

## Celoslovenský týždeň Dni Zelených škôl 2017

### Inšpirácie na aktivity

#### 1. Jedlá zmena -

nová zelenoškolská téma potraviny, ktorá sa venuje zodpovednému stravovaniu, bude od školského roku 2017/2018 novou prierezovou témou programu Zelená škola. Potraviny, ktoré kupujeme/konzumujeme, majú priamy dopad na klímu, využitie zdrojov, ako napríklad voda a pôda, schopnosť ľudí užiť sa a viesť dôstojný život doma a za hranicami. Pre viac informácií si prečítajte príručku Prečo na zodpovednom stravovaní záleží.

- **Vypočítajte stopu jedla** a analyzujte ako sa mení, keď zvolíte suroviny iného pôvodu
- **Zistite viac** o kódoch na vajíčkach a tie Vám povedia viac o tom, **v akých podmienkach boli kurčatá chované**
- Urobte si **prehľad o jedle**, ktoré si so sebou priniesli ostatné deti do školy a zistite, či sa v zozname ingrediencií nachádza **palmový olej**. Diskutujte o tom, aké môžu byť alternatívy, ktoré máte radi a neobsahujú palmový olej.
- Zorganizujte **fair trade raňajky** v škole a porozprávajte ľuďom príbeh o jedle, ktoré budú jesť.
- Viac informácií a aktivít nájdete v metodickej príručke **[„Prečo na zodpovednom stravovaní záleží“](#)**

**2. Závazok pre Zem** - žiaci/študenti, učitelia a nepedagogický personál si dajú záväzok voči Zemi, napr. že v tento deň:

- sa v maximálnej možnej miere obmedzí používanie počítačov a elektroniky
- všetci čo môžu prídu do školy ináč ako motorovým dopravným prostriedkom
- sa na území školy bude piť len voda z vodovodu, čaj alebo iné nebalené tekutiny
- sa celá škola pokúsi o bezodpadové hospodárenie
- si škola „adoptuje“ nejaké chránené územie a bude trvalo dohliadať na jeho ochranu
- sa na škole trvalo nahradia chemické čistiace prostriedky zdravšími a ekologickejšími
- a pod.

Závazok odporúčame zvoliť podľa prioritnej témy, reálnych možností školy a doplniť ho vhodnými informačnými a motivačnými aktivitami.

# Odporúčania a tipy, na čo je potrebné myslieť pri plánovaní a organizovaní aktivít pre žiakov, verejnosť, médiá...

## Ako na to?

- poradte sa so žiakmi/kolégom, ako by sa vaša škola mohla prezentovať čo najzaujímavejším spôsobom a zároveň, čo by pre školu a vašu komunitu bolo užitočné;
- pokúste sa s členmi vášho kolégia a ostatnými členmi školy pripraviť aktivity, ktoré by súviseli s vašou prioritnou témou v environmentálnom akčnom pláne;
- ak plánujete realizovať rokmi osvedčené aktivity (besedy, premietanie filmov...), skúste

sa na chvíľu „zabudnúť“, urobte si v tíme brainstorming (zbierku nápadov), obzrite sa okolo seba (iné školy, internet...) a pokúste sa navrhnúť nové aktivity -ideálne by bolo, ak by v nich žiaci/študenti neboli len prijímateľmi, ale aby sa do ich priebehu, resp. prípravy mohli aktívne zapojiť;

- ak chcete členom vašej školy alebo verejnosti prezentovať určitú tému, prípadne aj vaše aktivity v danej oblasti pokúste sa pripraviť informačný stánok – podľa výberu cieľovej skupiny (žiaci, učitelia alebo verejnosť, resp. ich kombinácia) si vyberte vhodné miesto umiestnenia – chodba/vstup do školy, námestie v meste/obci alebo iné frekventované miesto;

- ak chcete prilákať rodičov a verejnosť do vašej školy ponúknite im možnosť zažiť školu nie celkom tradičnými spôsobmi -vyskúšajte nové formy stretnutí, prezentácie...zorganizujte na školskom dvore priateľské stretnutie spojené napr. s posedením pri ohni (môžete ho prípadne spojiť s praktickou pomocou pri premene vášho školského dvoru – budovanie bylinkovej špirály a pod.), pripravte pre nich zaujímavé hry (viď napr. hry, ktoré ste mohli zažiť pri. workshope intuitívnej pedagogiky)...fantázii sa medze nekladú;

- ak potrebujete pre niektoré z vašich aktivít materiálne vybavenie, popr. občerstvenie, skúste osloviť rodičov, miestnu samosprávu, firmy a pod., či by vám nemohli pomôcť sponzorsky alebo vlastnou prácou;

- ak ste získali grant a realizáciu máte naplánovanú na toto obdobie, môžete

zorganizovať napr. slávnostný výkop, položenie základného kameňa a pod.;

- ak plánujete umelecké aktivity pokúste sa minimalizovať používanie nových materiálov (výkresy, lepiace pásy...) a porozmýšľajte ako by sa dali využiť rôzne nevyužívané alebo odpadové materiály, papiere popísané z jednej strany (tzv. šmiráky) a pod.;

- ak sa chystáte pripraviť pre účastníkov občerstvenie, nezabúdajte na prevenciu vzniku odpadu a kvalitu poskytnutých nápojov a jedla (obsah cukru, syntetických prídavných látok...) -pokúste sa vyhnúť nákupu nápojov v plastových fľašiach, jednorazovému riadu, pohárom a pod. -pripravte radšej chutné bylinkové čaje, čerstvé šťavy, požičajte si poháre, taniere z jedálne alebo miestnej reštaurácie (často ich požičajú za maličký poplatok alebo poskytnú poháre, ktoré sú ešte použiteľné, ale už ich nevyužívajú pre zákazníkov);

- nezabúdajte, že „svet nie je čiernobiely“ -ak sa pri vašich aktivitách plánujete venovať témam, ktoré môžu byť kontroverzné (poľovníctvo, prikrmovanie divých zvierat v zime, využívanie atómovej energie, zoologické záhrady, genetické manipulácie...), resp. plánujete pozvať zástupcov určitých skupín, popremýšľajte, či by nebolo vhodnejšie zorganizovať napr. diskusiu „dvoch strán“.

Príklad: stáva sa, že žiaci/študenti sa zúčastnia prednášky zástupcu miestneho poľovníckeho zväzu, lesného závodu a pod., ktorý prezentuje väčšinou antropocentrický pohľad (zameraný na človeka) na ochranu prírody (klasické hospodárenie v lesoch, dôležitosť prikrmovania divej zvery v zime, následný lov a pod.). Žiaľ už málokedy tí istí žiaci absolvujú aj prednášku lesného ekológa, biológa a pod., ktorí by im dokázal vysvetliť aj iný celistvejší pohľad na les a divokú prírodu, ktorý vychádza z najnovších vedeckých poznatkov a pozorovaní prírody. Výsledkom môže byť nie celkom objektívne pochopenie zákonitostí prírody a spôsobov jej ochrany.

Toto je len jeden príklad z mnohých, myslíte preto prosím vždy pri príprave aktivít na tieto súvislosti. Je žiadúce, aby sme dali starším žiakom/študentom príležitosť vytvoriť si vlastný názor, ako im len prezentovať postoje a pohľad jednej strany.

V prípade, že nie je možné zabezpečiť spoločnú diskusiu vždy si dopredu jasne dohodnite s prednášajúcim/lektorom konkrétne smerovanie aktivity a jej obsah. Ak však dostávate z Vášho pohľadu nevhodné ponuky, resp. si nie ste istí obsahom a kvalitou, nebojte sa povedať nie.

## NA ČO TREBA MYSLIEŤ PRI ORGANIZOVANÍ AKTIVÍT

Ak plánujeme podujatia pre žiakov, verejnosť a pod. venujme ich kvalitnému plánovaniu a príprave dostatok času.

Pred začatím akejkol'vek (nielen) propagačnej akcie si zodpovedajme nasledovné otázky a dobre pripravme všetko čo treba:

### 1. CIELE AKCIE A JEJ OBSAH

- ✓ Čo chceme dosiahnuť?
- ✓ Akú základnú myšlienku chceme komunikovať? ✓ Koho oslovujeme, aká je cieľová skupina?
- ✓ Koľko a akých ľudí chceme prilákať?

Ak už máme tieto otázky zodpovedané pokúsme sa spoločne navrhnúť obsah samotnej akcie – t.j. aké aktivity by bolo vhodné realizovať pre naplnenie cieľa a následne vyberme tú najlepšiu/e.

### 2. TERMÍN AKCIE

- ✓ V akom termíne oslovíme našu cieľovú skupinu?
- ✓ Neprekrýva sa daný termín s iným dôležitým termínom, s iným podujatím? ✓ Vyhovuje termín organizátorom?

### 3. MIESTO KONANIA

- ✓ Máme vhodné miesto, kde oslovovaní ľudia radi a vo veľkom počte prídu? ✓ Je miesto rezervované, máme povolenia?
- ✓ Treba na mieste vykonať nejaké úpravy, vyzdobiť, zariadiť ho?
- ✓ Máme alternatívne miesto pre prípad nepriaznivého počasia?

### 4. ORGANIZÁTORI

- ✓ Kto je hlavným koordinátorom a kto má zodpovednosť za čiastkové oblasti?
  - ✓ Vie každý organizátor, čo a kedy sa od neho očakáva? Vie, komu sa zodpovedá?
  - ✓ Treba na akcii moderátora alebo hovorcu?

- ✓ Máme fotografa (videokameramana), ktorý celú akciu dobre zdokumentuje? Dohodli sme sa s nim na dôležitých motívoch, na ktoré nesmie prehliadnúť/zabudnúť?
- ✓ Vie každý organizátor, aký má rozpočet?

## 5. PROPAGÁCIA PRED AKCIOU

Ako, kde a kedy budeme propagovať pred akciou (pozvánky, e-maily, plagáty, letáky, web, tlačové správy, obtelefonovanie redakcií médií, školské nástenky, školský a miestny rozhlas...)? Čo je hlavným „tahačom“ akcie? Na čo ľudí nalákame? Aké najdôležitejšie informácie musí verejnosť vedieť pred akciou?

Ktoré známe osobnosti alebo miestne authority pozvem?

## 6. PROPAGÁCIA POČAS AKCIE A PO NEJ

- Čím ľudí zaujmeme na prvý pohľad počas akcie?
- Máme pripravené prítlačlivé prezentačné materiály pre účastníkov, novinárov, authority? ➤ Aký prezentačný stánok, nástenky pripravíme?
- Máme vhodné fotografie a kroniky?
- Budeme púšťať videoprojekciu?
- Aké oblečenie budeme používať, aby sme boli ľahko rozpoznateľní?
- Ako chceme výsledky akcie propagovať po jej uskutočnení?

## 7. PROGRAM AKCIE

- ➤ Máme určený presný program, ktorý naplní stanovené ciele?
- ➤ Máme ku každej aktivite potrebný materiál, techniku a kostýmy?
- ➤ Je v programe dôstojný priestor pre príhovory čestných hostí?
- ➤ Je pripravený aj sprievodný program pre deti, ktoré práve neučinkujú, pre rodičov a iných

účastníkov?

- ➤ Máme pripravenú dažd'ovú alternatívu?

## 8. LOGISTIKA

- ➤ Máme zabezpečený dovoz a odvoz vecí, príp. organizátorov?
- ➤ Máme zabezpečené nejaké občerstvenie pre účastníkov?
- ➤ Mysleli sme na možné úrazy, lekárničku a pod.?
- ➤ Budeme potrebovať ozvučenie, mikrofón alebo nám bude stačiť megafón?
- ➤ Ako budú rozostavené jednotlivé aktivity (hlavné programové stanovište, informačný

stánok, občerstvenie...)

## 9. FINANČIE

- ➤ Máme podrobný rozpočet akcie
- ➤ Využili sme možnosti pokrytia príjmov (sponzori, granty, zbierka...)
- ➤ Chceme zorganizovať zbierku? Napr. na vybudovanie zelenej učebne, podporiť záchranu

prirodzených lesov (Kúp si svoj strom...) a pod.

## 10. FILANTROPIA/POMOC INÝM

- Prečo chcem pomáhať iným?
- Komu chcem pomôcť?
- Pri ktorých akciách je vhodné časť výťažku použiť na pokrytie vlastných nákladov?

# PROSTRIEDKY STYKU S VEREJNOSŤOU

## PLAGÁT

Plagát musí na prvý pohľad padnúť do oka.

Na upútanie vyskúšajte netradičné: pokrivenú perspektívu, kombináciu obrázku a slova, dominantný neobvyklý obrázok. Rozhodne má byť na plagáte minimum textu. Hovorí sa, že priemerného diváka odradí čítanie viac ako 7 slov. Môžete ich uviesť viac, ale obrázky, resp. fotografie musia prevažovať. Divák sa musí na plagáte zorientovať a rýchlo vstrebať základné odkazy, ktoré chcete odovzdať: čo, kde, kedy, kto a pre koho organizuje.

Dodržte základné typografické triky: plagát potrebuje priestor, málo čiar, farbu nechať pôsobiť plošne. Teplé farby stimulujú, studené utlmujú. Nerobte z rôznych druhov písma cirkus, použite max. 2 – 3 fonty. Farba písma má kontrastovať s pozadím, držte sa starého heraldického pravidla, že kov (strieborná = biela, šedá a zlatá = žltá) nemá ísť na kov, ale na farbu (modrá, červená, čierna) a naopak.

## PROPAGAČNÝ LETÁK

Ak vyrábate propagačný leták, dobre si premyslite, čo chcete propagovať a pred kým.

Jazyk a forma letáku pre deti musí vyzeráť inak ako jazyk a forma informačného letáku pre verejnosť.

Každý leták by mal byť pestrý a založený na obrázkoch, fotkách a krátkych textoch. Strohé letáky s dlhými textami nikto nečíta. Mal by obsahovať pekné ilustrácie, fotky, logá...

Ak letáky kopírujete, zvol'te radšej farebný papier. Pri kopírovaní sa pokúste fotografie radšej nahradiť peknými čiernobielymi kresbami. Fotografie pri kopírovaní môžu stratiť svoje čaro a nemusia byť dobre viditeľné, resp. zrozumiteľné.

Odporúča sa pridať krátku informáciu o škole a zaujímavý citát známej osobnosti.

## LIST, POZVÁNKA

Moderná doba sa vyznačuje presýtenosťou informácií. Myslite na to, že absolútna väčšina adresátov uprednostňuje stručné a prehľadné informácie, v ktorých sa okamžite zorientuje.

Preto sa držte pravidla 1 strany a akúkoľvek pozvánku zhrňte na 1 stranu. Aj tá by mala byť prehľadne členená na logické odstavce s podnadpismi či heslami.

Pozornosť pritiahnite použitím fotky alebo ilustračného obrázku.

Ak chcete zanechať dojem serióznosti, používajte hlavičkový papier (ak ste držiteľom certifikátu Zelená škola, tak aj s logom programu na peknom recyklovanom papieri).

Ak chcete zaujať, odlíšiť sa od hŕby podobných pozvánok a žiadostí, priložte niečo originálne a netradičné, napr. plochý výrobok z prírodného (alebo odpadového) materiálu a pod.

## OZNÁMENIE V MÉDIÁCH

Akciu môžete spropagovať aj v miestnych či regionálnych médiách.

Myslite na to, že v závislosti od periodicity majú aj svoje redakčné uzávierky, a preto sa u nich včas informujte o termíne dodania oznámenia. Keď ho nebudú chcieť uverejniť, môže aspoň prilákať na akciu novinára a fotografa.

Oznámenie posielajte najlepšie v elektronickej podobe (e-mailom) na hlavičkovom papieri, max. na 1 stranu. Mal by uvádzať lákavý a výstižný nadpis. Ďalší text odpovedá na sedem

základných otázok: kto, pre koho, čo kde, kedy, ako a prečo organizuje.

Najzaujímavejšie „ťaháče“ umiestnite do perexu – prvého odstavca. Nezabúdajte, že verejnosť ako aj novinárov najviac upútate senzáciou, niečím mimoriadnym. Suchá informácia, že organizujete večierok alebo stretnutie na škole určite skončí v redakčnom koši. Zaujímavosť akcie zdôraznite zaujímavou fotografiou, logom akcie a pod.

## TLAČOVÁ SPRÁVA

Tlačová správa má rovnaké pravidlá ako oznámenie, len sa posielajú po uskutočnení akcie – ideálne ešte v ten istý deň.

Okrem odpovedí na sedem základných otázok vypichnete najnetradičnejšie momenty akcie, citáty významných účastníkov, prínos pre komunitu, štatistiku...

Ak „je o čom“, tlačová správa môže byť aj dlhšia ako 1 strana, no vyvarujte sa tzv. vaty (zbytočných fráz, nadbytočných slov, nudných miest). Tie odradia zodpovedného redaktora a prinajlepšom vám ich sám z článku vyhodí, prinajhoršom vyhodí celú správu. Dajte si záležať na zaslaní pútavých a profesionálnych fotografií v dobrom formáte (.jpg, .eps) a dobrým rozlíšením (10 x 15 cm, 300 dpi).

## PÚTAČ

Urobte si z dvoch o seba opretých preglejok jednoduchý, asi 2-metrový stojan, na ktorý nalepíte letáky, fotky a pod. Je to vlastne prenosná nástenka, ktorá odpovedá na najčastejšie otázky, resp. obsahuje najdôležitejšie informácie.