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΟΛΑΙΑ

Οι υπηρεσίες πληροφόρησης για τη νεολαία και οι οργανώσεις νεολαίας λαμβάνουν χρηματοδότηση ή/και επιχορηγήσεις σε τοπικό, εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο μέσω διαφόρων προγραμμάτων. Οι διοικητικοί και οικονομικοί αυτοί κανόνες ευνοούν τις περιβαλλοντικές επιλογές; Όχι πάντα! Καθώς η κατάσταση διαφέρει από χώρα σε χώρα, εστιάζουμε εδώ στα συστήματα χρηματοδότησης της ΕΕ και του Συμβουλίου της Ευρώπης - ωστόσο, οι περισσότερες συστάσεις ισχύουν σε όλα τα επίπεδα.

1. ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΑΡΧΕΣ

Είναι σημαντικό να αντικατοπτρίζεται η προτεραιότητα που δίνεται στην ύπαρξη πιο πράσινων προγραμμάτων κατά τον καθορισμό των βασικών αρχών που διέπουν τους χρηματοδοτικούς και διοικητικούς κανόνες και τα κριτήρια αξιολόγησης που εφαρμόζονται στα έργα.

- **Η ευαισθητοποίηση και η δράση για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα** αποτελούν θεματική προτεραιότητα των χρηματοδοτικών προγραμμάτων, όπως το Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης, το Erasmus+ και το DiscoverEU. Θα πρέπει να υπάρξουν ειδικά προγράμματα χρηματοδότησης για νέους επιχειρηματίες που ξεκινούν μια οικολογική επιχείρηση (προγράμματα μικροχρηματοδότησης). Θα πρέπει να δημιουργηθεί μια ολοκληρωμένη πηγή πληροφόρησης για την ενημέρωση για τις διάφορες ευκαιρίες χρηματοδότησης που προσφέρει η ΕΕ στους νέους που επιθυμούν να δράσουν για τον πλανήτη.
- **Οι δημοσιονομικοί κανόνες πρέπει να στηρίζουν τις πράσινες επιλογές και να ευνοούν την ποιότητα έναντι της ποσότητας.** Όταν πρόκειται για την κινητικότητα των νέων - για παράδειγμα όταν κάνουν πρακτική άσκηση ή ένα εξάμηνο στο εξωτερικό - είναι σημαντικό να προβληματιστούμε σχετικά με το ύψος της επιχορήγησης που παρέχεται για την υποστήριξη των καθημερινών τους εξόδων. Είναι ένα μηνιαίο εφάπαξ ποσό 170 έως 520 ευρώ για τους φοιτητές Erasmus είναι επαρκές για να κάνουν

⁴⁰ Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2019), Ευρωβαρόμετρο για την κλιματική αλλαγή.

πράσινες καταναλωτικές επιλογές στη χώρα υποδοχής; Το ίδιο ισχύει και για το επίπεδο της επιχορήγησης που χορηγείται για τις μεταφορές. Πρέπει να βρεθεί ισορροπία μεταξύ ποιότητας (π.χ. επίπεδο επιχορήγησης, όροι) και ποσότητας (π.χ. αριθμός νέων που ταξιδεύουν).

- **Εισαγωγή πράσινων κινήτρων** στα κριτήρια αξιολόγησης. Προκειμένου να συμπεριληφθεί η πράσινη διάσταση στα έργα, οι αιτούντες θα μπορούσαν να ενθαρρύνονται να εξηγούν αν προτίθενται να λάβουν πράσινα μέτρα στα έργα τους. Αυτό θα μπορούσε να τους δώσει επιπλέον βαθμούς. Φυσικά, θα πρέπει να τους παρέχονται πληροφορίες και υποστήριξη για να τους βοηθήσουν να προετοιμαστούν (βλ. σημείο 5). Οι εξωτερικοί αξιολογητές θα πρέπει να έχουν την ικανότητα να αξιολογούν τέτοια μέτρα.

2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

Σήμερα, ο πιο συχνός οικονομικός κανόνας είναι η «επιλογή του πιο οικονομικού τρόπου μεταφοράς» - ο οποίος δεν είναι πάντα ο πιο οικολογικός (π.χ. τρένο έναντι αεροπλάνου).

Αλλάξτε αυτόν τον κανόνα σε «τον **οικονομικότερο και οικολογικότερο τρόπο μεταφοράς**» ή/και δώστε κίνητρο για την επιλογή οικολογικού τρόπου μεταφοράς. Όταν το ταξίδι με αεροπλάνο δεν μπορεί να αποφευχθεί, οι επιχορηγήσεις θα μπορούσαν να θεωρήσουν επιλέξιμο το κόστος ενός προγράμματος αντιστάθμισης των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Στο πρόγραμμα Erasmus+ και το Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης, επιτρέπονται πλέον «έκτακτες δαπάνες για ακριβά ταξίδια». Επιτρέπει στους δικαιούχους να διεκδικήσουν οικονομική στήριξη για τα ακριβά έξοδα μετακίνησης των συμμετεχόντων ως «έκτακτες δαπάνες» (έως το 80% των συνολικών επιλέξιμων δαπανών), συμπεριλαμβανομένων των περιπτώσεων όπου οι συμμετέχοντες επιλέγουν οικολογικότερα μέσα μεταφοράς με χαμηλότερες εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (π.χ. τρένο), τα οποία οδηγούν σε ακριβά έξοδα μετακίνησης. Η επιλογή αυτή θα πρέπει να συμπληρωθεί με τη δυνατότητα **υπολογισμού επιπλέον ημερών ταξιδιού** κατά την επιλογή ενός οικολογικού μέσου μεταφοράς. Στην περίπτωση του Erasmus+, για παράδειγμα, οι συμμετέχοντες μπορούν να υπολογίζουν μόνο μία ημέρα πριν και μία ημέρα μετά τη μαθησιακή δραστηριότητα ως ημέρες ταξιδιού.

- **Κάντε τους οικολογικούς τρόπους μεταφοράς ως τον προεπιλεγμένο τρόπο μεταφοράς** για τις μακροχρόνιες περιόδους κινητικότητας (ως βραχυχρόνιες θεωρούνται συνήθως λιγότερο από 2 εβδομάδες), εκτός εάν υπάρχει λόγος ή μπορεί να υπάρξει ένα μέτρο αντιστάθμισης.
- **Οι διαδικτυακές συναντήσεις και οι δραστηριότητες κατάρτισης θα πρέπει να χρηματοδοτούνται και να ενθαρρύνονται.** Στην περίπτωση σχεδίων και επιχορηγήσεων (π.χ. ΚΑ3 του Erasmus+) ή σχεδίων κατάρτισης εργαζομένων στη νεολαία (π.χ. ΚΑ1 και ΚΑ2 του Erasmus+), η επιχορήγηση υπολογίζεται με βάση τον αριθμό των κινητικότητων (οι αιτούντες πρέπει να προσκομίζουν λίστες υπογραφών και, εάν ζητηθεί, τα εισιτήρια ταξιδιού). Οι εικονικές συναντήσεις ή οι δραστηριότητες κατάρτισης μέσω ηλεκτρονικής μάθησης δεν αναγνωρίζονται πάντα και δεν είναι επιλέξιμες για χρηματοδότηση, αν και αυτές έχουν επίσης το κόστος τους.

3. ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΥ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΗΣ

Βασικό στοιχείο για μια περιβαλλοντικά βιώσιμη στρατηγική είναι η παρακολούθηση του αντίκτυπου των χρηματοδοτικών προγραμμάτων: ποιο είναι το αποτύπωμα άνθρακα των προτεινόμενων δράσεων;

- Σχεδιάστε μέτρα αντιστάθμισης: εάν ο φορέας χρηματοδότησης μετρήσει τον αντίκτυπο των σχεδίων, θα είναι δυνατόν να σχεδιάσει μέτρα αντιστάθμισης. Για παράδειγμα, στην περίπτωση του Erasmus+, εάν 10.000 φοιτητές ταξιδεύουν με αεροπλάνο σε μια ορισμένη απόσταση, γιατί να μην εφαρμοστεί ένα σύστημα αντιστάθμισης, για παράδειγμα για τη φύτευση δέντρων. Κάθε χώρα θα μπορούσε να έχει ένα «δάσος Erasmus+» (πρόταση που διατυπώθηκε κατά τη διάρκεια εργαστηρίου στο φόρουμ των ενδιαφερομένων μερών που διοργάνωσε η DG EAC για το μέλλον του Erasmus+ και του Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης).
- **Εφαρμογές χωρίς χαρτί και φιλικές προς το χρήστη:** πρέπει να προτιμούνται για τη μείωση του διαχειριστικού αποτυπώματος των προγραμμάτων. Όταν οι οργανισμοί υποβάλλουν αιτήσεις για επιχορηγήσεις και υποβάλλουν εκθέσεις για τις δράσεις τους, σε πολλές περιπτώσεις, πρέπει να εκτυπώνουν έγγραφα και να τα αποστέλλουν ταχυδρομικώς. Εάν διοργανώνετε μια εκδήλωση με 50 συμμετέχοντες στο πλαίσιο μιας Βασικής Δράσης 1 του προγράμματος Erasmus+, οι μεμονωμένοι συμμετέχοντες μπορούν να συμπληρώσουν την έκθεσή τους χρησιμοποιώντας το eTool αντί να στέλνουν μπροστά ένα έγγραφο σε χαρτί (αυτό εξακολουθεί να ισχύει για τις επιχορηγήσεις που διαχειρίζεται το Council of Europe European Youth Foundation). Με τον τρόπο αυτό μειώνεται σημαντικά ο αριθμός των εγγράφων που εκτυπώνονται και μετακινούνται και ο χρόνος που πρέπει να αφιερώνουν οι χρήστες για τη συμπλήρωση ηλεκτρονικών αιτήσεων, συμβάσεων και εκθέσεων (π.χ. συμφωνίες επιχορήγησης).

4. ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΙΤΟΥΝΤΩΝ

Οι φορείς χρηματοδότησης θα πρέπει να ενημερώνουν και να ενθαρρύνουν τους αιτούντες να εφαρμόζουν πράσινα πρότυπα στα έργα τους. Οι συμβουλές θα πρέπει να περιλαμβάνουν τρόπους αντιστάθμισης του ανθρακικού αποτυπώματος του έργου (π.χ. αν έχουν 10 συμμετέχοντες που ταξιδεύουν με αεροπλάνο από το Α στο Β, τότε ίσως θα μπορούσαν να μειώσουν το αποτύπωμά τους παρέχοντας γεύματα χωρίς κρέας, επιλέγοντας ένα πράσινο ξενοδοχείο). Θα μπορούσαν επίσης να διερευνηθούν και άλλα μέτρα, όπως η παροχή κινήτρων, όπως η δωρεάν μεταφορά με τα μέσα μαζικής μεταφοράς (που ήδη υπάρχουν στη Σκωτία, το Λουξεμβούργο και το Ταλίν).

- Μοιραστείτε με τους δυνητικούς αιτούντες/δικαιούχους εργαλειοθήκες σχετικά με τις διάφορες παραμέτρους που χρηματοδοτούνται από τα έργα, όπως πιο πράσινοι τρόποι μετακίνησης, διοργάνωσης συναντήσεων/εκδηλώσεων κ.λπ.
- Προβάλετε τις πράσινες καλές πρακτικές και χρησιμοποιήστε τις για να εμπνεύσετε άλλους οργανισμούς και τομείς. Είναι σημαντικό να κοινοποιούνται τα καλά αποτελέσματα/έργα που χρηματοδοτούνται μέσω των διαφόρων προγραμμάτων και να προβάλλονται ως καλές πρακτικές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΡΓΑΛΕΙΟΘΗΚΗ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΗ ΤΥΠΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ



Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 1, για την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, ως εργαζόμενος στον τομέα της πληροφόρησης των νέων, μπορείτε να σχεδιάζετε και να συνδιοργανώνετε εργαστήρια, συζητήσεις, ημερίδες πληροφόρησης, επισκέψεις σε τοποθεσίες, pop-up καμπάνιες και άλλες **δραστηριότητες μη τυπικής εκπαίδευσης** με τους νέους. Το παρόν κεφάλαιο έχει ως στόχο να σας παράσχει ορισμένες συμβουλές και συστάσεις σχετικά με το πώς να **κάνετε τις εκπαιδευτικές σας δραστηριότητες πιο φιλικές προς το περιβάλλον** και πώς να αξιοποιήσετε τις μεθόδους μη τυπικής εκπαίδευσης για να συζητήσετε και να αντιμετωπίσετε περιβαλλοντικά ζητήματα.

Οι δραστηριότητες που παρέχονται αποτελούν απλώς μια **επιλογή σχετικών παραδειγμάτων**. Σκοπός τους είναι να σας εμπνεύσουν για το πώς να αξιοποιήσετε την εμπειρία σας στη μη τυπική μάθηση για να υποστηρίξετε την οικολογική συνείδηση των νέων, τον πράσινο γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και την πληροφόρηση, ή τις πράσινες αντιλήψεις και πρακτικές τους.

4.1 ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΤΙΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΕΣ ΣΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ

Όταν πραγματοποιείτε δραστηριότητες μη τυπικής εκπαίδευσης με στόχο την υποστήριξη της οικολογικής συνείδησης των νέων, είναι σημαντικό όχι μόνο να κάνετε δραστηριότητες σχετικά

με το θέμα αλλά και να βεβαιώνετε ότι οι επιλογές σας είναι συνεκτικές με το μήνυμά σας, π.χ. το υλικό και η υλικοτεχνική υποδομή που χρησιμοποιείτε να υποστηρίζουν αυτό το μήνυμα.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να **επανεξετάσετε την υλικοτεχνική σας υποδομή ώστε να υποστηρίξετε μια πράσινη ατζέντα**, μερικοί από τους οποίους αναφέρθηκαν στο κεφάλαιο 2, για παράδειγμα για το πώς να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα στο γραφείο, και μπορούν να εφαρμοστούν σε αυτές τις ρυθμίσεις. Ακολουθούν μερικές προτάσεις για να σας βοηθήσουν στον σχεδιασμό σας:

- **Σκεφτείτε τον τόπο** διεξαγωγής της εκπαιδευτικής σας δραστηριότητας, υπάρχουν επιλογές που θα μπορούσαν να ενισχύσουν το μήνυμά σας (π.χ. εκπαιδευτικές δραστηριότητες που οργανώνονται σε εξωτερικό χώρο, σε κάμπινγκ ή κατά τη διάρκεια μιας πεζοπορίας);
- **Σκεφτείτε το υλικό που χρησιμοποιείτε**. Είναι το υλικό φιλικό προς το περιβάλλον; Υπάρχουν εναλλακτικοί τρόποι με τους οποίους μπορείτε να μειώσετε την ποσότητα των post-it, των flipcharts και των μαρκαδόρων; Ίσως να επενδύσετε σε πίνακες ή επαναχρησιμοποιήσιμα flipchart και post-it ή να βρείτε δημιουργικούς τρόπους να χρησιμοποιήσετε τους πόρους της φύσης για εκπαιδευτικούς σκοπούς.
- **Εξετάστε το ενδεχόμενο να μοιραστείτε πληροφορίες στο διαδίκτυο εκ των προτέρων**. Σκεφτείτε ποιες πληροφορίες είναι πραγματικά απαραίτητο να εκτυπώσετε για τους συμμετέχοντες, μπορείτε πάντα να προβάλλετε τις πληροφορίες σε μια οθόνη, να τις γράψετε σε ένα κεντρικό σημείο, ή να στείλετε τις πληροφορίες εκ των προτέρων.
- **Επανασχεδιάστε τις καρτέλες με τα ονόματα**. Αναζητήστε εταιρείες που εκτυπώνουν σε χαρτί σπόρων, δημιουργήστε τις δικές σας επαναχρησιμοποιήσιμες καρτέλες ονομάτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τη μια εκδήλωση στην άλλη ή συμπεριλάβετε μια σειρά από παιχνίδια με ονόματα- περάσαμε το μεγαλύτερο μέρος της ζωής μας χωρίς καρτέλες ονομάτων και παρόλα αυτά καταφέραμε να μάθουμε αρκετά.



4.2

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΗ ΤΥΠΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Αυτή η επιλογή δραστηριοτήτων έχει ως στόχο να **δείξει πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί ή να προσαρμοστεί το υπάρχον υλικό** για την αντιμετώπιση ζητημάτων περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Κάθε δραστηριότητα είναι αυτόνομη και μπορεί να διεξαχθεί ανεξάρτητα από τις άλλες. Οι πρακτικές πληροφορίες για κάθε δραστηριότητα, όπως το μέγεθος της ομάδας, η διάρκεια κ.λπ., δεν αποτελούν απαραίτητο κανόνα και αναφέρονται μόνο ως πρόταση. Πολλές μεταβλητές θα επηρεάσουν τον τρόπο διεξαγωγής της δραστηριότητας και κάθε δραστηριότητα θα πρέπει να προσαρμόζεται στις συγκεκριμένες ανάγκες του κοινού της και στους διαθέσιμους πόρους.

Εκτός αν αναφέρεται διαφορετικά, οι δραστηριότητες που παρουσιάζονται δεν απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις. Καλό θα ήταν να **εξοικειωθείτε με το υλικό και το θέμα εκ των προτέρων**, ώστε να μπορέσει να προσαρμοστεί καλύτερα στο κοινό.

Οι ακόλουθες δραστηριότητες επιδιώκουν να **ενθαρρύνουν τους συμμετέχοντες να σκεφτούν κριτικά και να αναλάβουν δράση** σε διάφορα πράσινα θέματα. Αποτελούν ευκαιρίες για τους νέους να βιώσουν, να προβληματιστούν, να αναλύσουν και να ασκήσουν κριτική- αλλά κυρίως να εκφραστούν, σε διάφορους τομείς που σχετίζονται με τους διάφορους άξονες που προσδιορίστηκαν στο Κεφάλαιο 1:

1.1 Πράσινος γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας και στην πληροφόρηση:

1. Τίτλοι
2. Ανάλυση των μέσων ενημέρωσης σε 6 μέρη
3. Αληθινή πληροφορία ή ψέμα;
4. Ψεύτικο!
5. Greenwashing

1.2 Ενεργός συμμετοχή των πολιτών και δέσμευση για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα:

6. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Ένας νέος τρόπος άσκησης πίεσης
7. Δημιουργία εκστρατείας ευαισθητοποίησης

1.3 Προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και των πράσινων πρακτικών:

8. Το πράσινο περιβάλλον μου
9. Ποιο είναι το αποτύπωμα άνθρακα μου;
10. Είσαι αυτό που φοράς

4.2

1. ΤΙΤΛΟΙ

ΣΤΟΧΟΙ

Η δραστηριότητα αυτή έχει ως στόχο να:

- Προσδιοριστούν οι διάφοροι τύποι μέσων ενημέρωσης.
- Γίνει κατανοητό πώς τα διάφορα μέσα ενημέρωσης μπορούν να εκφράζουν διαφορετικές απόψεις/απόψεις/ σύμφωνα με το υπόβαθρό τους.
- Γίνει αντιληπτή η διαφορά μεταξύ πληροφορίας και παρερμηνείας.
- Γίνει κατανοητό ότι τα γεγονότα μπορούν να ερμηνευθούν με διαφορετικούς τρόπους.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 12 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

Τουλάχιστον 10 συμμετέχοντες

ΥΛΙΚΑ

- Πραγματικά γεγονότα (βοήθημα δραστηριότητας 1) - ένα αντίγραφο ανά δύο άτομα.
- Τύποι μέσων ενημέρωσης (βοήθημα δραστηριότητας 2) - ένας τύπος μέσου ενημέρωσης (κάρτα) ανά δύο άτομα (πολλά ζεύγη μπορούν να έχουν το ίδιο μέσο αν πρόκειται για μεγάλη ομάδα).
- Χαρτί και στυλό.

ΧΡΟΝΟΣ

60 λεπτά

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/ ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Βασικές γνώσεις σχετικά με τον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και την πληροφόρηση.

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

- Χρησιμοποιώντας το βοήθημα της δραστηριότητας 2, ετοιμάστε κάρτες με τους διαφορετικούς τύπους μέσων ενημέρωσης γραμμένους σε κάθε μία (ένας τύπος μέσου ενημέρωσης ανά κάρτα).
- Απλώστε τις κάρτες με τους τύπους μέσων ενημέρωσης, έτσι ώστε να μην είναι ορατή η εκτύπωση.
- Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ζευγάρια.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Κάθε ζευγάρι επιλέγει μια τυχαία κάρτα μέσων ενημέρωσης και του δίνεται το ενημερωτικό δελτίο, ένα σύντομο και αντικειμενικό δελτίο πληροφοριών για ένα βίαιο γεγονός που συνέβη.
- Ένας από τους συμμετέχοντες διαβάζει αυτά τα γεγονότα δυνατά.
- Κάθε ζευγάρι παίρνει ένα στυλό και ένα φύλλο χαρτί και του δίνεται λίγος χρόνος για να σκεφτεί και να γράψει έναν τίτλο που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για ένα άρθρο σχετικά με τα γεγονότα, το οποίο θα κυκλοφορήσει μέσω του μέσου ενημέρωσης της κάρτας του.
- Οι διαφορετικοί τίτλοι κάθε ζευγαριού παρουσιάζονται σε όλη την ομάδα.
- Ρωτήστε τους συμμετέχοντες ποιος τίτλος είναι πιο κοντά (και μετά πιο μακριά) σε αυτό που θα ανέφεραν οι ίδιοι για τα γεγονότα.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Θέστε στους συμμετέχοντες τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Οι τίτλοι που σκεφτήκατε είναι διαφορετικοί; Θα ήταν διαφορετικά και τα άρθρα; Τι θα ήταν διαφορετικό; Ποια γεγονότα θα τονίζονταν και ποιες ερμηνείες θα γίνονταν;
- Μπορούν ένα μέσο ενημέρωσης, ένας τίτλος και ένας τρόπος αναφοράς να επηρεάσουν τη γνώμη σας για ένα θέμα;
- Είναι όλα τα μέσα ενημέρωσης ουδέτερα όταν αναφέρονται σε θέματα; Θα έπρεπε όλα τα μέσα ενημέρωσης να είναι ουδέτερα; Έχετε παραδείγματα πραγματικών γεγονότων που αντιμετωπίζονται διαφορετικά από τα διάφορα μέσα ενημέρωσης; (Για παράδειγμα: συχνά, μετά από μια διαδήλωση, η αστυνομία αναφέρει λιγότερους συμμετέχοντες από ό,τι οι διοργανωτές).
- Πώς μπορούμε να είμαστε ανθεκτικοί απέναντι στην πληροφόρηση και την επιρροή των διαφόρων μέσων ενημέρωσης στη ζωή μας;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Είναι καλό να γνωρίζετε ότι ο τρόπος παρουσίασης των πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει τους ανθρώπους να λάβουν τις πληροφορίες ως δεδομένες. Όταν υπάρχει ένας στόχος πίσω από τις πληροφορίες (όπως το να πείσετε τους ανθρώπους), είναι πιθανό να αποκρύπτονται άλλες πληροφορίες ή, ακόμη χειρότερα, να αλλάζουν οι πληροφορίες. Συχνά, όταν κάτι παρουσιάζεται και

φαίνεται «πολύ καλό για να είναι αληθινό», συνιστάται μια κριτική προσέγγιση. Οι διαφημίσεις, τα άρθρα των μέσων ενημέρωσης κ.λπ. μπορούν να προσεγγιστούν με μια υγιή κριτική σκέψη.

ΠΑΡΑΜΑΓΕΣ

- Χρησιμοποιήστε ένα άλλο θέμα που αρέσει στους συμμετέχοντες και δώστε τους άλλα στοιχεία.
- Οι συμμετέχοντες σκέφτονται/προσπαθούν να βρουν μια εικόνα που μπορούν να ταιριάξουν με τους τίτλους τους. Όταν εργάζεστε με εικόνες, συνδέστε επίσης την επιρροή των εικόνων στην αξιολόγηση.
- Κάθε ζευγάρι διαλέγει δύο κάρτες μέσωσ ενημέρωσης και σκέφτεται δύο εναλλακτικούς τίτλους για το είδος του μέσου ενημέρωσης (για παράδειγμα, διαφορετικές πολιτικές θέσεις).
- Θα ήταν ενδιαφέρον να συνδεθεί η άσκηση με την εξτρεμιστική προπαγάνδα, όπου οι πληροφορίες χρησιμοποιούνται για να επηρεάσουν τους άλλους. Συχνά, η επιλογή της εικόνας που παρουσιάζεται, οι τίτλοι και ο τρόπος με τον οποίο δίνονται οι εξηγήσεις, μπορεί να είναι πολύ πειστικές, αλλά σίγουρα όχι σωστές.
- Επενδύστε σε μικρούς πίνακες που θα χρησιμοποιηθούν ως πινακίδες αντί για χαρτί, ώστε να μειωθεί η ποσότητα χαρτιού που χρησιμοποιείται στη δραστηριότητα.

ΠΗΓΗ

Απόσπασμα από το [Liaisons- A toolkit for preventing violent extremism \(2018\)](#)-

The European Youth Information and Counselling Agency- σελ. 190-193.

Οι βοηθητικές δραστηριότητες προσαρμόστηκαν για το EYID 2020 ώστε να ταιριάζουν με τη θεματική της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ

Πυρκαγιές στον Αμαζόνιο της Βραζιλίας το 2019:

- Εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου ως αποτέλεσμα της αποψίλωσης του τροπικού δάσους του Αμαζονίου.
- Δασικές πυρκαγιές εκδηλώνονται στον Αμαζόνιο κατά τη διάρκεια της ξηρής περιόδου μεταξύ Ιουλίου και Οκτωβρίου.
- Μπορεί να προκληθούν από φυσικά φαινόμενα, όπως κεραυνοί, αλλά φέτος οι περισσότερες πιστεύεται ότι προκλήθηκαν από αγρότες και υλοτόμους που καθάριζαν τη γη για καλλιέργειες ή βόσκηση.
- Η σημερινή κυβέρνηση αρνείται να λάβει βοήθεια από τη διεθνή σκηνή.
- Καθώς ο παγκόσμιος πληθυσμός συνεχίζει να αυξάνεται, η ζήτηση για προϊόντα κρέατος αυξάνεται, επιταχύνοντας τις πρακτικές αποψίλωσης των δασών για την παραγωγή περισσότερων προϊόντων.

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 2: ΤΥΠΟΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Μια αντικειμενική και ποιοτική εφημερίδα: Παραθέτει τα γεγονότα και όχι ερμηνείες των γεγονότων

Εθνικό σκανδαλοθηρικό περιοδικό: Υπερασπίζεται την εθνική κυριαρχία της Βραζιλίας

Ένα εκπαιδευτικό περιοδικό για τις επιπτώσεις στην αποψίλωση των δασών: Συμβάλλει στην επιστήμη μέσω των επιπτώσεων για τη γεωργία

Μια σελίδα στο Facebook: Δίνονται μάχες κατά των επιπτώσεων της υπερθέρμανσης του πλανήτη λόγω των πυρκαγιών

Μια τοπική εφημερίδα: Παίρνει συνεντεύξεις από τοπικούς αγρότες που επικαλούνται τις επιπτώσεις στο εισόδημα

Ένα blog ενός vegan influencer: Θέλει να παρουσιάσει την επίδραση της κατανάλωσης κρέατος στον πλανήτη

4.2

2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΣΕ 6 ΜΕΡΗ

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

- Για να εισαγάγετε τη δραστηριότητα, παρουσιάστε το έγγραφο των μέσων μαζικής ενημέρωσης και το περιεχόμενό του.
- Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα ένα αντίγραφο από το βοήθημα της δραστηριότητας: «Οι έξι παράμετροι του γραμματισμού στα μέσα».
- Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να χωριστούν σε μικρές ομάδες (ιδίως όταν εργάζεστε με μια μεγάλη). Δώστε τους χαρτί και στυλό.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Σε μικρές ομάδες, ζητήστε από τους συμμετέχοντες να διαβάσουν το έγγραφο χρησιμοποιώντας το βοήθημα της δραστηριότητας. Ζητήστε τους να καταγράψουν την ανάλυσή τους.
- Συγκεντρώστε τις ομάδες. Ζητήστε από κάθε υποομάδα να ορίσει έναν εκπρόσωπο που θα μοιραστεί όσα κατέγραψε η ομάδα, άλλα μέλη της ομάδας μπορούν να συνεισφέρουν αν χρειαστεί.
- Σχεδιάστε σε ένα flipchart μια περίληψη των σκέψεων της ομάδας χρησιμοποιώντας ως πλαίσιο το βοήθημα της δραστηριότητας. Τα επιμέρους θέματα έχουν νόημα μόνο όταν συνδέονται με κάποια άλλα- δεν μπορούμε να μελετήσουμε ένα συγκεκριμένο ακροατήριο, για παράδειγμα, αν δεν κατανοήσουμε ποιες τεχνολογίες χρησιμοποιούνται για να το προσεγγίσουν.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Πώς αξιολογούν οι συμμετέχοντες τη δραστηριότητα;
- Τι έμαθαν μέσα από αυτή τη διαδικασία;
- Πιστεύουν ότι αυτό που έμαθαν είναι κάτι χρήσιμο γι' αυτούς;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Είναι καλό να γνωρίζετε ότι ο τρόπος παρουσίασης των πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει τους ανθρώπους να λάβουν τις πληροφορίες ως δεδομένες. Όταν υπάρχει ένας στόχος πίσω από τις πληροφορίες (όπως το να πείσετε τους ανθρώπους), είναι πιθανό να αποκρύπτονται άλλες πληροφορίες ή, ακόμη χειρότερα, να αλλάζουν οι πληροφορίες. Συχνά, όταν κάτι παρουσιάζεται και φαίνεται «πολύ καλό για να είναι αληθινό», συνιστάται μια κριτική προσέγγιση. Οι διαφημίσεις, τα άρθρα των μέσων ενημέρωσης κ.λπ. μπορούν να προσεγγιστούν με μια υγιή κριτική σκέψη.

ΠΗΓΗ

Απόσπασμα από το [Liaisons- A toolkit for preventing violent extremism \(2018\)](#)- The European Youth Information and Counselling Agency- σελ. 194-195.

ΣΤΟΧΟΙ

Η δραστηριότητα αυτή έχει ως στόχο να:

- Παρέχει μια δομή μέσω της οποίας μπορεί να αναλυθεί οποιοδήποτε έγγραφο των μέσων ενημέρωσης.
- Διδάξει στους συμμετέχοντες πώς να θέτουν ερωτήσεις σχετικά με τα κίνητρα, τα ζητήματα και τις επιλογές που εμπλέκονται στα μέσα ενημέρωσης.
- Ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να αναπτύξουν και να χρησιμοποιήσουν δεξιότητες κριτικής σκέψης.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 15 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

Οποιοδήποτε

ΥΛΙΚΑ

- 1 έγγραφο πολυμέσων (απόσπασμα βίντεο, τηλεοπτική εκπομπή, περιοδικό, διαφημιστική καμπάνια, διαδικτυακή πλατφόρμα κ.λπ.) ή περισσότερα αν θέλετε να συγκρίνετε πολλά έγγραφα, εξετάζοντας ομοιότητες και διαφορές.
- Βοήθημα δραστηριότητας 1: «Οι έξι παράμετροι του γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης», τόσα αντίτυπα όσα και ο αριθμός των συμμετεχόντων.
- Χαρτί και στυλό.
- Ένα flipchart με μεγάλα φύλλα χαρτιού και μαρκαδόρους.

ΧΡΟΝΟΣ

60 λεπτά

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/
ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Βασικές γνώσεις σχετικά με τον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και την πληροφόρηση.

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΟΙ ΕΞΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΟΝ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Για να πραγματοποιήσετε μια κριτική ανάλυση των μέσων ενημέρωσης, μπορείτε να εξετάσετε έξι αλληλένδετες πτυχές:

- **Οι παραγωγοί:** Είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τον κόσμο της “παραγωγής” μέσων ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων όλων των μορφών οπτικοακουστικής παραγωγής, ακόμη και των πιο παραδοσιακών μορφών. Ποιος δημιούργησε αυτό το κομμάτι των μέσων ενημέρωσης; Είναι εντελώς ανεξάρτητοι ή αποτελούν μέρος μιας ευρύτερης ομάδας; Αν ναι, τι γνωρίζετε για την ομάδα; Έχουν οι άνθρωποι που δημιούργησαν αυτό το κομμάτι της πληροφορίας κάποια συγκεκριμένη φιλοσοφική ή πολιτική προκατάληψη; Πώς είναι σε θέση να διατηρήσουν την παραγωγή και τη διακίνηση των μέσων ενημέρωσης τόσο οικονομικά όσο και τεχνικά;

- **Η γλώσσα:** Κάθε μήνυμα που αποτελείται από κείμενο, ήχο ή εικόνα είναι σύνθετο. Τα μηνύματα αυτά αποτελούνται από πολλαπλά στοιχεία που είναι διατεταγμένα για να παράγουν ένα συγκεκριμένο νόημα (πλαισίωση, οπτικό υλικό, ήχος, διάταξη, χρησιμοποιούμενη γλώσσα...). Είναι σημαντικό να αναλύσουμε και να κατανοήσουμε τη γλώσσα που χρησιμοποιείται για να μπορέσουμε να αποκωδικοποιήσουμε τις πληροφορίες και να αντιληφθούμε τις λεπτές αποχρώσεις και τις μη λεκτικές ιδέες που επικοινωνούνται.

- **Η τεχνολογία:** Τεχνολογία: Η τεχνολογία αναφέρεται στον οπτικό και ηχητικό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται για την επικοινωνία ενός μηνύματος. Αυτό περιλαμβάνει τον καθημερινό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται για την κατανάλωση των μέσων ενημέρωσης και την ανακάλυψη νέων και πιο προηγμένων τεχνολογιών.

- **Η παρουσίαση:** Αυτό το θέμα αναφέρεται τόσο στον τρόπο με τον οποίο ένα έγγραφο των μέσων ενημέρωσης αντιμετωπίζει το θέμα που παρουσιάζει (ένα γεγονός, πρόσωπο, αντικείμενο, κατάσταση) όσο και στην επίδραση που αυτό έχει στον τρόπο με τον οποίο το κοινό αντιλαμβάνεται το θέμα. Πρόκειται για την κατανόηση της επιρροής που μπορούν να ασκήσουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται i κάτι.

- **Ακροατήριο:** Εξετάζοντας το κοινό, πρέπει να εξετάσουμε την προσέγγιση με την οποία ένας αναγνώστης, παίκτης, ακροατής, θεατής ή (διαδικτυακός) περιηγητής αντιλαμβάνεται ένα έγγραφο πολυμέσων. Αυτό εξαρτάται από τη δική τους εκπαίδευση, την πολιτιστική τους εμπειρία, το ενδιαφέρον και την ηλικία τους, μεταξύ άλλων παραγόντων.

- **Είδος εγγράφου:** Για να κατανοήσουμε ένα έγγραφο των μέσων ενημέρωσης, είναι σημαντικό να μπορούμε να το κατηγοριοποιήσουμε ανάλογα με το περιεχόμενό του (πολιτική, αθλητισμός, ειδήσεις...) και το είδος του (ντοκιμαντέρ, μυθοπλασία, κινούμενα σχέδια...). Οι κατηγορίες αυτές δεν είναι ασφαλώς ομοιογενείς και κάθε κατηγορία θα περιέχει από μόνη της μια πληθώρα διαφορετικών προσεγγίσεων. Στόχος είναι να ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους να είναι σε θέση να ταξινομήσουν τα έγγραφα με τα οποία ασχολούνται και τους συνειρμούς που τα συνοδεύουν. Για παράδειγμα, είναι αυτή η πληροφορία στη Βικιπαίδεια επιστημονική, έχει σκοπό τη διαφήμιση ή είναι η δραματοποίηση ενός γεγονότος; Αυτή η πληροφορία εμφανίζεται επανειλημμένα στην τηλεόραση, είναι μια είδηση με μια σειρά νέων εξελίξεων ή πρόκειται για μια σειρά; Πρόκειται για ρεπορτάζ ή για μυθοπλασία;

4.2

3. ΑΛΗΘΙΝΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ Η ΨΕΜΑ;

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Προηγουμένως, ρωτήστε την ομάδα αν έχει ποτέ βιώσει ή ακούσει για φήμες ή ψευδείς ειδήσεις σχετικά με την κλιματική αλλαγή, είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είτε γενικά στο Διαδίκτυο. Αν όχι, δώστε παραδείγματα ορισμένων γνωστών ψευδών ειδήσεων για την κλιματική αλλαγή που έχουν αναφερθεί από τα μέσα ενημέρωσης.
- Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να χωριστούν σε μικρές ομάδες των 2-4 ατόμων.
- Δώστε σε όλους τους συμμετέχοντες ένα αντίγραφο μιας ψευδής είδησης που λάβατε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ζητήστε τους να συγκεντρώσουν όσες περισσότερες πληροφορίες μπορούν σχετικά με αυτή την είδηση (ιδίως μέσω μηχανών αναζήτησης).
- Η έρευνά τους θα πρέπει να επικεντρωθεί σε διάφορα σημεία:
 - Από πού υποτίθεται ότι προήλθε το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου/ φημολογία.
 - Διάδοση (πώς διαδόθηκε η φήμη, είτε μέσω του Διαδικτύου είτε μέσω των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης που ενδέχεται να μεταδίδουν και να ενισχύουν ψευδείς πληροφορίες).
 - Αιτίες και επιπτώσεις της ψεύτικης είδησης.
 - Πώς διαψεύστηκαν οι πληροφορίες.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Για το τέλος, οι συμμετέχοντες συγκεντρώνονται για να μοιραστούν τι διαπίστωσαν. Κατά τη διάρκεια της συζήτησης, η ομάδα θα πρέπει να ταξινομήσει τις διάφορες φήμες σε κατηγορίες. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν τις κατηγορίες που προτείνονται από τον ιστότοπο <http://www.hoax-slayer.net/>. *
- Ζητήστε από την ομάδα να βελτιώσει τον ορισμό της φήμης, όπως εμφανίζεται στο Διαδίκτυο.
- Τέλος, συζητήστε με τους συμμετέχοντες πώς θα μπορούσαν να συμμετέχουν στη διάδοση ή την καταγγελία των ψευδών ειδήσεων. Για παράδειγμα, ενημερώνοντας ιστότοπους καταγγελίας ή προειδοποιώντας άλλους πιθανούς παραλήπτες ενός μηνύματος.

* Το *Hoax Slayer* επιτρέπει στους χρήστες του Διαδικτύου να ελέγχουν την εγκυρότητα των πληροφοριών που δημοσιεύονται στο Διαδίκτυο και να εντοπίζουν ψευδής ειδήσεις. Παρουσιάζει επιχειρήματα που είτε επιβεβαιώνουν την πληροφορία είτε την καταρρίπτουν. Ταξινομεί τις πληροφορίες σε διάφορες κατηγορίες, για παράδειγμα: ψευδείς ειδήσεις, κακόβουλο λογισμικό, παραπλανητικές, φάρσες, χιούμορ, πολιτική, απάτες, ψεύτικες προειδοποιήσεις κ.λπ.
 Προειδοποίηση: ο ιστότοπος *Hoax Slayer* δεν είναι αλάνθαστος και μπορεί επίσης να κάνει λάθος. Είναι σημαντικό να είστε σε εγρήγορση και να είστε κριτικοί σε όλες τις περιστάσεις.

ΣΤΟΧΟΙ

Οι νέοι που χρησιμοποιούν τακτικά το Διαδίκτυο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα κοινωνικά δίκτυα είναι πιθανό να λάβουν διάφορα είδη ψευδών πληροφοριών ή φημών (ψευδείς αναφορές, ιούς, συνδέσμους...). Μπορεί να έχουν ανταποκριθεί, καθώς δεν έχουν ίσως τα εργαλεία για την άσκηση κριτικής σκέψης. Αυτή η δραστηριότητα έχει ως στόχο:

- Να βοηθήσει τους συμμετέχοντες να εντοπίσουν ψευδείς πληροφορίες στο Διαδίκτυο.
- Να βοηθήσει να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες/αντανακλαστικά για την αμφισβήτηση των πληροφοριών που κυκλοφορούν στο Διαδίκτυο.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 15 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

2 - 4 συμμετέχοντες, ανάλογα με τον αριθμό των διαθέσιμων υπολογιστών/ κινητών συσκευών

ΥΛΙΚΑ

- Υπολογιστές με καλή σύνδεση στο Διαδίκτυο ή κινητές συσκευές.
- Διαφορετικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή μηνύματα που περιέχουν ψεύτικες πληροφορίες σχετικά με την κλιματική αλλαγή για να αποσταλούν στους συμμετέχοντες. Παραδείγματα μπορούν να ληφθούν από ιστότοπους που εκθέτουν ψευδείς πληροφορίες, όπως το <http://www.hoax-slayer.net/> ή οποιοσδήποτε άλλος παρόμοιος ιστότοπος που υπάρχει στη χώρα σας.
- Flipchart και μαρκαδόροι.

ΧΡΟΝΟΣ

60 λεπτά

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Για την ομαλή διεξαγωγή της δραστηριότητας, προσπαθήστε να επιλέξετε ψευδείς ειδήσεις που έχουν συζητηθεί ευρέως, ώστε να υπάρχει άφθονο υλικό στο διαδίκτυο.

ΠΗΓΗ

Απόσπασμα από το [Liaisons- A toolkit for preventing violent extremism \(2018\)](#)- The European Youth Information and Counselling Agency- σελ. 197-199.

Η δραστηριότητα προσαρμόστηκε για το EYID 2020 ώστε να ταιριάζει με το θέμα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

4.2

4. ΨΕΥΤΙΚΟ!

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ακολουθεί μια συλλογή από 6 παραποιημένες εικόνες με photoshop, εκτός από την πραγματική, μη παραποιημένη εκδοχή τους. Ο σκοπός αυτής της διαδραστικής άσκησης είναι να δείξει στο κοινό μια σειρά παραδειγμάτων για το πώς παράγονται διακριτικά ψεύτικες εικόνες μέσω εργαλείων επεξεργασίας όπως το photoshop.

- Συγκεντρώστε τους συμμετέχοντες γύρω από μια οθόνη/ηροβολία.
- Προβάλλετε τις πρώτες εικόνες (ψεύτικες) και ζητήστε τους να μετρήσουν πόσες από τις εικόνες νομίζουν ότι είναι πραγματικές.
- Αφού δουν τις παραποιημένες εικόνες, δείξτε τους μία προς μία τις αυθεντικές, αντιπαραβάλλοντας τις ψεύτικες.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Μετρήστε μαζί τις σωστές απαντήσεις.
- Πόσο συχνά οι συμμετέχοντες βλέπουν τέτοιου είδους φωτογραφίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
- Πώς μπορούμε να ελέγξουμε την εγκυρότητά τους;
- Συζητήστε τη σημασία της κριτικής σκέψης και της επαλήθευσης των πηγών πληροφόρησης.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Προσπαθήστε να δείτε τυχόν τρέχοντα παραδείγματα των παραποιημένων εικόνων στη χώρα σας και προσθέστε τα.

ΠΑΡΑΜΑΓΕΣ

Ενθαρρύνετε τους νέους να αναζητήσουν εικόνες που τους τράβηξαν την προσοχή και να συνεργαστούν για να εξακριβώσουν αν είναι πραγματικές ή αν έχουν παραποιηθεί.

ΠΗΓΗ

Εικόνες από [Bored Panda- 30 ψεύτικες viral φωτογραφίες που οι άνθρωποι πίστευαν ότι ήταν πραγματικές](#)

Η δραστηριότητα δημιουργήθηκε για το EYID 2020 με σκοπό την προώθηση της κριτικής σκέψης και του γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης και πληροφόρησης.

ΣΤΟΧΟΙ

Η δραστηριότητα αυτή έχει ως στόχο να:

- Ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να σκεφτούν κριτικά για τις πληροφορίες και τα μέσα ενημέρωσης που χρησιμοποιούν τακτικά και να αμφισβητήσουν την αυθεντικότητά τους.
- Παρουσιάσει πόσο εύκολα μπορούν να επεξεργαστούν και να παραποιηθούν οι φωτογραφίες, γεγονός που έχει αντίκτυπο στον τρόπο με τον οποίο γίνονται αντιληπτές οι διάφορες ειδήσεις και πληροφορίες.
- Δώσει παραδείγματα για το ότι δεν είναι όλα όσα βλέπουμε στο διαδίκτυο ή σε ένα περιοδικό στο περίπτερο αληθινά.
- Βοηθήσει στην ανάπτυξη της ικανότητας των συμμετεχόντων να εντοπίζουν τα ψευδή μέσα ενημέρωσης και την παραπληροφόρηση.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 12 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

2 - 20 συμμετέχοντες

ΥΛΙΚΑ

- Εικόνες από το βοήθημα της δραστηριότητας 1.
- Υπολογιστής.
- Προβολέας, οθόνη ή παρόμοιο.

ΧΡΟΝΟΣ

45 - 60 λεπτά

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ: ΨΕΥΤΙΚΕΣ ΕΙΚΟΝΕΣ

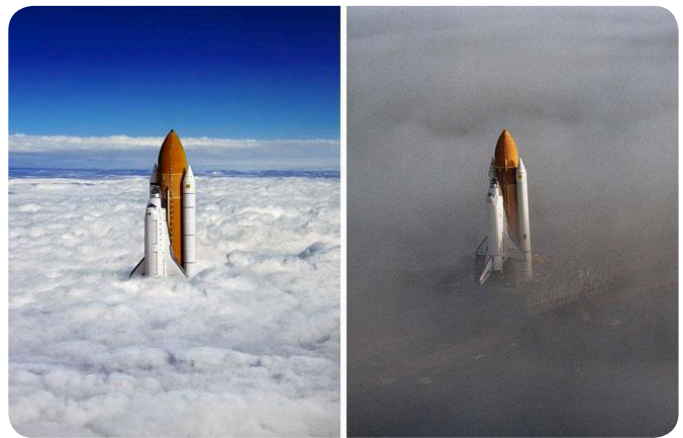
1.



2.



3.



5.



6.



ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 2: ΑΛΗΘΙΝΟ VS. ΨΕΥΤΙΚΟ

1. #10yearchallenge κατά της αποψίλωσης των δασών

Πρόσφατα το hashtag #10yearchallenge έγινε viral με ανθρώπους από όλο τον κόσμο να μοιράζονται τις αλλαγές τους κατά τη διάρκεια των ετών. Κάποιοι αποφάσισαν να χρησιμοποιήσουν το hashtag για να προειδοποιήσουν τους ανθρώπους για τον τρομερό αντίκτυπο που έχουμε σε αυτή τη γη. Ένα από τα μεγαλύτερα περιβαλλοντικά προβλήματα του 21ου αιώνα είναι η αποψίλωση των δασών και γι' αυτό ακριβώς προσπάθησαν να μας προειδοποιήσουν οι άνθρωποι. Δυστυχώς, η εικόνα που χρησιμοποιήθηκε για τη διάδοση του μηνύματος ήταν ψεύτικη - οι φωτογραφίες πριν και μετά από την πλήρη αποψίλωση ενός τροπικού δάσους ήταν στην πραγματικότητα η ίδια φωτογραφία.

2. Παγωμένη Βενετία

Η Βενετία είναι σίγουρα ένα από τα πιο όμορφα μέρη για να επισκεφθείτε σε όλο τον κόσμο, οπότε δεν χρειάζεται να κάνετε photoshop μια φωτογραφία της παγωμένης λίμνης Βαϊκάλης στη Ρωσία για να κάνετε το μέρος να φαίνεται ακόμα πιο εντυπωσιακό.

3. Φωτογραφία του διαστημικού λεωφορείου

Μια υπέροχη φωτογραφία ενός διαστημικού λεωφορείου ξεγέλασε για άλλη μια φορά πολλούς ανθρώπους και έγινε γρήγορα μια δημοφιλής εικόνα που μοιράζεται στο διαδίκτυο. Αυτό που ενόχλησε πολλούς ανθρώπους είναι η ανάγκη για photoshop ακόμη και αυτής της εικόνας, αφού η αρχική είναι ήδη πολύ ωραία όπως είναι.

4. Ένα νησί που μοιάζει με αστέρι

Φωτογραφίες όπως αυτή θα σας προκαλέσουν σίγουρα μεγάλη επιθυμία για ταξίδια. Φανταστείτε τον εαυτό σας να πίνει ένα νόστιμο κοκτέιλ ενώ χαλαρώνετε σε ένα νησί στη μέση του ωκεανού που έχει σχήμα αστεριού. Δυστυχώς, ένα τέτοιο νησί δεν υπάρχει, αλλά αυτό που μπορείτε να κάνετε είναι να επισκεφθείτε το νησί Molokini σε σχήμα φεγγαριού, που βρίσκεται ανάμεσα στα νησιά Maui και Kahoolawe της Χαβάης.

5. Το φεγγάρι που ταιριάζει απόλυτα σε έναν ουρανοξύστη

Υπάρχει μια περίεργη εμμονή με τα φεγγάρια στις viral φωτογραφίες, φαίνεται ότι αν θέλετε πραγματικά να έχετε μια δημοφιλή φωτογραφία, απλά προσθέστε ένα φεγγάρι στο πιο μη ρεαλιστικό σημείο. Αυτό ακριβώς συνέβη με αυτή τη φωτογραφία που τράβηξε ο Mo Aoun.

6. Τέλεια φακοειδή σύννεφα

Τα φακοειδή σύννεφα είναι ήδη πολύ ωραία ως έχουν και δεν χρειάζεται υπερβολικό photoshop για να τα κάνετε να φαίνονται καλύτερα. Δυστυχώς, ο δημιουργός της έκδοσης με το photoshop δεν σκέφτηκε έτσι. Μάλλον ολόκληρο το διαδίκτυο δεν σκέφτηκε έτσι, αφού η ψεύτικη φωτογραφία έγινε η επιφάνεια εργασίας που επέλεξαν πολλοί.

4.2

5. GREENWASHING

ΣΤΟΧΟΙ

Σε αυτή τη δραστηριότητα οι συμμετέχοντες αναλύουν διαφημίσεις για να εντοπίσουν τα ψευδή μηνύματα που βρίσκονται στην καρδιά του greenwashing. Χρησιμοποιούν δημιουργικές δεξιότητες για να αναπτύξουν τις δικές τους διαφημίσεις ευαισθητοποίησης κατά των περιβαλλοντικών απειλών. Θα μάθουν επίσης για βασικές έννοιες όπως: το greenwashing, ο καταναλωτισμός, οι περιβαλλοντικές απειλές, η βιωσιμότητα ή οι δημόσιες σχέσεις. Συνολικά αυτή η δραστηριότητα θα βοηθήσει τους συμμετέχοντες να:

- Προσδιορίσουν τις περιβαλλοντικές απειλές που προκαλούνται από διάφορες βιομηχανίες.
- Κατανοήσουν το ρόλο των δημόσιων σχέσεων (PR) και πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το «greenwashing» των περιβαλλοντικών απειλών.
- Αναπτύξουν κριτική σκέψη.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 15 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

4-30 συμμετέχοντες

ΥΛΙΚΑ

- Μερικά παραδείγματα greenwashing από το www.greenwashingindex.com - ή από αλλού. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε διαφημίσεις από εφημερίδες ή περιοδικά: αναζητήστε αυτές που καυχιούνται για το καλό που κάνουν στο περιβάλλον.
- Αντίγραφα του καταλόγου ερωτήσεων.
- Χαρτί και στυλό.

ΧΡΟΝΟΣ

90 - 120 λεπτά

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/
ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

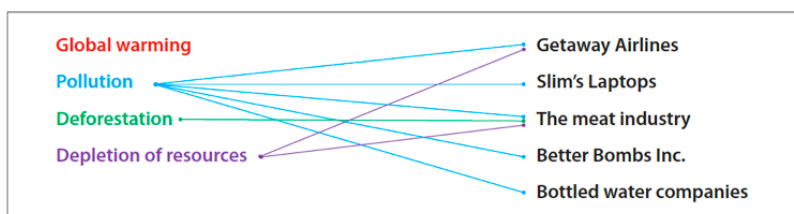
Εξοικειωθείτε εκ των προτέρων με την έννοια του greenwashing.

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

Είτε εκτυπώστε μερικά παραδείγματα από τον παραπάνω ιστότοπο, είτε φροντίστε να τα προβάλλετε σε μια οθόνη.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να κάνουν καταιγιισμό ιδεών (brainstorming) σχετικά με τις πιο σοβαρές απειλές για το περιβάλλον. Φτιάξτε έναν κατάλογο με τις προτάσεις τους στη μία πλευρά ενός flip chart.
- Τώρα ζητήστε τους να σκεφτούν προϊόντα ή εταιρείες που συμβάλλουν σε αυτές τις απειλές. Γράψτε τα στην άλλη πλευρά του χαρτιού και προσπαθήστε να συνδέσετε την απειλή με την εταιρεία.
- Πιθανόν να διαπιστώσετε ότι πολλές από τις εταιρείες συνδέονται με περισσότερες από μία απειλές.



- Μετά από περίπου 10 λεπτά, ή όταν έχετε γεμίσει ένα flip chart, ρωτήστε τους συμμετέχοντες πώς γνωρίζουν για τη ζημιά που προκαλούν αυτές οι εταιρείες στο περιβάλλον. Μας το λένε;
- Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 4-5 ατόμων και δώστε σε κάθε ομάδα 2 παραδείγματα διαφημίσεων για το greenwashing και αντίγραφα των ερωτήσεων του παραρτήματος. Ζητήστε τους να αναλύσουν τις διαφημίσεις χρησιμοποιώντας τις κατευθυντήριες ερωτήσεις. Δώστε τους περίπου 10 λεπτά για την εργασία αυτή.
- Όταν οι ομάδες απαντήσουν στις ερωτήσεις, ζητήστε να απαντήσουν γρήγορα στην ερώτηση 4 σχετικά με το αν το μήνυμα της διαφήμισης ήταν «αληθινό» για το προϊόν. Ρωτήστε εν συντομία τις ομάδες σχετικά με τις απαντήσεις τους σε ορισμένες από τις άλλες ερωτήσεις.
- Εξηγήστε την ιδέα του greenwashing (βλ. τους ορισμούς στο βοήθημα της δραστηριότητας). Θα μπορούσατε επίσης να εξηγήσετε την ιδέα του subvertising.
- Μοιράστε κομμάτια χαρτιού flipchart στις ομάδες. Πείτε τους να επιλέξουν ένα από τα προϊόντα σας και να δημιουργήσουν τη δική σας διαφήμιση για να «διορθώσουν» το μήνυμα που προβάλλει ο παραγωγός. Θέλετε οι καταναλωτές να γνωρίζουν τι πραγματικά αγοράζουν με αυτό το προϊόν! Η διαφήμισή σας θα μπορούσε να είναι μια αφίσα ή ένα σύντομο βίντεο για την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο (όχι περισσότερο από 1 λεπτό). Δώστε τους 20-30 λεπτά για αυτή τη δουλειά.
- Συγκεντρώστε ξανά την ομάδα και ζητήστε από κάθε μικρή ομάδα να παρουσιάσει τη νέα της διαφήμιση.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Ξεκινήστε με σύντομη ανατροφοδότηση σχετικά με τις διαφημίσεις.

- Τι σας άρεσε στις διαφημίσεις που δημιούργησε μία από τις άλλες ομάδες;
- Πιστεύετε ότι το μήνυμά τους ήταν πιο ακριβές από το της εταιρείας;
- Γιατί είναι πρόβλημα το greenwashing;
- Είχατε παρατηρήσει ποτέ στο παρελθόν παραδείγματα greenwashing; Μπορείτε να δώσετε παραδείγματα;
- Τι μπορεί να γίνει για το greenwashing; Ποιος πρέπει να κάνει κάτι γι' αυτό; Τι θα μπορούσατε να κάνετε εσείς;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Ο καταγιγισμός ιδεών στο σημείο 2 θα μπορούσε επίσης να γίνει σε μικρές ομάδες και οι προτάσεις θα μπορούσαν στη συνέχεια να μοιραστούν με άλλες ομάδες. Αυτό θα απαιτήσει περισσότερο χρόνο.

Αφού οι ομάδες επεξεργαστούν τις ερωτήσεις, μην αφιερώνετε πολύ χρόνο στη συζήτηση των απαντήσεων. Ο σκοπός αυτών των ερωτήσεων είναι να αρχίσουν οι συμμετέχοντες να αναλύουν τις διαφημίσεις, ώστε να μπορούν να δημιουργήσουν τις δικές τους αργότερα.

Θα μπορούσατε να ελέγξετε αν κάποιοι οργανισμοί έχουν ασχοληθεί με το subvertising εταιρικών σημάτων στη χώρα σας - ή αν υπάρχουν διεθνή σήματα που έχει γίνει subvertising και τα οποία οι συμμετέχοντες θα αναγνωρίσουν. Οι ιστότοποι www.adbusters.org και <http://thesietch.org/mysietch/keith/subvertising-gallery> δίνουν ορισμένα παραδείγματα.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ

Η δραστηριότητα «Ένας πεπερασμένος πλανήτης» εξετάζει ορισμένες από τις κρυφές παραδοχές που καθοδηγούν την κυρίαρχη σκέψη σχετικά με τον καταναλωτισμό και την ανάγκη για ανάπτυξη. Θα μπορούσατε να χρησιμοποιήσετε αυτή τη δραστηριότητα για να εξετάσετε και στη συνέχεια να αμφισβητήσετε ορισμένες από τις παραδοχές που κρύβονται πίσω από τα διαφημιστικά σλόγκαν. Θα μπορούσατε επίσης να χρησιμοποιήσετε τη δραστηριότητα «Waste manifesto», η οποία εξετάζει ορισμένες από τις επιπτώσεις του μαζικού καταναλωτισμού.

Ενημερωθείτε για το αν υπάρχει κάποιος φορέας που να εποπτεύει τις διαφημίσεις στη χώρα σας και αν μπορούν να υποβληθούν καταγγελίες σχετικά με το greenwashing - π.χ. για παραπλάνηση του κοινού. Χρησιμοποιήστε τον κατάλογο που καταρτίσατε στο σημείο 2, ή αξιοποιήστε τον, για να εντοπίσετε τους χειρότερους παραβάτες. Υποστηρίξτε τους συμμετέχοντες να υποβάλουν καταγγελίες - είτε στον ρυθμιστικό φορέα είτε στις ίδιες τις εταιρείες.

Οι συμμετέχοντες θα μπορούσαν επίσης να χρησιμοποιήσουν τις εικόνες στις οποίες έχει γίνει subvertising για εκστρατεία κατά των εταιρειών. Θα μπορούσαν να τις μετατρέψουν σε πλακάτ ή πανό ή να τις χρησιμοποιήσουν ως memes στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση για το πρόβλημα που η εταιρεία θέλησε να κρύψει μέσω του greenwashing!

ΠΗΓΗ

T-KIT 13, Αειφορία και εργασία των νέων - Σύμπραξη για τη νεολαία Ευρωπαϊκή Ένωση και Συμβούλιο της Ευρώπης (2018), σ. 48-51.

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 1: GREENWASHING ΚΑΙ SUBVERTISING

Ορισμοί

Πρόκειται για **greenwashing** όταν μια εταιρεία ή ένας οργανισμός ξοδεύει περισσότερο χρόνο και χρήμα ισχυριζόμενη ότι είναι «πράσινη» μέσω της διαφήμισης και του μάρκετινγκ παρά εφαρμόζοντας πραγματικά επιχειρηματικές πρακτικές που ελαχιστοποιούν τον οικολογικό αντίκτυπο. Πρόκειται για ξέπλυμα (whitewashing), αλλά με πράσινο πινέλο.

Οδηγός μαθητών για το Greenwashing, <https://www.westga.edu/~bquest/2011/greenwashing11.pdf>

Greenwash: το φαινόμενο των κοινωνικά και περιβαλλοντικά καταστροφικών επιχειρήσεων που προσπαθούν να διατηρήσουν και να επεκτείνουν τις αγορές τους, εμφανιζόμενες ως φίλοι του περιβάλλοντος και ηγέτες στον αγώνα για την εξάλειψη της φτώχειας.

CorpWatch (2001), ενημερωτικό δελτίο Greenwash, www.corpwatch.org/article.php?id=242

Greenwashing: όταν μια εταιρεία, κυβέρνηση ή άλλη ομάδα προωθεί περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες ή εικόνες που βασίζονται στο πράσινο, αλλά στην πραγματικότητα λειτουργεί με τρόπο που είναι επιζήμιος για το περιβάλλον ή με τρόπο αντίθετο από τον στόχο των ανακοινωθέντων πρωτοβουλιών. Αυτό μπορεί επίσης να περιλαμβάνει την παραπλάνηση των πελατών σχετικά με τα περιβαλλοντικά οφέλη ενός προϊόντος μέσω παραπλανητικής διαφήμισης και ανυπόστατων ισχυρισμών.

Investopedia, Greenwashing www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp

Subvertising: είναι ένα αρκτικόλεξο των λέξεων subvert και advertise, και αναφέρεται στην πρακτική της κατασκευής παρωδίας ή γελιοποίησης εταιρικών και πολιτικών διαφημίσεων (Wikipedia).

Το Subvertising είναι μια προσπάθεια να μετατραπεί η εικονογράφηση των διαφημιστών σε θηλιά στο λαιμό τους. Αν οι εικόνες μπορούν να προβάλουν μια μάρκα, μπορούν επίσης να την καταστρέψουν. Το Subvertising είναι μια σατιρική εκδοχή ή η αλλοίωση μιας υπάρχουσας διαφήμισης, μια μετατροπή που αποσκοπεί στο να μας κάνει να ξεχάσουμε τον καταναλωτισμό και να σκεφτούμε αντ' αυτού κοινωνικά ή πολιτικά ζητήματα.

Barley A. (2001), *Battle of the image*, *New Statesman*, www.newstatesman.com/node/153475

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 2: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



	Προϊόν 1	Προϊόν 2
1. Ποιο είναι το προϊόν που πωλείται στην εν λόγω διαφήμιση;		
2. Σε τι χρησιμεύει και γιατί το αγοράζουν οι άνθρωποι;		
3. Ποιο μήνυμα προσπαθεί να περάσει η εταιρεία στους πελάτες με αυτή τη διαφήμιση;		
4. Είναι αυτό το μήνυμα πραγματικά αληθινό για αυτό το προϊόν; Εξηγείστε.		
5. Γιατί πιστεύετε η εταιρία προσπαθεί να προωθήσει αυτό το μήνυμα;		
6. Καταγράψτε τις σημαντικότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον από την παραγωγή και την πώληση αυτού του προϊόντος.		

4.2

6. ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ – ΕΝΑΣ ΝΕΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΠΙΕΣΗΣ

ΣΤΟΧΟΙ

Σκοπός αυτής της δραστηριότητας είναι να ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να:

- Μάθουν πώς να ασκούν πίεση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Γνωρίσουν τους αρμόδιους θεσμικούς φορείς για την κλιματική αλλαγή σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.
- Μάθουν πώς να γράφουν σύντομα αλλά εντυπωσιακά κείμενα για την υποστήριξη ενός σκοπού.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 15 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

1-10 συμμετέχοντες. Σε περίπτωση που είναι περισσότεροι, μπορούν να χωριστούν σε ομάδες.

ΥΛΙΚΑ

- Υπολογιστής / smartphone με πρόσβαση στο Διαδίκτυο.
- Ορισμένα παραδείγματα άσκησης πίεσης (π.χ. από τα προφίλ της Greta Thunberg στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης).
- Χαρτί και στυλό.

ΧΡΟΝΟΣ

90 λεπτά

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Ο εκπαιδευτής πρέπει να γνωρίζει τα σχετικά προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των πολιτικών και των θεσμικών οργάνων του δήμου του, της χώρας του ή σε ευρωπαϊκό ή διεθνές επίπεδο.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν ένα θέμα που σχετίζεται με την κλιματική κρίση και για το οποίο θέλουν να μιλήσουν. Ενθαρρύνετε τους να επιλέξουν κάτι που επηρεάζει άμεσα τους ίδιους και τον τρόπο ζωής τους. Φωτογραφίες που έχουν τραβήξει οι ίδιοι είναι ένα πλεονέκτημα.
- Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να κάνουν κάποια ερευνητική εργασία, εστιάζοντας σε αδιάσειστα γεγονότα, αριθμούς και δεδομένα. Θα πρέπει να βρουν τουλάχιστον 2 ή 3 ειδήσεις/ έρευνες/ μελέτες που υποστηρίζουν την ιδέα τους.
- Τώρα, θα πρέπει να χαρτογραφήσουν το περιβάλλον άσκησης πίεσης, εντοπίζοντας τους πιθανούς συμμάχους και αντιπάλους τους. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να αναζητήσουν ποιος θα μπορούσε να υποστηρίξει την ιδέα τους και ποιος θα μπορούσε να είναι εναντίον της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Πολιτικοί, παράγοντες επιρροής, επιστήμονες, καλλιτέχνες αλλά και φίλοι θα μπορούσαν να είναι καλοί σύμμαχοι!
- Στη συνέχεια, θα πρέπει να καταρτίσουν το σχέδιο άσκησης πίεσης. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να προσδιορίσουν τον καλύτερο τρόπο δράσης για να παρουσιάσουν την υπόθεσή τους. Θα πρέπει να ασκήσουν εσωτερικό lobbying (που απευθύνεται στα πολιτικά κόμματα και την κυβέρνηση) ή εξωτερικό lobbying (που απευθύνεται στο ευρύ κοινό και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης); Θα πρέπει να απευθυνθούν και στα δύο προφίλ ή μόνο σε ένα;
- Μόλις ολοκληρωθεί το σχέδιο άσκησης πίεσης, είναι καιρός να επιλέξετε τους καλύτερους συμμάχους και να τους ενθαρρύνετε να συμμετάσχουν στον αγώνα. Όσο ευρύτερος είναι ο συνασπισμός τους, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να προσελκύσουν την προσοχή των φορέων χάραξης πολιτικής. Θα πρέπει να είναι ανοιχτόμυαλοι- δεν είναι μόνο οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που μπορούν να ενταχθούν, μπορούν να συμμετάσχουν και οι εταιρείες.
- Το επόμενο βήμα είναι ο σχεδιασμός της στρατηγικής επικοινωνίας. Ποια πλατφόρμα θα χρησιμοποιήσουν; Ποιος πρέπει να είναι ο τόνος του κειμένου; Πόσο μεγάλο θα είναι το κείμενο; Ο καλύτερος τρόπος για να εξασκηθείτε στο πώς θα επικοινωνήσετε το μήνυμά σας είναι να προσπαθήσετε να χωρέσετε το κείμενο σε 280 χαρακτήρες (όπως στο Twitter).
- Βάλτε τους να σκεφτούν τι οπτικό υλικό θέλουν να χρησιμοποιήσουν; Υπηρεσίες όπως το Canva παρέχουν έτοιμα πρότυπα, το Unsplash.com παρέχει δωρεάν φωτογραφίες αρχείου. Βάλτε τους να σχεδιάσουν τις αναρτήσεις τους και σκεφτείτε πότε και πόσο συχνά θα επικοινωνούν.
- Μόλις ολοκληρωθεί η στρατηγική επικοινωνίας, είναι ώρα να τη δημοσιεύσετε!
- Κατά τη διαδικασία αξιολόγησης, είναι βασικό να ελέγξετε την απόδοση των δημοσιεύσεων: πόσοι άνθρωποι αντέδρασαν, μοιράστηκαν και αλληλεπίδρασαν με τις δημοσιεύσεις; Τις κοινοποίησαν οι σύμμαχοί τους;
- Απάντησε το πρόσωπο/ο φορέας-στόχος; Τι αντίκτυπο είχε;

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Πώς βρήκαν οι συμμετέχοντες τη δραστηριότητα;
- Τι έμαθαν μέσα από αυτή τη διαδικασία;
- Πιστεύουν ότι αυτό είναι κάτι χρήσιμο γι' αυτούς;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Όταν δημιουργείτε δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι σημαντικό να θυμάστε να επισημάνετε κάθε σχετικό προφίλ με τον σκοπό, αλλά να αναφέρεστε μόνο σε ένα ή δύο άμεσα (τον κύριο στόχο της δημοσίευσης).

Αναζητήστε συμβουλές σχετικά με τις δομές της στρατηγικής επικοινωνίας, για να δώσετε στους συμμετέχοντες κάποια δεδομένα. [Ο Οδηγός για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Eurodesk](#) παρέχει συμβουλές και κόλπα για την αποτελεσματική επικοινωνία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



ΠΗΓΗ

Εμπνευσμένη από το [Lobbying for Change](#): Alberto Alemanno (The Good Lobby, 2017). Η δραστηριότητα δημιουργήθηκε για το ΕΥΙΔ 2020 για την ανάπτυξη ικανοτήτων σχετικά με την υπεράσπιση και την άσκηση πίεσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

4.2

7. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ

Στόχοι

- Να ευαισθητοποιηθούν οι συμμετέχοντες για περιβαλλοντικές δράσεις που μπορούν να αναληφθούν στην καθημερινή ζωή τους.

- Να δωθεί έμπνευση, να μοιραστούν και να σκεφτούν εναλλακτικές λύσεις για τις επιλογές που κάνουν.

- Να εξοικιωθούν οι συμμετέχοντες με τον τρόπο δημιουργίας μιας καμπάνιας.

Κοινό-στόχος

Από 12 ετών

Μέγεθος ομάδας

Μέγιστος αριθμός συμμετεχόντων 30

Υλικά

- Υπολογιστής / smartphone με πρόσβαση στο Διαδίκτυο.
- Σημειωματάρια ή χαρτί για καταγισμό ιδεών (μπορεί επίσης να γίνει στον υπολογιστή).

Χρόνος

90 λεπτά

Δεξιότητες/γνώσεις του εκπαιδευτή

Εξερευνήστε πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας ενός εντυπωσιακού επικοινωνιακού μηνύματος για να υποστηρίξετε τα δεδομένα σας για το θέμα. [Ο οδηγός για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Eurodesk](#) παρέχει αρκετά παραδείγματα.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Ξεκινήστε τη δραστηριότητα χωρίζοντας τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 3-4 ατόμων. Ζητήστε τους να αναλογιστούν τον οικολογικό τους αντίκτυπο και να σκεφτούν τρία κοινά στοιχεία. Μόλις τελειώσουν, συγκεντρώστε την ομάδα για να μοιραστούν τα συμπεράσματά τους.
- Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν, στις μικρές τους ομάδες, μία δράση για να οργανώσουν μια εκστρατεία. Δεν χρειάζεται να είναι αυτή που έχουν κοινή, μπορούν να διαλέξουν οποιαδήποτε από αυτές που άκουσαν από τη στιγμή της ανταλλαγής απόψεων. (π.χ. χρησιμοποιήστε το ποδήλατο αντί για το αυτοκίνητο, να τρώτε πιο σοφά, ανακυκλώστε καλύτερα, αγοράστε μεταχειρισμένα κ.λπ.)
- Βάλτε τους να σκεφτούν:
 1. το μήνυμα που θέλουν να μεταδώσουν, για αυτό μπορούν να ερευνήσουν δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο, κινήματα ή πηγές που υποστηρίζουν τον σκοπό τους.
 2. την ομάδα-στόχο που θέλουν να προσεγγίσουν και ποια επιχειρήματα θα χρησιμοποιήσουν για να την πείσουν.
 3. Το όνομα και το σλόγκαν της καμπάνιας τους - ένα ισχυρό και πιασάρικο όνομα και σλόγκαν κάνει την καμπάνια τους αξιομνημόνευτη.
- Μόλις το μήνυμα είναι σαφές. Ζητήστε τους να δημιουργήσουν ένα προϊόν, για παράδειγμα, ένα λογότυπο, μια αφίσα ή ένα διαφημιστικό σποτ (στην προκειμένη περίπτωση ένα θεατρικό σκίτσο), αφήστε τη δημιουργικότητα σε αυτούς!
- Βάλτε κάθε ομάδα να παρουσιάσει την τελική της καμπάνια ή μία στην άλλη.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Πιστεύουν οι συμμετέχοντες ότι οι καμπάνιες ήταν πειστικές και ότι θα ήθελαν να τις δουν περισσότερο;
- Έμαθαν κάτι καινούργιο από αυτή τη διαδικασία δημιουργίας μιας καμπάνιας;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Αυτή η δραστηριότητα είναι μια εξαιρετική ευκαιρία να συνδυαστεί με μια ενημερωτική συνεδρία για τη δημιουργία προγραμμάτων για νέους. Αποτελεί μια καλή εισαγωγή στο θέμα, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να είναι δημιουργικοί και να σκεφτούν πώς να διαδώσουν την ευαισθητοποίηση και να ενθαρρύνουν την αλλαγή.

Βεβαιωθείτε ότι υπάρχει αρκετός χρόνος για τη δημιουργία της καμπάνιας από κάθε ομάδα και την κοινοποίησή της στη συνέχεια.

Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να πραγματοποιηθεί οπουδήποτε, τόσο έξω όσο και σε εσωτερικό χώρο.

4.2

8. ΤΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΜΟΥ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ομάδες τουλάχιστον 2 ατόμων. Ζητήστε τους να προβληματιστούν για το πώς το θέμα των οικολογικών επιπτώσεων μπορεί να εντοπιστεί στην καθημερινή τους ζωή: είναι παρόν σε οποιεσδήποτε ενέργειες ή αποφάσεις που λαμβάνουν; Βρίσκεται στη δομή του περιβάλλοντός τους; Δώστε τους ένα παράδειγμα για τη συζήτησή τους, ζητήστε τους να σκεφτούν τον αντίκτυπο σε αυτούς τους τομείς της ζωής τους:
 1. Σχολείο / Εργασία
 2. Κινητικότητα (ταξίδια, μετακινήσεις κ.λπ.)
 3. Τοπικό περιβάλλον (πόλη, κωμόπολη, χωριά, περιοχή)
 4. Οικογενειακές και φιλικές σχέσεις
- Για το σκοπό αυτό μπορείτε να προβάλλετε τις 4 περιοχές, να τις οπτικοποιήσουν σε ένα flipchart ή βάλτε τους να το γράψουν στο τετράδιό τους. Αυτό μπορεί να γίνει είτε με συζήτηση είτε με μια οπτική άσκηση.
- Συγκεντρωθείτε και συζητήστε τα αποτελέσματα ως ομάδα. Υπάρχουν ομοιότητες και διαφορές; Επιτρέψτε να γίνουν κριτικοί προβληματισμοί και να υπάρξουν διαφωνίες, αυτός είναι ένας τρόπος αναγνώρισης των διαφορετικών επιλογών που κάνουν οι συμμετέχοντες.
- Ρωτήστε την ομάδα αν υπάρχουν αλλαγές που θα έκαναν ή θα ήθελαν να δουν σε αυτούς τους τομείς της ζωής τους, σχετικά με τις οικολογικές επιπτώσεις. Εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία για να τους ενημερώσετε για τους τρόπους υλοποίησης πρωτοβουλιών και σχεδίων και για το πού μπορούν να βρουν υποστήριξη για την υλοποίηση των ιδεών τους. (Η Δραστηριότητα 6 – Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης - Ένας νέος τρόπος άσκησης πίεσης διερευνά τους τρόπους διεξαγωγής μιας εκστρατείας άσκησης πίεσης μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης).

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Πώς βρήκαν οι συμμετέχοντες τη δραστηριότητα;
- Τι έμαθαν μέσα από αυτή τη διαδικασία;
- Πιστεύουν ότι αυτό είναι κάτι χρήσιμο γι' αυτούς;

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Αυτή η συζήτηση μπορεί να πραγματοποιηθεί οπουδήποτε, αν έχετε την ευκαιρία, φέρτε τους συμμετέχοντες στη φύση, κάντε τη συζήτηση κατά τη διάρκεια ενός περιπάτου ή μιας πεζοπορίας. Είναι μια εξαιρετική εισαγωγή σε μια ατζέντα ή κατάρτιση που θα εμβαθύνει περισσότερο σε αυτό το θέμα.

ΠΗΓΗ

Αυτή η δραστηριότητα εμπνεύστηκε από την ενότητα 2 των Euroclasses του Eurodesk για τη συμμετοχή (2018, σελ. 7-8). Έχει τροποποιηθεί ώστε να ταιριάζει με το θέμα των οικολογικών επιπτώσεων και της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης.

ΣΤΟΧΟΙ

Η δραστηριότητα αυτή έχει ως στόχο να:

- Εξοικειώσει τους συμμετέχοντες με το θέμα των οικολογικών επιπτώσεων, εντοπίζοντας ενέργειες στο περιβάλλον τους που έχουν αντίκτυπο στο περιβάλλον.
- Προκαλέσει συζήτηση και να αυξήσει την ευαισθητοποίηση.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 12 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

Τουλάχιστον 2 συμμετέχοντες

ΥΛΙΚΑ

Χαρτί Flipchart (η δραστηριότητα μπορεί να γίνει και χωρίς αυτό).

ΧΡΟΝΟΣ

60 λεπτά

ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/
ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Ο εκπαιδευτής πρέπει να είναι ενήμερος για το θέμα των οικολογικών επιπτώσεων και για το ποιες επιλογές στην καθημερινή μας ζωή επηρεάζουν το περιβάλλον, π.χ. φιλικές προς το περιβάλλον μεταφορές, τρόφιμα, ανακύκλωση κ.λπ. Καλό θα ήταν ο εκπαιδευτής να γνωρίζει επίσης πρωτοβουλίες ή οργανώσεις που ασχολούνται σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο με το θέμα.

4.2

9. ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΑΝΘΡΑΚΑ ΜΟΥ;

ΣΤΟΧΟΙ

Ένα σημαντικό μέρος της διερεύνησης του αποτυπώματος άνθρακα είναι να αρχίσουμε να αναλαμβάνουμε θετική δράση ώστε να το συρρικνώσουμε! Όταν ενωνόμαστε με άλλους για να πολλαπλασιάσουμε τις θετικές μας δράσεις, το αποτύπωμά μας συρρικνώνεται ακόμη περισσότερο. Στόχος αυτής της δραστηριότητας είναι να:

- Κάνει τους νέους να αρχίσουν να σκέφτονται τις πράξεις, τον τρόπο ζωής και τις καθημερινές τους επιλογές και τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζουν το περιβάλλον.
- Ευαισθητοποιήσει τους νέους για να κάνουν αλλαγές στις καθημερινές τους συνήθειες.

ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ

Από 12 ετών

ΜΕΓΕΘΟΣ ΟΜΑΔΑΣ

Τουλάχιστον 2 συμμετέχοντες

ΥΛΙΚΑ

- Βοήθημα δραστηριότητας 1: Αποτύπωμα άνθρακα.
- Βοήθημα δραστηριότητας 2: 10 τομείς δράσης.
- Στυλό και μαρκαδόροι.

ΧΡΟΝΟΣ

90 λεπτά

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ/ΓΝΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗ

Ο εκπαιδευτής θα πρέπει πρώτα να εξοικειωθεί με την έννοια του ανθρακικού αποτυπώματος.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα ένα φύλλο αποτυπώματος άνθρακα (υποστήριξη δραστηριότητας 1) και έναν μαρκαδόρο.
- Συζητήστε μαζί τους τι είναι το «αποτύπωμα άνθρακα».
- Ζητήστε τους να σκεφτούν τους 10 τομείς δράσης - στέγαση, νερό, αναψυχή, θέρμανση, ηλεκτρική ενέργεια, μεταφορές, τρόφιμα, απόβλητα, ταξίδια και κατανάλωση.
- Ζητήστε τους να εξετάσουν καθέναν από τους 10 τομείς δράσης (βοήθημα δραστηριότητας 2) και να χρωματίσουν το τμήμα του αποτυπώματος που αφορά αυτούς και τη ζωή τους.
- Μόλις τελειώσουν, συζητήστε τον αντίκτυπο του αποτυπώματος άνθρακα χρησιμοποιώντας τις παρακάτω ερωτήσεις.

ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ!

Η ιδέα του ανθρακικού αποτυπώματος αναπτύχθηκε για να προσδιοριστεί ο τρόπος με τον οποίο οι ανθρώπινες ενέργειες επηρεάζουν το περιβάλλον, π.χ. οι μεταφορές και το τι τρώμε. Ο στόχος του αποτυπώματος άνθρακα είναι να ευαισθητοποιήσει τον καθένα από εμάς για το πόσο συμβάλλει στην κλιματική αλλαγή και πώς οι προσωπικές επιλογές έχουν αντίκτυπο στον πλανήτη.

ΠΑΡΑΜΑΓΕΣ

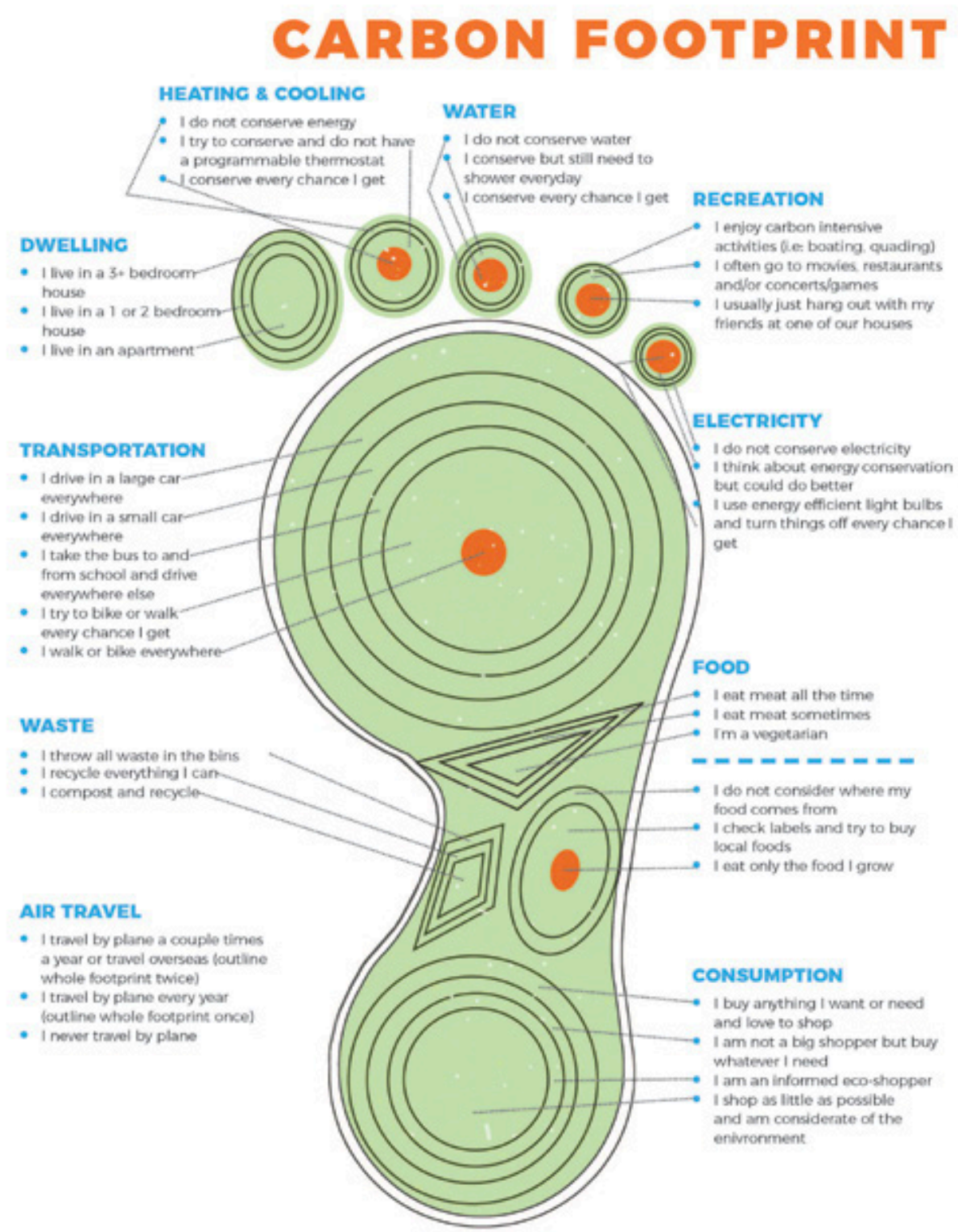
Υπάρχουν επίσης διαθέσιμα δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία για τη μέτρηση του ατομικού σας αποτυπώματος άνθρακα. Οι υπολογιστές Eco Footprint, Carbon Footprint και Water Footprint βοηθούν τα άτομα να προσδιορίσουν πώς επηρεάζουν το περιβάλλον. Μπορείτε επίσης να ζητήσετε από τους συμμετέχοντες να μετρήσουν το ατομικό τους αποτύπωμα άνθρακα χρησιμοποιώντας ένα από αυτά τα εργαλεία.

ΠΗΓΗ

[Ο πλανήτης μου, η υπόσχεσή μου](#): Youth Work Ireland (2020), σελ. 9-11.

ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΟΙ ΕΞΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΟΝ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/Carbon_Footprint_pdf.pdf



ΒΟΗΘΗΜΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 2: 10 ΤΟΜΕΙΣ ΔΡΑΣΗΣ

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/Carbon_Footprint_Areas_of_Action_PDF.pdf

Το αποτύπωμα άνθρακα μου

- **ΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ:** Τα μεγαλύτερα σπίτια και κτίρια χρειάζονται περισσότερη ενέργεια για να θερμανθούν, να δροσιστούν και να φωτιστούν.
- **ΘΕΡΜΑΝΣΗ ΚΑΙ ΨΥΞΗ:** Η χρήση ενός προγραμματιζόμενου θερμοστάτη, είναι ένας πολύ καλός τρόπος μείωσης της ποσότητας ενέργειας που απαιτείται για τη θέρμανση και ψύξη των σπιτιών, των σχολείων και των χώρων εργασίας μας. Ο κλιματισμός και οι θερμαντήρες δεν χρειάζεται να λειτουργούν με πλήρη ισχύ αν δεν βρίσκεται κανείς στο χώρο.
- **ΝΕΡΟ:** Χρησιμοποιούμε νερό για να μαγειρέψουμε, να καθαρίσουμε και να κάνουμε μπάνιο και η άντληση νερού στα σπίτια απαιτεί τη χρήση ενέργειας στα περισσότερα σπίτια. Το νερό πρέπει επίσης να επεξεργάζεται πριν το χρησιμοποιήσουμε και μετά, γεγονός που δημιουργεί μεγαλύτερη ζήτηση για ρύπους. Η εξοικονόμηση νερού είναι ένα μεγάλο βήμα για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα.
- **ΨΥΧΑΓΩΓΗ:** Το να περνάμε χρόνο στη φύση, αντί σε εσωτερικούς χώρους, είναι διασκεδαστικό και καλό για την υγεία μας. Η επιλογή δραστηριοτήτων αναψυχής που απαιτούν λιγότερα απόβλητα και λιγότερα καύσιμα είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να μειώσετε το αποτύπωμα άνθρακα!
- **ΗΛΕΚΤΡΙΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ:** Τα αέρια του θερμοκηπίου απαιτούνται για να φτάσει η ηλεκτρική ενέργεια στα σπίτια. Το σβήσιμο των φώτων, των ηλεκτρονικών συσκευών και των συσκευών κουζίνας όταν δεν χρησιμοποιούνται είναι απλοί τρόποι που μπορούν να κάνουν μεγάλη διαφορά στη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα!
- **ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ:** Τα μεγαλύτερα οχήματα καίνε περισσότερα καύσιμα από τα μικρότερα ή πιο αποδοτικά οχήματα. Το περπάτημα και το ποδήλατο δεν έχουν αποτύπωμα άνθρακα, επειδή δεν δημιουργείται ρύπανση!
- **ΑΠΟΒΛΗΤΑ:** Τα περισσότερα οικιακά απόβλητα (όπως οι συσκευασίες, τα υπολείμματα τροφίμων και οι μπαταρίες) δεν χρειάζεται να πηγαίνουν σε χώρους υγειονομικής ταφής. Αντ' αυτού, μπορούμε να κομποστοποιήσουμε και να ανακυκλώσουμε πολλά αντικείμενα. Το να αφιερώνετε χρόνο για τη σωστή απόρριψη των απορριμμάτων είναι ένα σημαντικό βήμα για τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα!
- **ΤΡΟΦΙΜΑ:** Η παραγωγή, η επεξεργασία, η μεταφορά και η διάθεση των τροφίμων δημιουργεί πολλά αέρια του θερμοκηπίου! Τα ζωικά προϊόντα, όπως το κρέας και τα γαλακτοκομικά, είναι τα τρόφιμα που καταναλώνουν τους περισσότερους πόρους στο τραπέζι. Το κρέας και τα γαλακτοκομικά προϊόντα χρειάζονται 4-8 φορές περισσότερη ενέργεια για να παραχθούν από ό,τι μας δίνουν τα τρόφιμα. Αντίθετα, το ψωμί, τα έλαια, οι πατάτες, οι ξηροί καρποί και το αλεύρι, περιέχουν περισσότερη ενέργεια από όση χρειάζεται για την παραγωγή τους. Αν είστε κρεατοφάγος, δοκιμάστε να κόψετε ένα γεύμα κρέατος κάθε εβδομάδα.
- **ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ:** Η καθημερινή μας κατανάλωση συμβάλλει σε ένα μεγάλο μέρος των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, μέσω της παραγωγής, της συσκευασίας, της μεταφοράς, της κατανάλωσης, της ανακύκλωσης και της απόρριψης. Η καλύτερη λύση είναι το «keep it simple» - αγοράζουμε λιγότερα και πιο ανθεκτικά αγαθά, επαναχρησιμοποιούμε προϊόντα με λιγότερη συσκευασία.
- **ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ:** Τα αεροπορικά ταξίδια είναι το πιο εντατικό μέσο μεταφοράς από τόπο σε τόπο που καταναλώνει ορυκτά καύσιμα. Η μείωση του αριθμού των ταξιδιών που πραγματοποιούνται με αεροπλάνα είναι επίσης ένας πολύ καλός τρόπος μείωσης του αποτυπώματος άνθρακα.

IF NOT US

WHO?

#CLIMATESTRIKE

IF NOT NOW

WHEN?

4.2

10. ΕΙΣΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΦΟΡΑΣ

Στόχοι

Η ραγδαία αύξηση του καταναλωτισμού τα τελευταία 50 χρόνια έχει επιβαρύνει σημαντικά το περιβάλλον. Η δραστηριότητα αυτή έχει ως στόχο να:

- Ευαισθητοποιήσει σχετικά με το από πού προέρχονται τα ρούχα μας και την απόσταση που έχουν διανύσει για να φτάσουν εδώ.
- Ενεργοποιήσει συζητήσεις και να αυξήσει την ευαισθητοποίηση.

Κοινό-στόχος

Από 12 ετών

Μέγεθος ομάδας

Τουλάχιστον 2 συμμετέχοντες

Υλικά

- Βοήθημα δραστηριότητας 1: Είσαι αυτό που φοράς λίστα ελέγχου.
- Βοήθημα δραστηριότητας 2: Είσαι αυτό που φοράς διάγραμμα απόστασης χώρας.
- Στυλό.

Χρόνος

90 λεπτά

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

- Δώστε σε κάθε νεαρό άτομο ένα φυλλάδιο με τίτλο «Είσαι αυτό που φοράς».
- Ζητήστε τους να ελέγξουν την ετικέτα σε κάθε ρούχο που φορούν και να σημειώσουν τη χώρα στην οποία κατασκευάστηκε κάθε ρούχο στο φυλλάδιο.
- Στη συνέχεια, ζητήστε τους να ελέγξουν το διάγραμμα χωρών για να προσδιορίσουν πόσο μακριά έχει ταξιδέψει το κάθε ρούχο και να προσθέσουν τους πόντους στα αντίστοιχα κουτάκια (π.χ. αν η φούστα τους κατασκευάστηκε στην Καμπότζη, ταξίδεψε περίπου 10.331 χιλιόμετρα, οπότε παίρνουν 12 πόντους).
- Μπορείτε είτε να μοιραστείτε το φυλλάδιο με τις αποστάσεις των χωρών είτε να αναφέρετε τα σημεία για κάθε χώρα και να τους ζητήσετε να τα γράψουν.
- Έκπτωση - εάν το ρούχο είναι ηλικίας άνω των 5 ετών, είναι μεταχειρισμένο ή έχει αγοραστεί από κατάστημα μεταχειρισμένων ειδών, διαιρέστε τους πόντους για το εν λόγω ρούχο με το 2.
- Βάλτε τους να αθροίσουν όλους τους πόντους και το άτομο ή τα άτομα με τους λιγότερους πόντους είναι τα πιο φιλικά προς το περιβάλλον.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Γιατί τόσα πολλά από τα ρούχα μας κατασκευάζονται σε μακρινές χώρες;
- Γνωρίζουμε τίποτα για τις συνθήκες εργασίας των ανθρώπων σε αυτές τις χώρες;
- Γιατί δεν κατασκευάζονται τόσα πολλά ρούχα στην Ιρλανδία;
- Θα ξανασκεφτόσασταν το ενδεχόμενο να ψωνίσετε από καταστήματα μεταχειρισμένων ειδών μετά από αυτή τη δραστηριότητα;
- Έχετε σκεφτεί ποτέ να φτιάξετε τα δικά σας ρούχα;

ΠΗΓΗ

[Ο πλανήτης μου, η υπόσχεσή μου:](#) Youth Work Ireland (2020), σελ. 13-15

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 1: ΕΙΣΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΦΟΡΑΣ ΝΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/You_Are_What_You_Wear_Checklist_PDF.pdf

TOP Made in Points Discount	TOTAL	JUMPER Made in Points Discount	TOTAL
JACKET Made in Points Discount	TOTAL	T-SHIRT Made in Points Discount	TOTAL
TROUSERS Made in Points Discount	TOTAL	SHOES Made in Points Discount	TOTAL
DRESS Made in Points Discount	TOTAL	SHIRT Made in Points Discount	TOTAL
SKIRT Made in Points Discount	TOTAL	HOODIE Made in Points Discount	TOTAL

MY TOTAL SCORE:



ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ 2: ΕΙΣΑΙ ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΦΟΡΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΑΠΟΣΤΑΣΗΣ

Αυτό το Διάγραμμα υπολογίζει τις αποστάσεις από διάφορες χώρες προς την Ιρλανδία. Αν θέλετε, μπορείτε να προσαρμόσετε αυτό το Διάγραμμα στην απόσταση που υπάρχει μεταξύ αυτών των χωρών και της χώρας σας.

https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/You_Are_What_You_Wear_Distance_Chart_PDF.pdf

MADE IN	KM TRAVELLED	POINTS
Australia	15 556	20
Bangladesh	8429	9
Cambodia	10 331	12
Canada	5792	6
China	8144	9
Cuba	6788	7
Ethiopia	9682	10
Hong Kong	9932	10
India	7966	8
Indonesia	12 112	15
Italy	2618	3
Japan	8977	9
Korea	9545	10
Malaysia	10 912	12
Mexico	8233	9
Philippines	11 240	12
Sri Lanka	9200	10
Taiwan	10 138	12
Thailand	9785	10
United Kingdom	500	1
United States	5024	6
Vietnam	10 386	12

ASK NOT WHAT
YOUR PLANET CAN

DO FOR YOU



ASK WHAT YOU CAN

DO FOR YOUR PLANET

ΠΡΑΣΙΝΟ ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ



3 RS

Τα 3R σημαίνουν μείωση, επαναχρησιμοποίηση, ανακύκλωση (reduce, reuse, recycle). Η έννοια αυτή εφαρμόζεται στη διαχείριση των αποβλήτων μέσω της προσαρμογής των καταναλωτικών συνηθειών.

Μειώνουμε την ποσότητα των αποβλήτων που παράγουμε.

Επαναχρησιμοποιούμε ό,τι μπορούμε και του δίνουμε μια δεύτερη ζωή.

Ανακυκλώνουμε όλα τα αντικείμενα που δεν μπορούμε να επαναχρησιμοποιήσουμε.

ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΑΝΘΡΑΚΑ

Η ποσότητα των αερίων του θερμοκηπίου και συγκεκριμένα του διοξειδίου του άνθρακα που εκπέμπεται από κάτι (όπως οι δραστηριότητες ενός ατόμου ή η κατασκευή και η μεταφορά ενός προϊόντος) κατά τη διάρκεια μιας δεδομένης περιόδου.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/carbon%20footprint>

ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΗ ΑΝΘΡΑΚΑ

Η αντιστάθμιση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα είναι ένας τρόπος αντιστάθμισης των εκπομπών σας με τη χρηματοδότηση μιας ισοδύναμης εξοικονόμησης διοξειδίου του άνθρακα αλλού. Οι καθημερινές μας ενέργειες, στο σπίτι και στη δουλειά, καταναλώνουν ενέργεια και παράγουν εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, όπως η οδήγηση, οι πτήσεις και η θέρμανση κτιρίων. Ο συμψηφισμός εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα χρησιμοποιείται για την εξισορρόπηση αυτών των εκπομπών, συμβάλλοντας στην πληρωμή της εξοικονόμησης εκπομπών σε άλλα μέρη του κόσμου.

<https://www.carbonfootprint.com/carbonoffset.html>

ΚΥΚΛΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η κυκλική οικονομία είναι ένα μοντέλο παραγωγής και κατανάλωσης, το οποίο περιλαμβάνει την κοινή χρήση, τη μίσθωση, την επαναχρησιμοποίηση, την επισκευή, την ανακαίνιση και την ανακύκλωση των υφιστάμενων υλικών και προϊόντων για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Με τον τρόπο αυτό, ο κύκλος ζωής των προϊόντων παρατείνεται.

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/economy/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Η κλιματική αλλαγή αναφέρεται σε μια στατιστικά σημαντική μεταβολή είτε της μέσης κατάστασης του κλίματος είτε της μεταβλητότητας του, η οποία επιμένει για παρατεταμένο χρονικό διάστημα (συνήθως δεκαετίες ή περισσότερο). Η κλιματική αλλαγή μπορεί να οφείλεται σε φυσικές εσωτερικές διεργασίες ή σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως επίμονες αλλαγές στην ατμόσφαιρα ή αλλαγές στη χρήση της γης.

Το άρθρο 1 της Σύμβασης-Πλαισίου των Ηνωμένων Εθνών για την Κλιματική Αλλαγή (UNFCCC) ορίζει την «κλιματική αλλαγή» ως: «αλλαγή του κλίματος που αποδίδεται άμεσα ή έμμεσα σε ανθρώπινη δραστηριότητα, η οποία μεταβάλλει τη σύνθεση της παγκόσμιας ατμόσφαιρας και η οποία προστίθεται στη φυσική κλιματική μεταβλητότητα που παρατηρείται σε συγκρίσιμες

χρονικές περιόδους». Συνεπώς, η UNFCCC κάνει διάκριση μεταξύ της «κλιματικής αλλαγής» που αποδίδεται σε ανθρώπινες δραστηριότητες που μεταβάλλουν τη σύνθεση της ατμόσφαιρας και της «κλιματικής μεταβλητότητας» που αποδίδεται σε φυσικά αίτια.

<https://public.wmo.int/en/about-us/FAQs/faqs-climate>

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Σοβαρά και επείγοντα προβλήματα που προκαλούνται ή ενδέχεται να προκληθούν από τις αλλαγές στον παγκόσμιο καιρό, ιδίως από την αύξηση της θερμοκρασίας του πλανήτη ως αποτέλεσμα της ανθρώπινης δραστηριότητας που αυξάνει το επίπεδο του διοξειδίου του άνθρακα στην ατμόσφαιρα.

<https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/climate-emergency>

ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ

Ο όρος αυτός συνδέει τα ζητήματα του κλίματος με τα ανθρώπινα δικαιώματα και την ανάπτυξη και διαμορφώνει την υπερθέρμανση του πλανήτη ως ηθικό και πολιτικό ζήτημα και όχι ως καθαρά περιβαλλοντικό ή φυσικό.

<https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My Planet My Pledge Activity Pack Online.pdf>

ΚΛΙΜΑΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΦΥΓΑΣ

Ο όρος αυτός περιγράφει ένα άτομο που έχει αναγκαστεί να εγκαταλείψει το σπίτι του λόγω των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής.

<https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My Planet My Pledge Activity Pack Online.pdf>

ΑΠΕΡΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΚΛΙΜΑ

Όταν οι άνθρωποι απουσιάζουν από το σχολείο ή τη δουλειά τους για να συμμετάσχουν σε πορείες που απαιτούν δράση για την κλιματική αλλαγή.

<https://www.youthworkireland.ie/images/uploads/general/My Planet My Pledge Activity Pack Online.pdf>

ΚΕΝΤΡΟ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Ένα κέντρο δεδομένων είναι μια φυσική εγκατάσταση που χρησιμοποιούν οι οργανισμοί για να στεγάσουν τις κρίσιμες εφαρμογές και τα δεδομένα τους. Ο σχεδιασμός ενός κέντρου δεδομένων βασίζεται σε ένα δίκτυο υπολογιστικών και αποθηκευτικών πόρων που επιτρέπουν την παροχή κοινών εφαρμογών και δεδομένων. Ο σχεδιασμός του κέντρου δεδομένων περιλαμβάνει δρομολογητές, μεταγωγείς, τείχη προστασίας, συστήματα αποθήκευσης, διακομιστές και ελεγκτές παράδοσης εφαρμογών. Τα στοιχεία του κέντρου δεδομένων απαιτούν σημαντική υποδομή για την υποστήριξη του υλικού και του λογισμικού του κέντρου. Αυτές περιλαμβάνουν υποσυστήματα ισχύος, αδιάλειπτα τροφοδοτικά (UPS), εξοπλισμό, συστήματα ψύξης, πυρόσβεση, εφεδρικές γεννήτριες και συνδέσεις με εξωτερικά δίκτυα.

<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/data-center-virtualization/what-is-a-data-center.html>

ΨΗΦΙΑΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ

Το ψηφιακό αποτύπωμα είναι ένα ίχνος δεδομένων που δημιουργείτε κατά τη χρήση του Διαδικτύου. Περιλαμβάνει τους ιστότοπους που επισκέπτεστε, τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που στέλνετε και τις πληροφορίες που υποβάλλετε σε διαδικτυακές υπηρεσίες.

Το «παθητικό ψηφιακό αποτύπωμα» είναι ένα ίχνος δεδομένων που αφήνετε ακούσια στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα, όταν επισκέπτεστε έναν ιστότοπο, ο διακομιστής ιστού μπορεί να καταγράψει τη διεύθυνση IP σας, η οποία προσδιορίζει τον πάροχο υπηρεσιών διαδικτύου και την κατά προσέγγιση τοποθεσία σας. Μια πιο προσωπική πτυχή του παθητικού ψηφιακού σας αποτυπώματος είναι το ιστορικό των αναζητήσεών σας, το οποίο αποθηκεύεται από ορισμένες μηχανές αναζήτησης ενώ είστε συνδεδεμένοι.

Το «ενεργό ψηφιακό αποτύπωμα» περιλαμβάνει δεδομένα που υποβάλλετε σκόπιμα στο διαδίκτυο, π.χ. η αποστολή ενός ηλεκτρονικού ταχυδρομείου συμβάλλει στο ενεργό ψηφιακό αποτύπωμά σας, δεδομένου ότι αναμένετε ότι τα δεδομένα θα τα δει ή/και θα τα αποθηκεύσει κάποιο άλλο άτομο.

https://techterms.com/definition/digital_footprint

ΨΗΦΙΑΚΗ ΝΗΦΑΛΙΟΤΗΤΑ

Η ψηφιακή νηφαλιότητα αφορά τη μείωση του οικολογικού αποτυπώματος του καθημερινού ψηφιακού τρόπου ζωής μας. Μπορεί να εκδηλώνεται με την αγορά λιγότερο ισχυρών μηχανημάτων, την αντικατάστασή τους λιγότερο συχνά και τη μη χρήση ενεργοβόρων προσεγγίσεων, όπως είναι δυνατόν.

<https://www.newscientist.com/article/2195771-digital-sobriety-can-halt-tech-fuelled-global-warming-says-report/>

ΩΡΑ ΤΗΣ ΓΗΣ

Η Ώρα της Γης είναι ένα παγκόσμιο κίνημα που διοργανώνεται από το Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (WWF). Η εκδήλωση πραγματοποιείται κάθε χρόνο και ενθαρρύνει άτομα, κοινότητες και επιχειρήσεις να σβήσουν τα μη απαραίτητα ηλεκτρικά φώτα για μία ώρα σε μια συγκεκριμένη ημέρα, ως σύμβολο δέσμευσης προς τον πλανήτη.

<https://www.earthhour.org/>

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΑΓΧΟΣ / ΚΛΙΜΑΤΙΚΟ ΑΓΧΟΣ

Μια αρκετά πρόσφατη ψυχολογική διαταραχή που πλήττει όλο και περισσότερα άτομα που ανησυχούν για την περιβαλλοντική κρίση. Ορισμένα άτομα εκφράζουν υψηλά επίπεδα άγχους για την κλιματική αλλαγή με συμπτώματα όπως κρίσεις πανικού, εμμονικές σκέψεις, απώλεια όρεξης και αϋπνία.

<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-me-in-we/201801/coming-terms-ecoanxiety>

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ

Ο αντίκτυπος των ανθρώπινων δραστηριοτήτων που μετριέται με βάση την έκταση της βιολογικά παραγωγικής γης και των υδάτων που απαιτούνται για την παραγωγή των αγαθών που καταναλώνονται και την αφομοίωση των παραγόμενων αποβλήτων. Πιο απλά, είναι η έκταση του περιβάλλοντος που είναι αναγκαία για την παραγωγή των αγαθών και των υπηρεσιών που απαιτούνται για τη στήριξη ενός συγκεκριμένου τρόπου ζωής.

https://wwf.panda.org/knowledge_hub/teacher_resources/webfieldtrips/ecological_balance/eco_footprint/

ΟΙΚΟΛΟΓΙΑ

Κλάδος της επιστήμης που ασχολείται με την αλληλεπίδραση των οργανισμών και του περιβάλλοντός τους.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/ecology>

ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

Μια συσκευή ή ένα κτίριο που είναι ενεργειακά αποδοτικό χρησιμοποιεί σχετικά λίγη ενέργεια για να παρέχει την ενέργεια που χρειάζεται.

<https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/energy-efficient>

ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΕΠΙΠΤΩΣΕΩΝ

Μελέτη σχετικά με τις αναμενόμενες επιπτώσεις στο περιβάλλον ενός προτεινόμενου έργου ή ανάπτυξης, όπως ένας νέος δρόμος ή μια μονάδα επεξεργασίας λυμάτων, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο θα αντιμετωπιστούν τυχόν σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον.

<https://www.epa.ie/footer/a-zglossaryofenvironmentalterms/>

<https://www.eea.europa.eu/help/glossary#c4=10&c0=all&bstart=0>

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΣΗΜΑΝΣΗ

Τα περιβαλλοντικά σήματα είναι ένα διεθνώς αναγνωρισμένο μέσο επικοινωνίας των περιβαλλοντικών διαπιστευτηρίων των προϊόντων, ανταποκρινόμενο στη ζήτηση των καταναλωτών για πληροφορίες. Τα διάφορα σήματα ακολουθούν διαφορετικές προσεγγίσεις αξιολόγησης, αλλά ο κοινός στόχος είναι να παρουσιάζουν επαληθεύσιμες και ακριβείς πληροφορίες και να προωθούν προϊόντα και υπηρεσίες που έχουν δυνητικά λιγότερες επιπτώσεις στο περιβάλλον, βοηθώντας τους αγοραστές να κάνουν καλύτερα ενημερωμένες επιλογές. Τα περιβαλλοντικά σήματα είναι εθελοντικά και αναπτύσσονται στο πλαίσιο της σειράς προτύπων ISO 14020 (ISO (2000)) και διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες: Τύπος I, Τύπος II και Τύπος III, με τη σειρά προτύπων να καθορίζει τις κατευθυντήριες αρχές για την ανάπτυξη περιβαλλοντικών σημάτων και δηλώσεων (Allison and Carter, 2000).

<https://www.sciencedirect.com/topics/engineering/environmental-label>

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Ο περιβαλλοντικός γραμματισμός αναφέρεται στο βαθμό της ικανότητάς μας να αντιλαμβανόμαστε και να ερμηνεύουμε τη σχετική υγεία των περιβαλλοντικών συστημάτων και να αναλαμβάνουμε την κατάλληλη δράση για τη διατήρηση, την αποκατάσταση ή τη βελτίωση της υγείας των συστημάτων αυτών. Τα περιβαλλοντικά εγγράμματα άτομα έχουν μια βασική κατανόηση του περιβάλλοντος και των εννοιών της βιωσιμότητας, οι οποίες αποτελούν σήμερα μια βασική ικανότητα.

Roth, C.E. (1992) Environmental Literacy: Its Roots, Evolution and Directions in the 1990s. ERIC Clearing house for Science, Mathematics, and Environmental Education, Columbus. pp. 5

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Περιβαλλοντική βιωσιμότητα σημαίνει χρήση των πόρων και αλληλεπίδραση με τον φυσικό κόσμο με τρόπους που δεν θέτουν σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.

Christiansen, K. (2011) *Sustainability in Collection Development: Seeing the Forest and the Trees. Against the Grain*, 22(6), pp. 1-16.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΑΠΟΒΛΗΤΑ

Απόβλητα που αποτελούνται από απορριπτόμενα ηλεκτρονικά προϊόντα, όπως υπολογιστές, τηλεοράσεις και κινητά τηλέφωνα. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/e-waste>

ΕΤΙΚΕΤΑ ΔΙΚΑΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Μια ετικέτα που πιστοποιεί ότι το προϊόν που φέρει την ετικέτα συμμορφώνεται με τις αρχές του Δίκαιου Εμπορίου. Το δίκαιο εμπόριο αφορά καλύτερες τιμές, αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας, τοπική βιωσιμότητα και δίκαιους όρους εμπορίου για τους αγρότες και τους εργαζόμενους στον αναπτυσσόμενο κόσμο. Η ετικέτα χορηγείται από οργανισμούς σήμανσης του Δίκαιου Εμπορίου.

<https://www.fairtrade.org.uk/What-is-Fairtrade>

FLIGHT SHAMING

Το αίσθημα της ντροπής να παίρνεις αεροπλάνο λόγω των αρνητικών οικολογικών επιπτώσεων και της συμβολής του στην εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου.

GOING GREEN (ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΟΣ)

Το να γίνεις πράσινος σημαίνει να επιδιώκεις γνώσεις και πρακτικές που μπορούν να οδηγήσουν σε πιο φιλικές προς το περιβάλλον και οικολογικά υπεύθυνες αποφάσεις και τρόπους ζωής, οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Η βιωσιμότητα είναι μια ευρύτερη έννοια και το να είσαι πράσινος είναι ένα στοιχείο της βιωσιμότητας.

<https://www.thrall.org/special/goinggreen.html>

ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΥΠΕΡΘΕΡΜΑΝΣΗ

Η υπερθέρμανση του πλανήτη είναι το φαινόμενο της αύξησης της μέσης θερμοκρασίας του αέρα κοντά στην επιφάνεια της Γης κατά τους τελευταίους έναν έως δύο αιώνες. Οι επιστήμονες του κλίματος έχουν συγκεντρώσει από τα μέσα του 20ού αιώνα λεπτομερείς παρατηρήσεις διαφόρων καιρικών φαινομένων (όπως οι θερμοκρασίες, οι βροχοπτώσεις και οι καταιγίδες) και των σχετικών επιδράσεων στο κλίμα (όπως τα ωκεάνια ρεύματα και η χημική σύσταση της ατμόσφαιρας). Τα δεδομένα αυτά δείχνουν ότι το κλίμα της Γης έχει αλλάξει σχεδόν σε κάθε πιθανή χρονική κλίμακα από την αρχή του γεωλογικού χρόνου και ότι η επίδραση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων τουλάχιστον από την αρχή της βιομηχανικής επανάστασης είναι βαθιά συυφασμένη με τον ίδιο τον ιστό της κλιματικής αλλαγής.

<https://www.britannica.com/science/global-warming>

ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ο πράσινος σχεδιασμός είναι μια φιλοσοφία σχεδιασμού προϊόντων που αντιμετωπίζει τα περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά ως στόχους σχεδιασμού και όχι ως περιορισμούς. Στοχεύει στην ενσωμάτωση αυτών των χαρακτηριστικών χωρίς να διακυβεύονται οι επιδόσεις, η ποιότητα, η λειτουργικότητα και η ωφέλιμη διάρκεια ζωής του προϊόντος.

<http://www.businessdictionary.com/definition/green-design.html>

ΠΡΑΣΙΝΗ ΓΕΝΙΑ

Η γενιά που ονομάζεται επίσης Millennials, η γενιά που γεννήθηκε μεταξύ 1981 και 1991 (1996 σύμφωνα με άλλες πηγές) είναι πελάτες με κοινωνική και περιβαλλοντική συνείδηση. Υποστηρίζουν την κυκλική οικονομία και είναι πιο πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον για βιώσιμα προϊόντα. Δεδομένου ότι σήμερα αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό του εργατικού δυναμικού, η καταναλωτική τους συμπεριφορά και η αγοραστική τους δύναμη σημαίνει ότι οι εταιρείες είναι όλο και περισσότερο πρόθυμες να παρέχουν προϊόντα που να ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις τους.

ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟΥ

Το φαινόμενο του θερμοκηπίου είναι η αύξηση της θερμοκρασίας της επιφάνειας και των κατώτερων στρωμάτων της ατμόσφαιρας ενός πλανήτη που προκαλείται από τη μετατροπή της ηλιακής ακτινοβολίας σε θερμότητα σε μια διαδικασία που περιλαμβάνει την επιλεκτική μετάδοση της μικρού μήκους κύματος ηλιακής ακτινοβολίας από την ατμόσφαιρα, την απορρόφηση της από την επιφάνεια του πλανήτη και την επανεκπομπή της ως υπέρυθη ακτινοβολία, η οποία απορροφάται και εν μέρει επανεκπέμπεται στην επιφάνεια από τα ατμοσφαιρικά αέρια.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/greenhouse%20effect>

ΠΡΑΣΙΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Ένα πράσινο σύστημα πληροφοριών είναι ένα σύστημα σχεδιασμένο για να ελαχιστοποιεί τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής του, από τη δημιουργία του περιεχομένου έως τη διανομή, την πρόσβαση, τη χρήση και τη διάθεση.

Chowdhury, G. (2012) *Building Environmentally Sustainable Information Services: A Green IS Research Agenda*. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 63(4), 633–647, pp. 635. Οικοδόμηση περιβαλλοντικά βιώσιμων υπηρεσιών πληροφόρησης: Μια πράσινη ερευνητική ατζέντα για την ΠΔ. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 63(4), 633-647, σ. 635.

ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ (GREEN MIL)

Το Green MIL ενισχύει τις δεξιότητες κριτικής σκέψης που απαιτούνται για τον εντοπισμό, την επιλογή, τη χρήση και τον πολλαπλασιασμό των πιο αξιόπιστων, ενημερωμένων

και σχετικών πληροφοριών για περιβαλλοντικά θέματα. Περιλαμβάνει το σύνολο των δεξιοτήτων που περιλαμβάνονται ήδη στον γραμματισμό στα μέσα επικοινωνίας και την πληροφόρηση, αλλά στοχεύει ακριβώς στην υποστήριξη της ικανότητας των πολιτών να αντιμετωπίσουν την υπάρχουσα υπερφόρτωση πληροφοριών σχετικά με περιβαλλοντικά θέματα και αφηγήσεις για την κλιματική αλλαγή.

ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ (GREEN PUBLIC PROCUREMENT (GPP))

Οι Πράσινες Δημόσιες Συμβάσεις (GPP) είναι μια διαδικασία με την οποία οι δημόσιες αρχές επιδιώκουν να προμηθευτούν αγαθά, υπηρεσίες και έργα με μειωμένο οικολογικό αντίκτυπο καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους σε σύγκριση με αγαθά, υπηρεσίες και έργα με την ίδια κύρια λειτουργία που θα προμηθευόνταν διαφορετικά.

https://ec.europa.eu/environment/gpp/what_en.htm

GREENWASHING

Το greenwashing είναι η διαδικασία μετάδοσης ψευδών εντυπώσεων ή παροχής παραπλανητικών πληροφοριών σχετικά με το πώς τα προϊόντα μιας εταιρείας είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον. Το greenwashing θεωρείται ένας ψεύτικος ισχυρισμός που εξαπατά τους καταναλωτές ώστε να πιστέψουν ότι τα προϊόντα μιας εταιρείας είναι φιλικά προς το περιβάλλον.

<https://www.investopedia.com/terms/g/greenwashing.asp>

ΕΚΠΛΗΚΤΙΚΗ ΤΡΟΦΗ (INCREDIBLE EDIBLE)

Το Incredible Edible είναι ένα πρόγραμμα αστικής κηπουρικής που έχει ως στόχο να φέρει τους ανθρώπους κοντά μέσω δράσεων γύρω από την τοπική διατροφή και να αλλάξει τη συμπεριφορά τους απέναντι στο περιβάλλον.

<https://www.incredibleedible.org.uk/>

ΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ (MIL)

Το να είναι κανείς εγγράμματος στα μέσα επικοινωνίας σημαίνει να έχει τις πρακτικές δεξιότητες, τις γνώσεις και τις στάσεις για να κατανοεί το ρόλο και τις λειτουργίες των μέσων ενημέρωσης στις δημοκρατικές κοινωνίες, να αξιολογεί κριτικά το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης, να ασχολείται με τα μέσα ενημέρωσης για αυτοέκφραση, διαπολιτισμικό διάλογο και δημοκρατική συμμετοχή. Οι άνθρωποι είναι τότε πιο πιθανό να είναι καλύτερα εξοπλισμένοι για να αναγνωρίζουν τη σημασία των μέσων ενημέρωσης και άλλων παρόχων πληροφοριών και την αδυναμία ή την ισχύ των μηνυμάτων ή των πληροφοριών που διαδίδουν.

UNESCO (2012) Γραμματισμός στα μέσα ενημέρωσης και την πληροφόρηση. Κατευθυντήριες γραμμές πολιτικής και στρατηγικής.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002256/225606e.pdf>

ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Τρόφιμα που καλλιεργούνται χωρίς χημικά λιπάσματα ή φυτοφάρμακα και πωλούνται στον καταναλωτή χωρίς την

προσθήκη συντηρητικών και συνθετικών ενισχυτικών τροφίμων.
<https://medical-dictionary.thefreedictionary.com/organic+food>

SDGS (ΣΤΟΧΟΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (ΣΒΑ))

Οι 17 Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ), γνωστοί και ως Παγκόσμιοι Στόχοι, υιοθετήθηκαν από όλα τα κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών το 2015 ως παγκόσμια πρόσκληση για δράση με στόχο την εξάλειψη της φτώχειας, την προστασία του πλανήτη και τη διασφάλιση ότι όλοι οι άνθρωποι θα απολαμβάνουν ειρήνη και ευημερία έως το 2030.

<https://www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html>

SUBVERTISING

Το subvertising είναι μια προσπάθεια να μετατραπεί η εικονογράφηση των διαφημιστών σε θηλιά στο λαιμό τους. Αν οι εικόνες μπορούν να προωθήσουν ένα εμπορικό σήμα, μπορούν επίσης να το καταστρέψουν. Το subvertising είναι μια σατιρική εκδοχή ή η αλλοίωση μιας υπάρχουσας διαφήμισης, μια παραποίηση της εικόνας που αποσκοπεί στο να μας κάνει να ξεχάσουμε τον καταναλωτισμό και να σκεφτούμε αν' αυτού κοινωνικά ή πολιτικά ζητήματα.

Barley A. (2001), Battle of the image, New Statesman, www.newstatesman.com/node/153475

ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Βιώσιμη ανάπτυξη είναι η ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες.
<https://www.iisd.org/topic/sustainable-development>

ΥΔΑΤΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ

Το υδατικό αποτύπωμα μετρά την ποσότητα νερού που χρησιμοποιείται για την παραγωγή κάθε αγαθού και υπηρεσίας που χρησιμοποιούμε. Μπορεί να μετρηθεί για μια μεμονωμένη διαδικασία, όπως η καλλιέργεια ρυζιού, για ένα προϊόν, ένα ζευγάρι τζιν, για τα καύσιμα που βάζουμε στο αυτοκίνητό μας ή για μια ολόκληρη πολυεθνική εταιρεία. Το υδατικό αποτύπωμα μπορεί επίσης να μας πει πόσο νερό καταναλώνεται από μια συγκεκριμένη χώρα - ή παγκοσμίως - σε μια συγκεκριμένη λεκάνη απορροής ποταμού ή από έναν υδροφόρο ορίζοντα.

Το υδατικό αποτύπωμα είναι ένα μέτρο της οικειοποίησης του γλυκού νερού από την ανθρωπότητα σε ποσότητες νερού που καταναλώνονται ή/και ρυπαίνονται.

<https://waterfootprint.org/en/water-footprint/what-is-water-footprint/>

ΜΗΔΕΝΙΚΑ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΑ

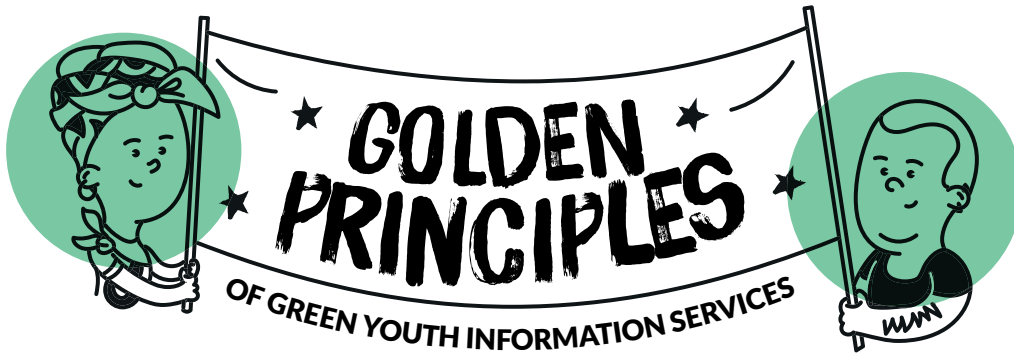
Η εξοικονόμηση όλων των πόρων μέσω της υπεύθυνης παραγωγής, κατανάλωσης, επαναχρησιμοποίησης και ανάκτησης προϊόντων, συσκευασιών και υλικών χωρίς καύση και χωρίς απορρίψεις στο έδαφος, το νερό ή τον αέρα που απειλούν το περιβάλλον ή την ανθρώπινη υγεία.

<http://zwia.org/zero-waste-definition/>

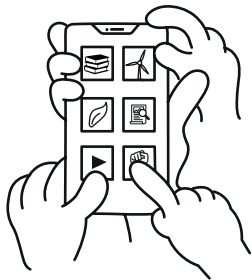


Always
Room
to
Grow

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΑΦΙΣΕΣ



ΧΡΥΣΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΩΝ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΟΛΑΙΑ



ΕΝΔΥΣΚΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΑΣΙΝΟΥ ΓΡΑΠΗΤΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ (GREEN MIL)

- 1 Προσπαθήστε να ευαισθητοποιήσετε τους νέους σχετικά με τη σημασία του ελέγχου των γεγονότων που σχετίζονται με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και την προσοχή στις πηγές πληροφόρησης.
- 2 Δώστε στους νέους τα εργαλεία και τους πόρους που χρειάζονται για να μάθουν πώς να ελέγχουν τις πηγές πληροφοριών, να εντοπίζουν την παραπληροφόρηση και να διαδίδουν τις πληροφορίες για την κλιματική κρίση με υπεύθυνο τρόπο.
- 3 Ενθαρρύνετε τους νέους να ενημερωθούν για τις τελευταίες ειδήσεις, τα γεγονότα και τις έρευνες σχετικά με την κλιματική κρίση και για το τι μπορεί να γίνει σε διάφορα επίπεδα.

ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΩΣ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΟΙΩΤΩΝ

- 4 Ενδυναμώστε τους νέους να παρατηρήσουν τις συνέπειες της κλιματικής αλλαγής στο άμεσο περιβάλλον τους και να κατανοήσουν τη σημασία της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.
- 5 Υποστηρίξτε τους νέους στην εξεύρεση τρόπων μείωσης του οικολογικού τους αντίκτυπου και ενθαρρύνετέ τους να αναλάβουν δράση και να το διαδώσουν.
- 6 Οργανώστε και συνδιοργανώστε δραστηριότητες κατάρτισης, εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης και ενημερωτικές συναντήσεις με νέους για την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.



ΥΠΟΣΤΗΡΗΞΗ ΤΗΣ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

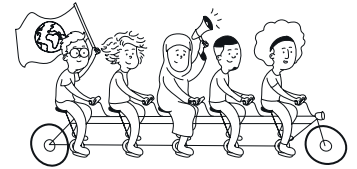
- 7 Ενημερωθείτε για τις νέες μορφές εμπλοκής της νεολαίας, τα κινήματα που καθοδηγούνται από τη νεολαία και τις εκστρατείες για τη δράση για το κλίμα σε διάφορα επίπεδα.
- 8 Παρακολουθήστε τις πολιτικές και τις τελευταίες εξελίξεις σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και προστασία για να κατανοήσετε καλύτερα το πλαίσιο.
- 9 Προβλέψτε τις μελλοντικές ανάγκες της νεολαίας ενόψει των κοινωνικών και οικονομικών αλλαγών που συνδέονται με την κλιματική κρίση, ώστε να προβλεφθούν έγκαιρες απαντήσεις.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

- 10 Μετρήστε το αποτύπωμα άνθρακα του οργανισμού σας και αναπτύξτε συγκεκριμένες δράσεις για τη μείωσή του στο πλαίσιο μιας πράσινης στρατηγικής.
- 11 Εισάγετε πράσινες πρακτικές και πολιτικές φιλικές προς το περιβάλλον στις καθημερινές δραστηριότητες και στη διαχείριση του γραφείου και, ως εκ τούτου, λειτουργήστε ως πρότυπο που εμπνέει τους νέους χρήστες μειώνοντας τις δικές σας οικολογικές επιπτώσεις.
- 12 Συνεργαστείτε με τις αρμόδιες δημόσιες αρχές, τα σχολεία, τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και άλλους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς στον τομέα της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.



ΤΟ ΠΡΑΣΙΝΟ ΓΡΑΦΕΙΟ



ΠΑΡΤΕ ΤΟΥΣ ΟΛΟΥΣ ΜΑΖΙ ΣΑΣ!

ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΑΠΡΡΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ

Διαχωρίστε τα απορρίμμάτα σας, ανακυκλώστε και ενθαρρύνετε τους συναδέλφους σας να χρησιμοποιούν κανονικές κούπες, ποτήρια, μαχαιροπήρουνα και πιάτα αντί για μιας χρήσης. Κλείστε τις βρύσες και τραβήξτε το καζανάκι της τουαλέτας με υπευθυνότητα.

1

ΚΟΥΖΙΝΑ / ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ

Γεμίστε το γραφείο με φυτά για την ανακύκλωση του αέρα, δεσμευτείτε να καταργήσετε το εμφιαλωμένο νερό και τις περιττές συσκευασίες ή ενθαρρύνετε τους συναδέλφους σας να τρώνε τοπικά παραγόμενα τρόφιμα και λιγότερο κρέας.

3

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

Κοινοποιήστε τα αποτελέσματα της συλλογικής σας εργασίας και ενθαρρύνετε τους συναδέλφους να συνεχίσουν τη συμμετοχή τους.

8

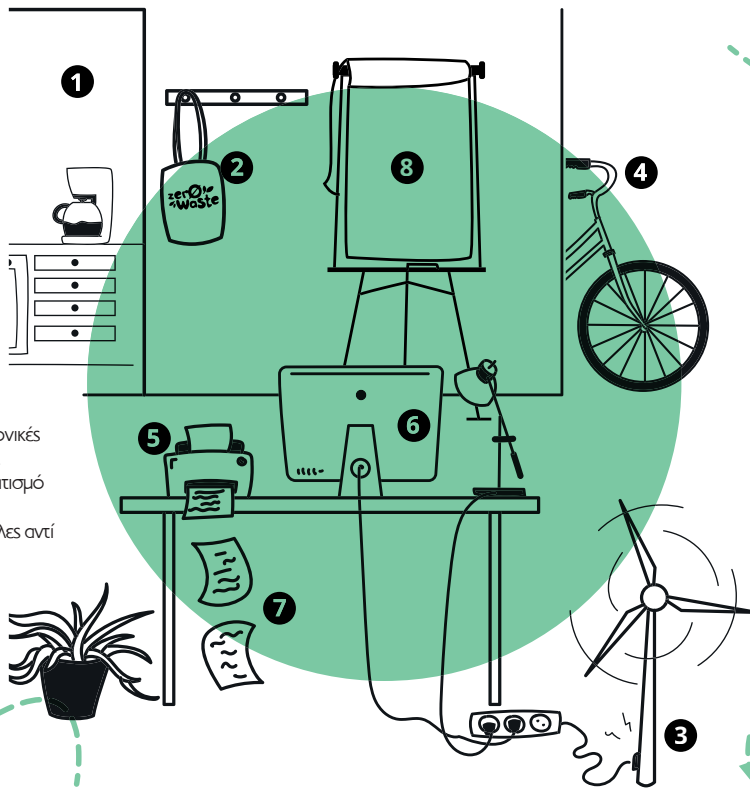
ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

Χρησιμοποιήστε όσο το δυνατόν περισσότερο φυσικό φως. Σβήστε τα φώτα και απενεργοποιήστε τις ηλεκτρονικές συσκευές όταν δεν χρησιμοποιούνται. Χαμηλώστε τη θέρμανση και τον κλιματισμό και κλείστε τα παράθυρα όταν αυτά λειτουργούν. Χρησιμοποιήστε τις σκάλες αντί για τα ασανσέρ, όταν είναι δυνατόν.

4

ΜΕΤΑΦΟΡΑ

Ενθαρρύνετε τις μετακινήσεις με εναλλακτικές λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον, όπως το ποδήλατο, τα μέσα μαζικής μεταφοράς, το τρένο ή τη συνεπιβίβαση (car-pooling). Περιπατήστε όποτε είναι δυνατόν.



7

ΠΟΤΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΠΗΘΕΙΩΝ

Προτιμήστε τις εταιρείες που χρησιμοποιούν οικολογικά προϊόντα, διαθέτουν οικολογικά σήματα ή προσφέρουν οικολογικές υπηρεσίες π.χ. για τον καθαρισμό, τα gadgets, την εκτύπωση ή το υλικό γραφείου.

5

ΧΑΡΤΙ/ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ

Εκτυπώστε μόνο όταν είναι απαραίτητο, διηλθίς όψης και ασπρόμαυρα. Χρησιμοποιήστε ανακυκλωμένο χαρτί και επαναχρησιμοποιήστε χαρτί εκτύπωσης μονής όψης για σημειώσεις. Εξοικονομήστε μελάνι και ανακυκλώστε τις κασέτες τόνερ.

6

ΨΗΦΙΑΚΗ ΧΡΗΣΗ & ΕΞΟΠΙΣΜΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

Μειώστε την ψηφιακή σας ρύπανση με το να έχετε επίγωση του αριθμού των email που στέλνετε και λαμβάνετε. Διαγράψτε τα ενημερωτικά δελτία και τα ανεπιθύμητα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και καθαρίστε τα εισερχόμενά σας σε τακτική βάση.

eurodesk



european youth information
and counselling agency

ΚΑΝΟΥΜΕ ΠΙΟ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΝΕΟΛΑΙΑ

1 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ



- Περιορίστε τα περιττά ταξίδια, συνδυάστε συναντήσεις και εκδηλώσεις και οργανώστε τις διαδικτυακά, όταν είναι δυνατόν.
- Εάν συναντηθείτε δια ζώσης, επιλέξτε προσεκτικά την τοποθεσία. Οργανώστε την εκδήλωση κοντά στο χώρο εργασίας σας ή/και σε κεντρικό σημείο για την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.
- Επιλέξτε έναν χώρο που είναι εύκολα προσβάσιμος και εφαρμόζει πράσινα μέτρα.

2 ΔΙΑΛΕΞΤΕ ΜΕ ΣΥΝΕΣΗ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΣΑΣ



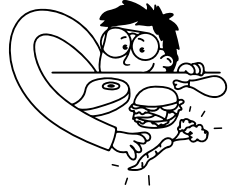
- Ενθαρρύνετε τη χρήση μέσων μεταφοράς που χρησιμοποιούν τεχνολογίες χαμηλών εκπομπών, όπως τα τρένα και τα λεωφορεία. Εάν ταξιδεύετε με αεροπλάνο, αντισταθμίστε με τη χρήση ενός προγράμματος αντισταθμίσις εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.
- Ενημερώστε και ενθαρρύνετε ενεργά τους συμμετέχοντες να περπατούν ή να χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς ή άλλα εναλλακτικά μέσα, όπως ποδήλατα ή από κοινού αυτοκίνητα, όταν αυτό είναι δυνατό.

3 ΜΗΝ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΚΑΡΤΙ



- Εκτυπώστε έγγραφα μόνο όταν είναι απαραίτητο. Χρησιμοποιήστε βιντεοπροβολείς για την προβολή πληροφοριών ή έναν πίνακα πληροφοριών όπου συγκεντρώνονται όλες οι πληροφορίες.
- Εξερευνήστε διάφορες εφαρμογές για να μοιραστείτε το πρόγραμμά σας και άλλα έγγραφα της εκδήλωσης.
- Μην ξεχνάτε να διαγράφετε τα δεδομένα που είναι αποθηκευμένα στο σύννεφο (cloud) όταν δεν τα χρειάζεστε πλέον.

4 ΠΡΟΤΙΜΗΣΤΕ ΠΡΑΣΙΝΑ ΓΕΥΜΑΤΑ



- Χρησιμοποιήστε catering και χώρους εκδηλώσεων που προμηθεύονται τοπικά, βιολογικά και δίκαια προϊόντα.
- Κάντε τη χορτοφαγία την προεπιλεγμένη επιλογή ή μειώστε τον αριθμό των πιάτων με κρέας.
- Προσέξτε τη σπατάλη τροφίμων - Μην παραγγέλνετε περισσότερα από όσα χρειάζεστε.
- Παραλείψτε το εμφιαλωμένο νερό και προσφέρετε κανάτες με νερό που μπορείτε να γαρνίρετε με μια φέτα λεμόνι ή/και δυόσμο.

5 ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΑ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ!



- Αποφύγετε το πλαστικό όσο μπορείτε. Επιλέξτε υλικά που είναι εύκολα επαναχρησιμοποιήσιμα.
- Μοιράστε καθημερινά ποτήρια πολλαπλών χρήσεων κολλώντας χαρτοταινία και ζώντας από τους συμμετέχοντες να υπογράψουν το ποτήρι τους.
- Ενημερώστε όλους τους συμμετέχοντες για την πολιτική ανακύκλωσης και δείξτε τους πως μπορούν να διαχωρίζουν τα απορρίμματά τους.

6 ΠΡΑΣΙΝΟ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ



- Επιλέξτε φιλικά προς το περιβάλλον, ανθεκτικά, ανακυκλωμένα, επαναχρησιμοποιήσιμα και ανακυκλώσιμα διαφημιστικά αντικείμενα που οι συμμετέχοντες θα τα χρησιμοποιήσουν και θα τους αρέσουν.
- Εμπλέξτε τους νέους στη δημιουργία του σχεδιασμού και συμβουλευτείτε τους σχετικά με τα αντικείμενα που θα μπορούσαν να τους ενδιαφέρουν.
- Ανακυκλώστε τις κονκάρδες και τα κορδόνια σας, τις πινακίδες και το διαφημιστικό υλικό- φροντίστε να τα συλλέξετε στο τέλος της εκδήλωσής σας για να τα επαναχρησιμοποιήσετε στην επόμενη.



Η συμβολή του Eurodesk στο έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.
Η παρούσα δημοσίευση αντικατοπτρίζει τις απόψεις του συντάκτη και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Στόχος της πληροφόρησης των νέων δεν είναι μόνο να ανταποκρίνεται στις ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και τα αιτήματα των νέων, αλλά και να προβλέπει τις ανάγκες τους και να αναπτύσσει ανάλογα προληπτικά μέτρα. Στόχος του παρόντος οδηγού είναι να διερευνήσει το ρόλο της εργασίας πληροφόρησης των νέων στο πλαίσιο της κλιματικής κρίσης, καθώς και να παράσχει συγκεκριμένες συμβουλές και παραδείγματα καλών πρακτικών όσον αφορά το σχεδιασμό και την παροχή πιο πράσινων υπηρεσιών πληροφόρησης για τους νέους. Ο οδηγός παρέχει παραδείγματα για τις υπηρεσίες πληροφόρησης των νέων σχετικά με το πώς να ενημερώνουν, να εμπλέκουν και να ενδυναμώνουν τους νέους σχετικά με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Στόχος είναι επίσης η ευαισθητοποίηση των παρόχων υπηρεσιών και των φορέων χάραξης πολιτικής σχετικά με τη σημασία των πιο πράσινων στρατηγικών πληροφόρησης των νέων και των προγραμμάτων για τη νεολαία. Η έκδοση συμπληρώνεται με συστάσεις πολιτικής, παραδείγματα δραστηριοτήτων μη τυπικής εκπαίδευσης και ένα πράσινο γλωσσάριο.



ISBN 978-2-9199627-1-6



9 782919 962716

eurodesk



European Youth Information
and Counselling Agency