

# ΒΗΜΑ - ΒΗΜΑ

ΠΩΣ ΝΑ ΔΙΕΚΠΕΡΑΙΩΣΕΤΕ  
ΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ  
ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ  
ΑΝΤΙΡΑΤΣΙΣΤΙΚΩΝ  
ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ  
ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ



**EYESS**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

### Μέρος Α

#### Εστίαση στις δεξιότητες

*Καίριες γνώσεις για την υλοποίηση πολιτιστικών αθλητικών εκδηλώσεων*

#### Κεφάλαιο 1

Πώς να διοργανώσετε την εκδήλωση, *σελίδα 2*

- Επισκόπηση υλικοτεχνικής υποστήριξης, *σελίδα 5*
- Γενική οργάνωση, *σελίδα 7*
- Σημείο Πληροφόρησης και υποδοχή, *σελίδα 9*
- Αθλητικές δραστηριότητες, *σελίδα 14*
- Οργάνωση εθελοντών, *σελίδα 17*
- Περιβαλλοντικές επιπτώσεις, *σελίδα 19*
- Μουσικό πρόγραμμα, *σελίδα 22*
- Συζητήσεις, *σελίδα 24*
- «Πλατεία», *σελίδα 25*
- Ασφάλεια και προστασία, *σελίδα 26*
- Χώρος κατασκήνωσης, *σελίδα 26*
- Θερινή κατασκήνωση, *σελίδα 27*

#### Κεφάλαιο 2

Πώς να προβάλλετε την εκδήλωση, *σελίδα 29*

- Οκτώ βήματα για την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού σχεδίου, *σελίδα 30*
- Προβολή κοινωνικής εκδήλωσης, *σελίδα 37*
- Προβολή αντιρατσιστικής εκδήλωσης, *σελίδα 43*

#### Κεφάλαιο 3

- Δίκτυο και εταίροι, *σελίδα 46*

### Μέρος Β

**Έμφαση στην Πιλοτική Εκδήλωση Mondiali Antirazzisti και οι επιπτώσεις των απρόβλεπτων γεγονότων.**

## Μέρος Α - ΕΣΤΙΑΣΗ ΣΤΙΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

*Καίριες γνώσεις για την υλοποίηση πολιτιστικών αθλητικών εκδηλώσεων*

### ΠΩΣ ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΣΕΤΕ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ

#### Εισαγωγή

Το όραμα πίσω από μια εκδήλωση εμπνευσμένη από τη Mondiali Antirazzisti της UISP είναι σύνθετο και δεν μπορεί να συνοψιστεί ως «καταπολέμηση του ρατσισμού». Η ιδέα αυτή πάει πιο βαθιά από την καταπολέμηση του ρατσισμού και αφορά τις διακρίσεις.

Τα στοιχεία της Mondiali Antirazzisti που περιγράφονται παρακάτω θα μπορούσαν να εμπνεύσουν αθλητικές εκδηλώσεις με μήνυμα κατά διαφόρων διακρίσεων.

**Δίκαιο παιχνίδι (Ευ αγωνίζεσθαι):** οι εκδηλώσεις της Mondiali Antirazzisti φιλοξενούν πολλά αθλήματα, συχνά ακόμη και εκείνα που παίζονται πιο σπάνια ή που είναι λιγότερο γνωστά, αλλά δεν υπάρχουν διαιτητές σε κανένα τουρνουά. Η διαιτησία κάθε αγώνα αναλαμβάνεται από τις ίδιες τις ομάδες που παίζουν, επειδή θέλουμε να προάγουμε το δίκαιο παιχνίδι και τον αυτοέλεγχο μεταξύ των παικτών.

**Καταπολέμηση της βίας εντός και εκτός γηπέδου:** πρέπει να αποθαρρύνουμε την επιθετική συμπεριφορά, τόσο τη σωματική όσο και τη λεκτική. Για την ομάδα των φιλάθλων του ποδοσφαίρου που δημιούργησαν τη Mondiali Antirazzisti πριν από πολύ καιρό, αυτό φαινόταν αδύνατο. Κάποτε τους κατηγορούσαν ότι είναι επικίνδυνα στοιχεία, πάντα έτοιμοι να συγκρουστούν, εντούτοις απέδειξαν σε όλους ότι οι πραγματικοί φίλαθλοι σέβονται τον αθλητισμό, τους αθλητές και τους άλλους οπαδούς.

**Συμπερίληψη:** οι συμμετέχοντες έχουν ως στόχο να συναντήσουν νέα άτομα, να τραγουδήσουν σε διαφορετικές γλώσσες, να αφηγηθούν τις ζωές και ιστορίες τις ιστορίες τους, να μοιραστούν την μπάλα, να συμμετάσχουν στο παιχνίδι, να ζήσουν κοντά ο ένας στον άλλον σε μια κατασκήνωση και να δημιουργήσουν ένα χωριό όπου όλοι και όλες είναι ευπρόσδεκτοι.

**Αλλάξτε τους κανόνες:** για να υπάρξει πραγματική συμπερίληψη, μερικές φορές πρέπει να αλλάξετε τους κανόνες, να εισάγετε στοιχεία που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή και το δίκαιο παιχνίδι. Μπορείτε να ζητήσετε από τις ομάδες να συμπεριλάβουν γυναίκες ή να επιτρέψουν έναν επιπλέον παίκτη στις ομάδες που χάνουν στο σκορ ή να παίξουν μόνο με πέναλτι για να κατευνάσετε τον ανταγωνισμό... εξαρτάται από την εμπειρία και τη φαντασία σας για να προσθέσετε κανόνες ή να αλλάξετε εκείνους που υπάρχουν ήδη, για να ικανοποιήσετε τις ανάγκες του στόχου σας. Ο μόνος υποχρεωτικός κανόνας είναι ο σεβασμός.

**Ανταλλαγές:** πριν ξεκινήσει η αναμέτρηση, οι ομάδες μπορούν να ανταλλάξουν μικροδώρα ως ένδειξη φιλίας, κάτι προσωπικό ή από την πόλη τους, έναν ειδικό χαιρετισμό ή έναν παίκτη για να συμπληρωθεί η αντίπαλη ομάδα, αν κάποιος λείπει!

**Αντισεξισμός:** λίγα είναι τα αθλήματα στα οποία συμμετέχουν άνδρες και γυναίκες παίκτες. Ακόμα και στην καθημερινή ζωή, μας λένε ότι πρέπει να στεκόμαστε είτε στη μία πλευρά είτε στην άλλη, άνδρας ή γυναίκα. Οι γυναίκες δεν παίζουν ποδόσφαιρο. Οι άνδρες δεν παίζουν με τις κούκλες. Στη Mondiali Antirazzisti, οι ομάδες όλων των αθλημάτων μπορούν να είναι μεικτές, να απαρτίζονται από άνδρες, γυναίκες και παιδιά.

**Στοχασμός:** κατά τη διάρκεια της αθλητικής εκδήλωσης; Ασφαλώς! Το πρόγραμμα δεν παρέχει μόνο αθλήματα, αλλά και συζητήσεις και παράλληλες δραστηριότητες όπως παρουσιάσεις βιβλίων, προβολές ταινιών, εκπαιδευτικούς περιπάτους και συνεντεύξεις με ανθρώπους μέσα και έξω από

τον κόσμο του αθλητισμού.

**Οικολογία:** η Mondiali Antirazzisti, από τον πρώτο της χρόνο, δίνει προσοχή στον σεβασμό του περιβάλλοντος. Με τα χρόνια, έχουμε προσηλωθεί περισσότερο στη μείωση των επιπτώσεων της διοργάνωσης στο περιβάλλον: διαχωρισμός σκουπιδιών, διανομή νερού, ενέργεια από ανανεώσιμες πηγές, τοπικά τρόφιμα και ενθάρρυνση του συνεπιβατισμού στα μέσα μεταφοράς. Έχουμε μειώσει το αποτύπωμα άνθρακα χάρη στη συνεργασία όλων των συμμετεχόντων. Η Γη λέει, «Ευχαριστώ!»

Για να οργανώσετε μια αθλητική εκδήλωση με έμφαση κυρίως στην καταπολέμηση των διακρίσεων, τα πιο ισχυρά όπλα είναι οι πράξεις και όχι τα λόγια. Φροντίστε να αναμιχθούν άνθρωποι από διαφορετικούς πολιτισμούς. Φροντίστε να συμμετάσχουν ομάδες από μακριά ή που θα κάνουν μακρύ ταξίδι για να έρθουν. Συνομιλήστε μέσα από τη γλώσσα του αθλητισμού. Αποδεχτείτε όλη την ποικιλομορφία, όλες τις ιδέες, τις πεποιθήσεις, που ανήκουν στην οικοδόμηση ενός καλύτερου κόσμου με καλύτερο αθλητισμό.

Στις σελίδες που ακολουθούν, μπορείτε να βρείτε **πολύ πρακτικές οδηγίες** για τη διοργάνωση μιας «Mondiali Antirazzisti» με τον «παραδοσιακό τρόπο», δηλαδή ενός πολυπολιτισμικού φεστιβάλ με διαμονή 4 ή 5 ημερών που έχει ως στόχο την κοινωνική ένταξη, με διάφορα είδη αθλητικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Διαχωρίζουμε τις συστάσεις σε κεφάλαια τα οποία αντιπροσωπεύουν τις διάφορες ομάδες εργασίας και τι πρέπει να κάνουν πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εκδήλωση.

## ΤΙ ΑΚΡΙΒΩΣ ΕΙΝΑΙ Η ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΙΑΣ MONDIALI ANTIRAZZISTI;

### 1. Επισκόπηση υλικοτεχνικής υποστήριξης της Mondiali Antirazzisti

Κατά τη διοργάνωση μιας κοινωνικοπολιτικής εκδήλωσης, έχετε υπόψη ότι οι γραφειοκρατικές διαδικασίες και οι συνθήκες αλλάζουν ανάλογα με το γεωγραφικό πλαίσιο (τόσο από χώρα σε χώρα όσο και από πόλη σε πόλη). Όταν λέμε «κανόνες» εννοούμε τόσο τους ρητούς, όπως τους νόμους και τη διοικητική γραφειοκρατία, όσο και τους σιωπηρούς που συνδέονται με το συγκεκριμένο γεωγραφικό πλαίσιο.

Η διοργάνωση μιας μαζικής δημόσιας εκδήλωσης απαιτεί από τα εμπλεκόμενα μέρη να αλληλεπιδράσουν με την πολιτική πλευρά αυτού του πλαισίου. Ο επιτυχημένος διάλογος θα θέσει τις βάσεις που θα διευκολύνουν την οργανωτική διαδικασία. Αντίθετα, ο αποτυχημένος διάλογος μπορεί να διαταράξει την εξέλιξη της εκδήλωσης.

Φανταστείτε την υλικοτεχνική υποστήριξη ως ένα μεγάλο δίκτυο που αποτελείται από πολλούς διασυνδεδεμένους κόμβους. Ο «συντονιστής υλικοτεχνικής υποστήριξης» κινείται ανάμεσα στις συνδέσεις των διάφορων κόμβων και διευκολύνει τις συνδέσεις αυτές. Δεν ενεργεί μεμονωμένα αλλά χρειάζεται και αναπτύσσει σχέσεις συνεργασίας και αμοιβαίας συνδρομής με όλους εκείνους που έχουν διαφορετικούς ρόλους στην όλη διαδικασία. Επομένως, είναι απαραίτητο να εντοπιστούν όλοι οι τομείς ενδιαφέροντος στους οποίους ριζώνει και αναπτύσσεται μια δημόσια εκδήλωση.

Πρώτα, πρέπει να επισημάνουμε μια βασική ιδέα. Οι δημόσιες εκδηλώσεις «Mondiali Antirazzisti» προάγουν ένα επιχειρηματικό και συνεργατικό πνεύμα μεταξύ των φορέων που τις υλοποιούν. Ως εκ τούτου, η αυτοδιαχείριση είναι χρήσιμη για την ανάπτυξη των εκδηλώσεων. Δημιουργεί μια αποτελεσματική ροή στην οποία ο μεμονωμένος χειριστής δεν χρειάζεται να σκεφτεί μόνος του για κάθε λεπτομέρεια, δεδομένου ότι τη διαχείριση των διαφόρων πτυχών της διοργάνωσης την αναλαμβάνει κάθε μέλος της ομάδας ή, για να το θέσουμε καλύτερα, την αναλαμβάνει όλη η ομάδα ως ενιαίο σύνολο.

Τις εβδομάδες πριν από την εκδήλωση, ο συντονιστής υλικοτεχνικής υποστήριξης αξιολογεί,

σχεδιάζει και οργανώνει όλες αυτές τις λεπτομέρειες, από την εξεύρεση των κατάλληλων χώρων για καθορισμένες δραστηριότητες έως τη χρήση των διαφόρων διαθέσιμων πόρων.

Επιπλέον, πρέπει να εξετάσουμε το αθλητικό και πολιτιστικό πνεύμα της εκδήλωσης. Ο συντονιστής υλικοτεχνικής υποστήριξης είναι απόλυτα διαθέσιμος και συνεργάζεται με τους κύριους παράγοντες αυτών των πλευρών της εκδήλωσης (προπονητές ομάδων, τεχνικούς αθλημάτων, πολιτιστικούς διαμεσολαβητές κλπ.). Από τη μία πλευρά, τα γήπεδα είναι απαραίτητα για τον αθλητισμό· από την άλλη, οι ανοιχτοί χώροι είναι απαραίτητοι για τη διεξαγωγή συζητήσεων ή συναυλιών που σχετίζονται με τον αθλητισμό και τον πολιτισμό.

Η υλικοτεχνική υποστήριξη πρέπει να λαμβάνει υπόψη γενικές πτυχές όπως είναι η προετοιμασία των απαραίτητων εγγράφων για την αίτηση και λήψη των αδειών για τη διεξαγωγή της εκδήλωσης. Σύμφωνα με την εγχώρια νομοθεσία, αυτά μπορούν να εξεταστούν από τεχνική επιτροπή η οποία θα αποφασίσει αν όλα είναι εντάξει για την εκδήλωση.

Οι βασικές πτυχές είναι:

- η σωστή συναρμολόγηση των κατασκευών (περίπτερα, χώροι εκδηλώσεων...)
- ο προσδιορισμός των εξόδων κινδύνου
- ο μέγιστος αριθμός ατόμων που μπορούν να παραμείνουν στον χώρο
- ο υποχρεωτικός αριθμός τουαλετών / ντους

Πριν ξεκινήσετε να σχεδιάζετε την εκδήλωση, είναι πολύ σημαντικό να ενημερωθείτε για τις απαιτήσεις που προβλέπονται από την **εγχώρια νομοθεσία** για την άδεια διοργάνωσης εκδηλώσεων.

## **ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ;**

### **2. Γενική οργάνωση Mondiali Antirazzisti**

**Αυτή είναι η κατεύθυνση της εκδήλωσης, με στόχο να έχουμε μια επισκόπηση όλων των τομέων και του προσωπικού.**

#### **Πριν από την εκδήλωση**

- **Σχέδιο:** Δημιουργήστε ένα ακριβές χρονοδιάγραμμα, προσδιορίζοντας τους ρόλους και τα καθήκοντα του προσωπικού (ή της ομάδας εργασίας για κάθε τομέα)
- **Οργάνωση** συσκέψεων μεταξύ του προσωπικού και των ομάδων εργασίας
- **Συγκέντρωση κεφαλαίων, παρουσίαση προγραμμάτων:** προετοιμασία του προγράμματος και συγκέντρωση κεφαλαίων για τα υλικά, επικοινωνία με τους δωρητές
- **Τοποθεσία:** προσδιορίστε την τοποθεσία, καθορίστε το κόστος ενοικίασης (εάν υπάρχει), ενημερωθείτε για τις απαραίτητες άδειες, επικυρώστε τις συμβάσεις
- Συντονισμός όλων των **ομάδων εργασίας:** επικοινωνίες, υλικοτεχνική υποστήριξη, διοίκηση, μουσική, εστιατόρια...
- **Συνεννόηση** με την αστυνομία ώστε να αποφευχθούν πιθανά περιστατικά (συγκέντρωση μεγάλου πλήθους, θόρυβοι που θα μπορούσαν να δημιουργήσουν αναστάτωση στον πληθυσμό). Έλεγχος της εγχώριας νομοθεσίας· σε ορισμένες περιπτώσεις, η επικοινωνία με την αστυνομία είναι υποχρεωτική
- Σύναψη σχέσεων με τους Δήμους που φιλοξενούν την εκδήλωση και μέριμνα για τη συμμετοχή τους στην επικοινωνία και τη διοργάνωση (αν είναι δυνατόν)

### **(Ακριβώς) πριν από την εκδήλωση**

- Ελέγξτε αν όλοι οι τομείς είναι έτοιμοι να ξεκινήσουν
- Εκπαιδεύστε νέους εθελοντές

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

- Συντονίστε το προσωπικό και τους τομείς
- Να είστε έτοιμοι για την επίλυση προβλημάτων
- Ενεργήστε ως σημείο αναφοράς για τη δημόσια Αρχή και τα μέσα ενημέρωσης

### **Μετά από την εκδήλωση**

- Διοικητικός τερματισμός , υποβολή αναφορών
- Αξιολόγηση εκδήλωσης: ζητήστε από κάθε μέλος του προσωπικού και κάθε εθελοντή να αξιολογήσουν την εκδήλωση και τη δουλειά τους μέσω ερωτηματολογίου ή ανάλυσης SWOT. Οργανώστε μια συνάντηση απολογισμού με όλο το προσωπικό.
- Ζητήστε από όλους τους συμμετέχοντες να σχολιάσουν συνοπτικά όσα τους άρεσαν ή δεν τους άρεσαν και να αναφέρουν ιδέες για μελλοντικές εκδηλώσεις.

### **Συμβουλές & Κόλπα**

- Αναθέστε σε κάθε μέλος του προσωπικού την ευθύνη όχι μόνο για τον ρόλο ή τον τομέα που έχει αναλάβει, αλλά για ολόκληρη την εκδήλωση, μέσα από την πλήρη συμμετοχή του στη διαδικασία (από τον σχεδιασμό έως την αξιολόγηση)
- Δημιουργήστε ομάδα στο WhatsApp (ή σε άλλη υπηρεσία ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων) με όλους τους υπεύθυνους κάθε τομέα για επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο, αναζήτηση βοήθειας, ανταλλαγή φωτογραφιών
- Συντάξτε ένα ευσύνοπτο κείμενο για να εξηγήσετε το κόστος των εκδηλώσεων και να ενθαρρύνετε τον κόσμο να κάνει δωρεές: μια μικρή συνεισφορά από όλους σημαίνει κατανομή των εξόδων, και επιτρέπει ακόμη και στους πιο μειονεκτούντες να συμμετάσχουν.

### **Εστίαση στην οικονομική βιωσιμότητα**

Το πρώτο βήμα για τη διοργάνωση μιας αθλητικής εκδήλωσης είναι ο έλεγχος της οικονομικής βιωσιμότητας. Όλα τα είδη δαπανών (έξοδα για δραστηριότητες, ανθρώπινους πόρους κλπ.) πρέπει να αναλογούν στα έσοδα. Καλύτερα να σχεδιάζουμε για λιγότερα έξοδα αν δεν είμαστε σίγουροι ότι θα συγκεντρωθούν τα χρήματα που χρειάζονται.

Τα κεφάλαια για μια εκδήλωση μπορούν να προέρχονται από:

- Ιδιωτική χορηγία. Για τις αθλητικές εκδηλώσεις αυτού του είδους, εξετάστε τη δεοντολογία του χορηγού. Παρόλο που είναι δύσκολο να βρεθεί μια εντελώς «καθαρή» επιχείρηση, θα πρέπει να προσπαθήσουμε να διατηρήσουμε τον δεοντολογικό χαρακτήρα του μηνύματος: αν μιλάμε για την καταπολέμηση του ρατσισμού, είναι προτιμότερο ο χορηγός για τα ρούχα ή τις μπάλες να μην είναι κάποια εταιρεία επίπλων που χρησιμοποιεί παιδική εργασία στην Ινδία. (ή οπουδήποτε αλλού στον κόσμο)
- Δημόσια κονδύλια: παρουσιάστε το πρόγραμμα στο Δημοτικό/Εθνικό ή Ευρωπαϊκό ταμείο προγραμμάτων
- Εθνικό Ίδρυμα ή Φιλανθρωπικό οργανισμό
- Εμπορεύματα και φαγητό: με την πώληση δικών σας εμπορευμάτων ή τη διάθεση φαγητών και ποτών με το δικό σας προσωπικό μπορούν να εξασφαλιστούν αρκετά έσοδα

- Δωρεές: αν και η εκδήλωση είναι τελείως δωρεάν, μπορείτε να ζητήσετε δωρεές από τους συμμετέχοντες. Ενθαρρύνετε τους παρευρισκόμενους να προσφέρουν κάποια χρήματα ή συγκεντρώστε τα εκ των προτέρων με τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης για δωρεές. Ενημερώστε τους συμμετέχοντες για το πόσο σημαντικές είναι οι μικρές δωρεές προκειμένου η εκδήλωση να έχει ελεύθερη είσοδο (και στη συνέχεια να είναι εντελώς ανοιχτή σε όλους)
- Χρέωση για στάθμευση ή οποιαδήποτε πρόσθετη υπηρεσία

## ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΦΡΟΝΤΙΣΟΥΜΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ;

### 3. Σημείο πληροφόρησης και υποδοχή της Mondiali Antirazzisti

Το Σημείο πληροφόρησης και ο χώρος υποδοχής είναι τομείς καίριας σημασίας για τις εκδηλώσεις, επειδή ο κύριος ρόλος τους είναι να καλωσορίζουν τους συμμετέχοντες. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης γίνονται «σημεία συνάντησης» και ο χώρος όπου παρέχεται βοήθεια. Μπορείτε να επιλέξετε να έχετε 2 ξεχωριστές θέσεις (σε περίπτωση μεγάλων εκδηλώσεων): ο χώρος υποδοχής πρέπει να βρίσκεται στην είσοδο της εκδήλωσης, ενώ το Σημείο πληροφόρησης πρέπει να βρίσκεται σε κεντρικό σημείο, εύκολα προσβάσιμο και αναγνωρίσιμο.

Σε ορισμένες περιπτώσεις, ειδικά εάν η τοποθεσία είναι μικρή και έχετε περιορισμένο αριθμό συμμετεχόντων, μπορείτε να συγχωνεύσετε το InfoPoint και τον χώρο υποδοχής σε ένα ενιαίο σημείο, ενοποιώντας τις αρμοδιότητές τους.

Γενικά, αυτοί οι δύο τομείς μπορούν να διεκπεραιώσουν τις ακόλουθες εργασίες:

- Καλωσόρισμα συμμετεχόντων, παροχή υλικών και πληροφοριών για την εκδήλωση: χάρτης, πρόγραμμα, ημερολόγιο αγώνων, παράλληλες δραστηριότητες, κλπ.
- Έλεγχος χώρου στάθμευσης (τα αυτοκίνητα συνήθως δεν μπορούν να εισέλθουν σε χώρους κατασκήνωσης)
- Έλεγχος χώρων κατασκήνωσης
- Συντονισμός της γενικής διοργάνωσης και των άλλων τομέων
- Παροχή βοήθειας σε συμμετέχοντες (πρώτες βοήθειες ή / και κλήση ασθενοφόρου)
- Παροχή βοήθειας για μετακίνηση προς/από την εκδήλωση και το αεροδρόμιο, τον σιδηροδρομικό σταθμό ή τον σταθμό λεωφορείων
- Διαχείριση της υπηρεσίας απολεσθέντων

**Εμπορεύματα:** εάν έχετε περιθώριο στον προϋπολογισμό, μπορείτε να παράγετε κάποια προϊόντα για να τα πουλήσετε στην εκδήλωσή σας.

Από την εμπειρία μας, η καλύτερη επιλογή για τη διάθεση εμπορευμάτων είναι στο Σημείο Πληροφόρησης. Επιλέξτε προϊόντα τα οποία μπορείτε να παράγετε και να πουλάτε με μέση ή μικρή επιβάρυνση, έτσι ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να τα αγοράσουν. Με βάση την εμπειρία της «Mondiali Antirazzisti», τα δημοφιλέστερα προϊόντα είναι:

- Μπλουζάκια (μπορούν επίσης να φοριούνται στους αγώνες και συνήθως στους φιλάθλους αρέσουν τα μπλουζάκια)
- Κονκάρδες (ένα οικονομικό αλλά ωραίο σουβενίρ για να βάλεις στην τσάντα σου)
- Απλές πάνινες τσάντες (οι άνθρωποι μπορούν να τις χρησιμοποιήσουν για να βάζουν μέσα διάφορα πράγματα και να έχουν τα χέρια τους ελεύθερα)

### **(Μήνες) Πριν από την εκδήλωση**

- Αναζητήστε την ομάδα που θα αναλάβει κάποιο συγκεκριμένο κομμάτι κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης και, αν είναι δυνατόν, ξεκινήστε την εκπαίδευση
- Επαληθεύστε τη διαθεσιμότητα του προϋπολογισμού
- Η κατανόηση των ποιων προϊόντων μπορούν να πουληθούν, προάγει τον διάλογο μεταξύ των μελών του προσωπικού
- (εάν είναι δυνατόν, φροντίστε να συμμετάσχουν άτομα από προηγούμενες διοργανώσεις), αναζητήστε προσφορές και επιλέξτε την καλύτερη επιλογή για παραγωγή. Στα εμπορεύματα θα πρέπει να αναγράφεται ευκρινώς το σήμα και τα γραφικά στοιχεία της εκδήλωσης, έτσι ώστε να συνδυάζεται πάντα με τον τομέα της επικοινωνίας
- Εντοπίστε τον ιδανικό χώρο για να τοποθετήσετε τα εξής:

**Υποδοχή:** Θα πρέπει να βρίσκεται στην κύρια είσοδο του φεστιβάλ και θα πρέπει να διαθέτει γραφείο, καρέκλες, ηλεκτρικό ρεύμα και όλα τα υλικά της εκδήλωσης. Εάν επιλέξετε να έχετε χρέωση για τη στάθμευση, θυμηθείτε να προμηθευτείτε χρηματοκιβώτιο.

**Σημείο Πληροφόρησης:** Θα πρέπει να βρίσκεται στην καρδιά του φεστιβάλ (σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να είναι ακριβώς στη μέση. Σε άλλες περιπτώσεις ίσως είναι καλύτερο να το τοποθετήσετε στους χώρους των αθλημάτων. Εξαρτάται από το πόσο μεγάλο είναι το φεστιβάλ σας). Απαραίτητα έπιπλα: γραφείο, καρέκλες, ηλεκτρικό ρεύμα, προστατευμένος χώρος για τα εμπορεύματα, κιτ πρώτων βοηθειών και, αν είναι δυνατόν, υπολογιστή με πρόσβαση στο διαδίκτυο και εκτυπωτή.

Θα πρέπει να είναι εφοδιασμένο με όλο το ενημερωτικό υλικό, και αν υπάρχουν εμπορεύματα, με χρηματοκιβώτιο (θυμηθείτε να μελετήσετε τη νομοθεσία της χώρας σας αν σκοπεύετε να κάνετε πωλήσεις)

- Επαληθεύστε τη δυνατότητα πρόσβασης στις εγκαταστάσεις από άτομα με αναπηρίες και συντονιστείτε με τον τομέα της υλικοτεχνικής υποστήριξης για να βρείτε λύσεις
- Επαληθεύστε τις δυνατότητες διάθεσης μεγαφωνικού συστήματος για ανακοινώσεις: για να καλείτε τις ομάδες, να διαβάσετε το πρόγραμμα της ημέρας ή κάποιας ειδικής εκδήλωσης, να καλείτε άτομα στο τμήμα απολεσθέντων, να υπενθυμίζετε στους συμμετέχοντες την έναρξη της συζήτησης κλπ.
- Βρείτε όλους τους πιθανούς τρόπους μετάβασης και αποχώρησης από τον χώρο του φεστιβάλ: πόσο απέχει ο σιδηροδρομικός σταθμός/το αεροδρόμιο, πού είναι ο πλησιέστερος σταθμός λεωφορείων, εάν υπάρχουν υπηρεσίες ταξί ή ενοικίασης αυτοκινήτων ή τις οδηγίες μετάβασης με αυτοκίνητο.

Όλες οι πληροφορίες θα πρέπει να υπάρχουν στον ιστότοπο της εκδήλωσης και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης· θα πρέπει να είναι σαφείς και εύχρηστες. Ιδανικά θα πρέπει να παρέχεται ένα email για περαιτέρω πληροφορίες. Επαληθεύστε το ενδεχόμενο για συνεργασίες / χορηγίες:

**Εταιρεία MMM:** Θα μπορούσε να μεριμνήσει για ειδική στάση λεωφορείου / τραμ κοντά στην εκδήλωση, πιθανή μείωση των τιμών των εισιτηρίων

**Συνάψτε συμφωνία με εταιρεία ταξί** για να έχετε σταθερές τιμές από και προς το αεροδρόμιο, τον σιδηροδρομικό σταθμό, τον σταθμό λεωφορείων ή το κέντρο της πόλης



## **(Ακριβώς) πριν από την εκδήλωση**

### **Υποδοχή**

- Κάντε μια περιήγηση σε ολόκληρο τον χώρο της εκδήλωσης ακριβώς πριν την έναρξη και εκπαιδεύστε τους εθελοντές
- Τακτοποιήστε όλα τα υλικά και τυχόν άλλα χρήσιμα πράγματα (π. χ. γραφική ύλη) και δημιουργήστε ατμόσφαιρα εγκάρδιας υποδοχής
- Σημείο Πληροφόρησης
- Συγκεντρώστε τους αριθμούς τηλεφώνου όλων των υπευθύνων των τομέων
- Εκτυπώστε τα απαραίτητα υλικά: χάρτες, έντυπα εγγραφής, περίληψη του προγράμματος σε άλλες γλώσσες (ανάλογα με τον στόχο της εκδήλωσης), δρομολόγια τρένων και λεωφορείων, έντυπο απολεσθέντων, χρήσιμα τηλέφωνα (υπηρεσία ταξί, πρώτες βοήθειες...)
- Περιηγηθείτε ολόκληρο τον χώρο της εκδήλωσης ακριβώς πριν την έναρξη και εκπαιδεύστε τους εθελοντές
- Προετοιμάστε ένα κουτί για γραφική ύλη (στυλό, χαρτί, ταινία...)
- Τακτοποιήστε ένα σημείο με πολύχρωμο τρόπο για να καλωσορίσετε πιο ζεστά τον κόσμο. Για το Σημείο Πληροφόρησης, να έχετε ένα συγκεκριμένο μέρος όπου θα βάζετε τις πληροφορίες: δρομολόγια λεωφορείων/πούλμαν, πρόγραμμα και αποτελέσματα αγώνων, περισσότερες χρήσιμες πληροφορίες για όλους
- Να έχετε ένα ειδικό κινητό τηλέφωνο για κλήσεις έκτακτης ανάγκης, ανοιχτό όλο το 24ωρο, το οποίο θα χρησιμοποιείται από το προσωπικό του Σημείου Πληροφόρησης την ημέρα και από το προσωπικό ασφάλειας τη νύχτα. Φροντίστε κάθε συμμετέχοντα να εφοδιαστεί με τον αριθμό

## **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

### **Υποδοχή**

- Φροντίστε για τα αυτοκίνητα και τη μετακίνηση των ανθρώπων εντός του φεστιβάλ
- Διευθετήστε τυχόν προβλήματα στην είσοδο (π. χ. άτομα που έρχονται με σκοπό να διαταράξουν ένα αντιρατσιστικό φεστιβάλ, να κάνουν φασαρία, αντιπαθητικά άτομα...) και κρατήστε επαφή με την ασφάλεια

### **Σημείο Πληροφόρησης**

- Οργανώστε το περίπτερο των απολεσθέντων: φροντίστε να έχετε ένα ασφαλές μέρος όπου θα μαζεύονται τα αντικείμενα και προετοιμάστε ένα έντυπο για να γράφετε τι χάθηκε (τι, ποιος, κινητό τηλέφωνο) και τι βρέθηκε (τι, πού βρέθηκε)
- Προετοιμάστε τον χώρο διάθεσης των εμπορευμάτων (χωρίστε τα προϊόντα και οργανώστε τα καλά) και προωθήστε την πώληση
- Δημιουργήστε αφίσες με: το ημερήσιο πρόγραμμα, το πρόγραμμα των αγώνων, τις παράλληλες δραστηριότητες, όποιες άλλες πληροφορίες για άλλους τομείς πρέπει να γνωρίζουν όλοι οι συμμετέχοντες
- Διατηρήστε σταθερή επικοινωνία με κάποια υπηρεσία έκτακτης ανάγκης (ασθενοφόρο, νοσοκομείο κλπ.) για την περίθαλψη συμμετεχόντων εάν χρειαστεί
- Παρέχετε πληροφορίες!

## **Μετά από την εκδήλωση**

- Καθαρίστε τον χώρο, φροντίζοντας για την ανακύκλωση των υλικών και τον διαχωρισμό των αποβλήτων

- Κρατήστε λογαριασμό για τα εμπορεύματα και οργανώστε ένα αναγνωρίσιμο κουτί για κάθε είδος προϊόντος για να αποθηκεύσετε τα πάντα εύκολα για την επόμενη εκδήλωση
- Φτιάξτε ένα κουτί γραφικής ύλης με ετικέτες το οποίο θα παραμείνει στο σημείο της εκδήλωσης. Θα είναι ευκολότερο να βρείτε τα υλικά αν χρειαστούν στην επόμενη εκδήλωση (εφόσον υπάρχει χώρος αποθήκευσης υλικών)

### **Προβλήματα και λύσεις**

***Η πρόσβαση στον χώρο της εκδήλωσης δεν είναι εύκολη και δεν έχουμε παλινδρομικό μέσο συγκοινωνίας ...***

Ανεβάστε μια ανάρτηση στο Facebook για εθελοντές που θα οδηγούν από τον πλησιέστερο σιδηροδρομικό σταθμό στον χώρο της εκδήλωσης και δημιουργήστε μια ομάδα στο Facebook για ομαδική μετακίνηση με ιδιωτικά μέσα για τους συμμετέχοντες.

Προτείνετε το «Bla Bla Car ή άλλη εφαρμογή για συνεπιβατισμό (συνάψτε ίσως κάποια ειδική συμφωνία μαζί τους).

Δημιουργήστε μια αφίσα κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης με προσφορές/αιτήματα συμμετεχόντων για μετακίνηση προς τον σταθμό/το αεροδρόμιο.

Σκεφτείτε τη δυνατότητα ενοικίασης μικρού πούλμαν και παροχής υπηρεσιών παλινδρομικής συγκοινωνίας αυτό. Στην περίπτωση αυτή:

- Βεβαιωθείτε ότι το προσωπικό του Σημείου Πληροφόρησης/της υποδοχής διαθέτει δίπλωμα οδήγησης και εφοδιάστε το προσωπικό με ειδική ασφάλεια αυτοκινήτου
- Βεβαιωθείτε ότι έχετε αρκετά άτομα για να καλύψετε τις εργασίες στο Σημείο Πληροφόρησης και την υπηρεσία παλινδρομικής συγκοινωνίας
- Διαμορφώστε ένα καθορισμένο χρονοδιάγραμμα, σαφές και ορατό για όλους τους συμμετέχοντες και βάλτε τις πληροφορίες στην ιστοσελίδα / στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης / στο πρόγραμμα

### ***Κάποιος μου μιλάει σε μια γλώσσα που δεν μπορώ να καταλάβω***

Εάν δεν υπάρχει κάποιος που μπορεί να βοηθήσει, ζητήστε από το άτομο να σχεδιάσει αυτό που χρειάζεται σε ένα χαρτί

### ***Κάποιος μου παραπονιέται για κάτι που δεν εμπίπτει στις αρμοδιότητές μου***

Εάν το ζήτημα είναι επείγον, καλέστε τον υπεύθυνο. Αν δεν είναι επείγον, ζητήστε από το άτομο να στείλει email στη διεύθυνση του οργανισμού. Εάν το άτομο σας αντιμετωπίζει με επιθετικότητα, διατηρήστε την ψυχραιμία σας. Αν είναι υπερβολικά επιθετικό, καλέστε την ασφάλεια.

### **Συμβουλές και κόλπα**

- Να είστε έτοιμοι να απαντήσετε σε κάθε είδους ερώτηση!
- Αν δεν ξέρετε κάτι, αντί να λέτε απλά «Λυπάμαι, δεν γνωρίζω», να λέτε «μια στιγμή, θα προσπαθήσω να μάθω...» και προσπαθήστε να κάνετε αυτό ακριβώς (καλέστε κάποιον στη κεντρική διοίκηση ή κάποιο πιο έμπειρο μέλος του προσωπικού)

## **ΠΟΙΟ ΑΘΛΗΜΑ;**

### **4. Αθλητικές δραστηριότητες Mondiali Antirazzisti**

Οι αθλητικές δραστηριότητες αποτελούν το βασικό μέρος της εκδήλωσής σας. Προφανώς, εννοούμε αθλήματα με εκπαιδευτική αξία, όπου οι κανόνες προσαρμόζονται στο ευρύτερο πλαίσιο και αποδομούνται. Για να προωθηθούν τα εκπαιδευτικά εργαλεία, προτείνουμε να διεξάγονται αγώνες όπου τη διαιτησία την αναλαμβάνουν οι ίδιες οι ομάδες, όπου εκπαιδευτικοί φυσικής αγωγής θα κρατούν χρόνο και σκορ και ενδεχομένως θα παρεμβαίνουν όταν προκύπτουν διαφορές μεταξύ των ομάδων.

#### **Πριν από την εκδήλωση**

##### **Προσδιορίστε την ομάδα εργασίας:**

- Ενδιαφερόμενοι με αθλητικές και άλλες δεξιότητες (καλή επικοινωνία, δεξιότητες διαχείρισης...) Επιλέξτε αθλήματα για διοργάνωση:
- Ποιοι είναι οι στόχοι; Ποιες είναι οι επιδιώξεις;
- Όσον αφορά τους στόχους υπάρχουν κάποια αθλήματα που είναι καλύτερα από άλλα; Προτείνετε ένα πρόγραμμα και εισαγάγετε ενδεχομένως και καινοτόμους κανόνες χωρίς αποκλεισμούς

##### **Αναφέρετε τον χώρο που απαιτείται για κάθε άθλημα:**

- Επιλέξτε χώρους και ελέγξτε προσωπικά τα θέματα υλικοτεχνικής υποστήριξης
- Αγοράστε ή κατασκευάστε το υλικό που θα χρειαστείτε (θέλετε να σχεδιάσετε τη γραμμή για τα γήπεδα; Χρειάζεστε ένα μηχάνημα ή κάτι άλλο, για παράδειγμα ταινία ή κώνους).

##### **Ορίστε τα βραβεία και αγοράστε κύπελλα:**

- Για παράδειγμα: πρώτη ομάδα, πιο φιλική ομάδα...

#### **Άνοιγμα εγγραφών:**

Ορίστε την προθεσμία των εγγραφών. Εάν οι χώροι δεν είναι μεγάλοι, περιορίστε τον αριθμό των ομάδων.

#### **(Ακριβώς) πριν από την εκδήλωση**

- Αθλητικό ημερολόγιο για να δημοσιεύετε στο διαδίκτυο και για να γράφετε στον πίνακα αποτελεσμάτων που θα έχει εγκατασταθεί κοντά στα γήπεδα
- Προετοιμασία των γηπέδων
- Προσλάβετε και εκπαιδέψτε τους εκπαιδευτικούς φυσικής αγωγής που θα υποστηρίξουν τους αγώνες και θα σχεδιάσουν το τουρνουά
- Βρείτε αθλητικό εξοπλισμό ή αγοράστε τον (ανάλογα με τον προϋπολογισμό της εκδήλωσης)
- Προσπαθήστε να κάνετε το περιβάλλον οικείο, άνετο, ασφαλές και φιλικό (εγκαταστήστε εξοπλισμό DJ κοντά στα γήπεδα, φροντίστε να υπάρχουν τουαλέτες και αποχωρητήρια για όλα τα φύλα. Διαμορφώστε χώρο υπό σκιά κοντά στα γήπεδα)

#### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

Κατά τη διάρκεια του τουρνουά (διεύθυνση και συντονισμός):

- Επιβεβαιώστε την παρουσία: των διαιτητών (εκπαιδευτικών φυσικής αγωγής) και των ομάδων στα γήπεδα. Καλέστε τους αν δεν βρίσκονται στα γήπεδα (μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μεγάφωνο ή και μικρόφωνο εάν έχετε ηχητική εγκατάσταση).
- Συγκεντρώστε τα αποτελέσματα των αγώνων και εισάγετέ τα στον πίνακα αποτελεσμάτων κοντά στα γήπεδα.
- Κάθε βράδυ, όταν οι ομάδες ξεκουράζονται και το τουρνουά διακόπτεται:

- Κάντε επισκευές στα γήπεδα
- Μαζέψτε τις μπάλες
- Στο τέλος του τουρνουά:
- Ενημερώστε την κατάταξη των ομάδων
- Τελετή απονομής επάθλων
- Να είστε έτοιμοι να χειριστείτε το απροσδόκητο

### **Μετά από την εκδήλωση**

- Διαλύστε τις εγκαταστάσεις των γηπέδων
- Μαζέψτε, μετρήστε, οργανώστε και βάλτε στη θέση του τον αθλητικό εξοπλισμό (μπάλες, τέρματα...)
- Αναφέρετε τα αποτελέσματα του τουρνουά στην «ομάδα επικοινωνίας»

### **Προβλήματα και λύσεις**

#### **Κάποιες ομάδες είναι πολύ μαχητικές και ανταγωνιστικές**

Ο ανταγωνισμός είναι η ουσία του αθλητισμού, αλλά ο στόχος μας είναι η συμμετοχή. Υπάρχουν πολλά μέρη όπου μπορείτε να παίξετε με τους συνήθεις κανόνες και να προσπαθήσετε να κερδίσετε. Αυτό το τουρνουά έχει άλλους στόχους και οι διοργανωτές πρέπει να διευκρινίζουν ότι αυτό το τουρνουά δεν είναι ανταγωνιστικό. Εδώ, οι εκπαιδευτικοί φυσικής αγωγής καλούνται ουσιαστικά να διαδώσουν το πνεύμα και τους ευέλικτους κανόνες του τουρνουά. Πρέπει να διαχειρίζονται και την παραμικρή διένεξη μεταξύ των ομάδων σύμφωνα με τις αξίες μας.

#### **Σε περίπτωση τραυματισμού**

Η παρουσία ασθενοφόρου είναι σημαντική. Εάν δεν υπάρχει ασθενοφόρο, χρειάζεστε ένα κιτ πρώτων βοηθειών και ένα άτομο για παροχή πρώτων βοηθειών. Προμηθευτείτε άφθονο πάγο και να τον έχετε διαθέσιμο κοντά στα γήπεδα.

#### **Συμβουλές & Κόλπα**

Καλή επικοινωνία και χαλάρωση. Ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνείτε είναι καθοριστικός για την επιτυχία της εκδήλωσης. Απολαύστε το φεστιβάλ! Αν το απολαύσετε εσείς, θα το απολαύσουν και οι άλλοι.

### **ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ;**

## **5. Οργάνωση εθελοντών Mondiali Antirazzisti**

Αυτού του είδους οι εκδηλώσεις βασίζονται κυρίως στην εθελοντική εργασία. Οι εθελοντές είναι πολύ σημαντικός πόρος και είναι απολύτως απαραίτητο να γνωρίζετε πώς να τους οργανώνετε και να τους ενθαρρύνετε.

#### **(Μήνες) Πριν από την εκδήλωση**

- Προετοιμάστε ένα κατάλληλο πρόγραμμα για τους εθελοντές

**ΑΝ** οι εθελοντές προέρχονται από σύλλογο νέων:

- Συναντηθείτε με τον (εθνικό / διεθνή) σύλλογο από τον οποίο προέρχονται

- Οργάνωση των εθελοντών
- Συμφωνία σχετικά με το χρόνο εργασίας και τα καθήκοντα των εθελοντών

**ΑΝ** οι εθελοντές προσλαμβάνονται απευθείας:

- Παρουσίαση του προγράμματος
- Ατομικές συνεντεύξεις με υποψηφίους
- Επιλογή υποψηφίων

#### **(Ακριβώς) πριν από την εκδήλωση**

- Οργανώστε την άφιξη, τη φιλοξενία και τη διαμονή των εθελοντών, ανάλογα με τις ανάγκες τους (αλλεργίες, διατροφή κλπ.)
- Ορίστε καθήκοντα και βάρδιες (βάσει της συμφωνίας)
- Βάλτε τα δυνατά σας για να κάνετε τους εθελοντές να νιώθουν ότι αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της εκδήλωσης

#### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

- Βεβαιωθείτε ότι όλοι οι εθελοντές έχουν κατανοήσει το ρόλο τους στην εκδήλωση
- Φροντίστε όλοι οι εθελοντές να εργάζονται βάσει της συμφωνίας
- Να είστε διαθέσιμοι και εξυπηρετικοί σε κάθε αίτημα που θα μπορούσε να προέλθει από τους εθελοντές
- Υπενθυμίστε σε όλους τους εθελοντές ότι πρόκειται για μια εμπειρία εργασίας / διασκέδασης και μπορούν να την απολαύσουν

#### **Μετά από την εκδήλωση**

- Ευχαριστήστε όλους τους εθελοντές για τη δουλειά που έκαναν
- Ζητήστε σχόλια και παρατηρήσεις
- Οργανώστε την αναχώρηση, φροντίζοντας να μην αφήσουν τίποτα πίσω

#### **Προβλήματα και λύσεις**

**Μερικές φορές, ακόμη και αν δώσετε όλες τις πληροφορίες αναλυτικά, οι εθελοντές μπορεί να μην είναι ευχαριστημένοι με τη διαμονή ή τον χώρο της εκδήλωσης**

Προσπαθήστε να τους κάνετε να δουν τη θετική πλευρά και τα πράγματα που θα μπορούσαν να μάθουν από αυτή την εμπειρία, υπενθυμίζοντάς τους ότι όλοι οι εθελοντές βρίσκονται στην ίδια θέση

**Παρόλο που κανονικά οι εθελοντές επιλέγουν τα καθήκοντά τους σύμφωνα με τις δεξιότητές τους, κάποιος εθελοντής μπορεί να θέλει να αλλάξει τον τομέα απασχόλησής του ή μπορεί να μην είναι κατάλληλος για τον συγκεκριμένο ρόλο**

Η αλλαγή ρόλων κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης μπορεί να αποβεί χαοτική και περίπλοκη. Κάντε το μόνο εάν είναι απολύτως απαραίτητο. Ειδιάλλως, είναι σημαντικό να τους υπενθυμίσετε να είναι ευέλικτοι και να έχουν προσαρμοστικότητα

**Δε διαθέτουν όλοι οι εθελοντές την ίδια εργασιακή συμπεριφορά· κάποιιοι απλά ψάχνουν ένα διαφορετικό είδος διακοπών**

Εάν οι εθελοντές προέρχονται από εθνική/διεθνή οργάνωση νεολαίας, συνήθως συνοδεύονται από έναν ή περισσότερους συντονιστές, οι οποίοι πρέπει να ενημερώνονται εάν κάποιιοι εθελοντές δεν

έχουν την κατάλληλη διάθεση για εργασία. Παρακινήστε τους με τη βοήθεια του συντονιστή.

### **Αλλεργίες, τραυματισμοί, ασθένειες, γρίπη κλπ.**

Να φροντίζετε πάντα να έχετε πρόχειρο ένα κιτ πρώτων βοηθειών και να ενημερώνεστε για τις αλλεργίες από τις οποίες μπορεί να υποφέρουν οι εθελοντές.

### **Συμβουλές & Κόλπα**

- Κάντε τους εθελοντές να νιώθουν ότι αποτελούν σημαντικό μέρος της οργανωτικής μηχανής που στηρίζει την εκδήλωση
- Παρακινήστε τους και προσπαθήστε να περάσετε λίγο χρόνο εκτός εργασίας μαζί τους
- Είναι πολύ σημαντικό να συνεργάζεστε με τους συντονιστές των εθελοντών για να μη δίνετε αντικρουόμενες εντολές / συμβουλές
- Η εμπειρία έρχεται με το χρόνο. Μετά από κάθε εκδήλωση στην οποία συμμετέχουν εθελοντές, προκύπτουν νέοι τρόποι αντιμετώπισης των εθελοντών και πιθανά προβλήματα

### **ΕΙΝΑΙ Η ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΒΙΩΣΙΜΗ;**

## **6. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις Mondiali Antirazzisti**

Φαίνεται ότι είναι όλο και πιο σημαντικό να φροντίζουμε για τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις κατά τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων ή φεστιβάλ. Συγκεκριμένα, είναι σημαντικό να επικεντρωθούμε σε 3 βασικά καθήκοντα: πρόληψη και προώθηση περιβαλλοντικά βιώσιμων συμπεριφορών μεταξύ των συμμετεχόντων στο φεστιβάλ· καθαρισμό των χώρων του φεστιβάλ με ειδικές βάρδιες καθαρισμού από τους εθελοντές των ομάδων εργασίας· διαχείριση αποβλήτων μέσω χωριστής συλλογής.

Στην Mondiali Antirazzisti, η διάθεση αποβλήτων λειτουργεί ως εξής:

- Δύο κύρια σημεία συλλογής βρίσκονται έξω από τον χώρο του φεστιβάλ (ένα στην ανατολική πλευρά και ένα στη δυτική): σε κάθε ένα από αυτά βρίσκονται κινητοί κάδοι χωρητικότητας τουλάχιστον 18 κυβικών μέτρων.
- Τα οργανικά απόβλητα, από την άλλη πλευρά, πρέπει να αδειάζονται σε ειδικά δοχεία που σφραγίζονται ερμητικά και τα οποία διαχειρίζεται απευθείας η τοπική αρχή διαχείρισης αποβλήτων.
- Μέσα στο χώρο του φεστιβάλ, επιλέγονται διάφορα σημεία (τα οποία αριθμούνται σε χάρτη για να εντοπίζονται εύκολα) για τροχοφόρους κάδους (έναν για κάθε υλικό, οι οποίοι διακρίνονται με διαφορετικά χρώματα). Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ, οι εθελοντές της ομάδας εργασίας σε βάρδιες θα αδειάζουν τους γεμάτους κάδους στα σημεία συλλογής και θα τους επαναφέρουν άδειους στο ίδιο σημείο.

Για την εκτέλεση αυτών των καθηκόντων, δύο υπεύθυνοι πρέπει να συνεργαστούν μαζί με μια ομάδα εργασίας που θα αποτελείται από τουλάχιστον 10-15 εθελοντές.

Η εργασία χωρίζεται σε τρεις φάσεις:

### **Πριν από την εκδήλωση**

Οργανώστε μια προκαταρκτική συνάντηση με τους διοργανωτές της εκδήλωσης για να λάβετε πληροφορίες σχετικά με το πλαίσιο, όπως:

- Οργάνωση των χώρων του φεστιβάλ για να αποφασίσετε σε ποια σημεία θα μπου οι τροχοφόροι κάδοι.
- Πρόγραμμα των εκδηλώσεων του φεστιβάλ για να οργανωθούν οι βάρδιες των εθελοντών.
- Τύποι υλικών που χρησιμοποιούνται στην περιοχή των εστιατορίων και των μπαρ (ποτήρια, πιάτα, πιρουνία κλπ.): θα πρέπει να είναι οργανικά και βιοδιασπώμενα.

#### *Νομικό κομμάτι:*

Είναι απαραίτητο να έχετε όλα τα έγγραφα που αφορούν τις νομικές πτυχές της διάθεσης αποβλήτων στην περιοχή/κράτος (για παράδειγμα: για χαρτί, πλαστικό, γυαλί, οργανικά και κοινά απόβλητα).

#### *Λειτουργικό κομμάτι:*

Είναι σημαντικό να διαιρέσετε τον χώρο σε μικρές περιοχές όπου:

- Θα τοποθετηθούν τροχοφόροι κάδοι
- Θα γίνονται βάρδιες καθαρισμού και εκκένωσης
- Πρόληψη: Μείωση του κινδύνου απρόβλεπτων γεγονότων που επιλύονται πιο δύσκολα
- Κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ διανέμεται δωρεάν πόσιμο νερό για τη μείωση των πλαστικών φιαλών και την προώθηση της χρήσης του νερού της βρύσης (εάν βρίσκεστε σε περιοχή όπου το νερό είναι πόσιμο ή εάν μπορείτε να παρέχετε βρύσες με φιλτραρισμένο πόσιμο νερό)
- Οργανικά και βιοδιασπώμενα υλικά παρέχονται στον χώρο του εστιατορίου
- Προμήθεια περισσότερων εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή «ειδικών αποβλήτων» (μικροί κάδοι, σταχτοδοχεία, μακριές λαβίδες κλπ.)

*Συνάντηση με τους φορείς Συλλογής Αποβλήτων της περιοχής σας:*

#### **Παραγγελία υλικών:**

- Τροχοφόροι κάδοι
- Κινητοί κάδοι
- Μακριές λαβίδες
- Σακούλες σκουπιδιών
- Γάντια εργασίας

#### **Αποφασίστε για τα εξής:**

- Τόπο και χρόνο παράδοσης των υλικών
- Τόπο και χρόνο επιστροφής των υλικών

*Βεβαιωθείτε ότι όλα τα υλικά έχουν παραδοθεί.*

*Επικοινωνία με τους ανθρώπους που εργάζονται στα περίπτερα:*

- Είναι πολύ σημαντικό να έχετε καλή σχέση μαζί τους, επειδή πρέπει να συνεργαστούν στην χωριστή συλλογή.
- Μπορεί να είναι χρήσιμο να υπάρχει μόνο ένα άτομο για αναφορά σε κάθε περίπτερο.
- Είναι ζωτικής σημασίας:
- Να βοηθήσετε τους συμμετέχοντες να διαχωρίζουν τα απόβλητα και να τα συλλέγουν με τον σωστό τρόπο
- Να ζητήσετε συνεργασία
- Πρώτη συνάντηση με την ομάδα εργασίας:
- Θα είναι πολύ σημαντικό να κάνετε τα εξής:
- Εξηγήστε τους το είδος της εργασίας με τρόπο που θα τους ενθαρρύνει και θα τους κινήσει το

ενδιαφέρον

- Περιηγηθείτε σε όλες τις εγκαταστάσεις του φεστιβάλ, και βάλτε τους τροχοφόρους κάδους στα επιλεγμένα σημεία, δείχνοντάς τους πού βρίσκονται
- Φροντίστε για την ενεργή συμμετοχή των εθελοντών ζητώντας τους να ετοιμάσουν ευφάνταστες αφίσες με όλες τις πληροφορίες και να τις βάλουν στον χώρο του φεστιβάλ
- Οργανώστε τις βάρδιες συλλογικά

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης** **Ξεκίνημα βαρδιών**

Τι μπορείτε να κάνετε για να ευαισθητοποιήσετε περισσότερο όσους συμμετέχουν στο φεστιβάλ:

- Κάντε ανακοινώσεις για την ξεχωριστή συλλογή μέσω του μεγαφωνικού συστήματος κατά τη διάρκεια των ποδοσφαιρικών αγώνων
- Δώστε σακούλες σκουπιδιών στα άτομα που μένουν στην κατασκήνωση και εξηγήστε πώς λειτουργεί η χωριστή συλλογή
- Παρακολουθήστε την κατάσταση των τροχοφόρων κάδων και των κινητών κάδων για να ελέγξετε κάθε πιθανό απρόβλεπτο γεγονός. Τελικός καθαρισμός όλου του χώρου του φεστιβάλ την τελευταία ημέρα και την αμέσως επόμενη.

### **Μετά από την εκδήλωση**

Ζητήστε από τους εθελοντές της ομάδας εργασίας να αξιολογήσουν τις δραστηριότητες κατά τη διάρκεια του φεστιβάλ. Ζητήστε από την τοπική αρχή διάθεσης αποβλήτων πληροφορίες σχετικά με την ποσοστιαία αναλογία για κάθε κατηγορία της χωριστής συλλογής (χαρτί, πλαστικό, γυαλί, οργανικά, κοινά απόβλητα).

## **ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ;**

### **7. Μουσικό πρόγραμμα Mondiali Antirazzisti**

#### **(Μήνες) Πριν από την εκδήλωση**

- Ενημερωθείτε για την εκάστοτε νομοθεσία που αφορά τη ζωντανή μουσική (άδειες, δικαιώματα μουσικών, δικαιώματα φωτογραφιών κλπ.) και συνεργαστείτε με τον τομέα της διοίκησης για τη σύναψη των σχετικών συμβάσεων
- Κάντε έρευνα στα συγκροτήματα / τους τραγουδιστές με βάση το μουσικό είδος που είναι πιο δημοφιλές μεταξύ των συμμετεχόντων
- Ελέγξτε αν τα συγκροτήματα / οι τραγουδιστές αρμόζουν στα θέματα της εκδήλωσης: είναι σημαντικό να διοργανώσετε ένα μουσικό φεστιβάλ που μοιράζεται ιδέες κατά των διακρίσεων· θα ήταν τέλειο αν πρότειναν κείμενα με συγκεκριμένες αξίες. Είναι εξίσου σημαντικό να λάβετε σοβαρά υπόψη και το θέμα του προϋπολογισμού
- Προώθηση της μουσικής εκδήλωσης μέσα στο φεστιβάλ:
- δεν πρέπει να θεωρούνται δύο ξεχωριστές εκδηλώσεις· η επικοινωνία πρέπει να μοιράζεται με το προσωπικό επικοινωνίας
- Ενημερωθείτε για τις όποιες ιδιαίτερες ανάγκες των συγκροτημάτων/τραγουδιστών: μερικές φορές ζητούν συγκεκριμένα τρόφιμα/ποτά στα καμαρίνια ή κάνουν τεχνικές ερωτήσεις για τη σκηνή και τα όργανα κλπ.
- Κάντε κρατήσεις δωματίων σε ξενοδοχεία για τους καλλιτέχνες και το προσωπικό τους· εξακριβώστε αν θα έρθουν με δικό τους μέσο ή αν χρειάζονται αυτοκίνητο



### **(Ακριβώς) πριν από την εκδήλωση**

- Επιβεβαιώστε με το τμήμα υλικοτεχνικής υποστήριξης ότι όλα είναι εντάξει για τη σκηνή, τα καμαρίνια και τον τεχνικό ήχο
- Εκπαιδεύστε το προσωπικό για τη φροντίδα των μουσικών, την αλλαγή των μουσικών οργάνων στη σκηνή, τη συνεργασία με τους τεχνικούς ήχο και φωτισμού
- Συνεργαστείτε στενά με την ασφάλεια για να αποφύγετε προβλήματα
- Προσδιορίστε ποιος θα παρουσιάσει κάθε καλλιτέχνη και, αν χρειαστεί, ποιος θα είναι ο διερμηνέας. Θα ήταν ωραίο πριν από τη μουσική εκδήλωση εάν κάποιος από τον τομέα του αθλητισμού ή των επικοινωνιών πει κάτι για τις αθλητικές δραστηριότητες της ημέρας: προσωρινά αποτελέσματα, αριθμό συμμετεχόντων, αν υπάρχουν κάποια όμορφα γεγονότα να αφηγηθεί

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

- Φροντίστε για στενή συνεργασία ανάμεσα στους μουσικούς της εκδήλωσης, την ομάδα τεχνικών, την ασφάλεια
- Φροντίστε τους μουσικούς και τις ανάγκες τους
- Συντονίστε τον έλεγχο του ήχου το απόγευμα και τον ήχο των ζωντανών εκδηλώσεων το βράδυ
- Συντονίστε τη δουλειά με το τμήμα επικοινωνίας για συνεντεύξεις με τους μουσικούς, καθώς και φωτογραφίες ή βίντεο που θα βάλετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Θυμηθείτε να ζητήσετε από τους μουσικούς να υπογράψουν σύμβαση ή να καλύψετε άλλες ειδικές ανάγκες λόγω της νομοθεσίας που ισχύει στη χώρα σας για τη ζωντανή μουσική

### **Μετά από την εκδήλωση**

- Βοήθεια με τον καθαρισμό και το μάζεμα των εγκαταστάσεων

### **Προβλήματα και λύσεις**

#### **Μερικές φορές οι καλλιτέχνες μπορεί να είναι ιδιότροποι και να έχουν περίεργες απαιτήσεις**

- Ειδοποιήστε τους άλλους τομείς εάν χρειάζεστε κάτι (όπως συγκεκριμένα τρόφιμα ή άλλα πράγματα)
- Η αμοιβή των καλλιτεχνών είναι πραγματικά υψηλή, αλλά μερικές φορές αυτό εξαρτάται από τον μάνατζέρ τους
- Προσπαθήστε να έρθετε σε άμεση επαφή με τους καλλιτέχνες και να τους εξηγήσετε τον αντιρατσιστικό και εθελοντικό χαρακτήρα της εκδήλωσης. Τις περισσότερες φορές, είναι πιο ευαίσθητοποιημένοι από τον μάνατζέρ τους και είναι πιθανό να αποφασίσουν να το κάνουν δωρεάν ή με αρκετά μειωμένο κόστος

### **Συμβουλές & Κόλπα**

- Ο τομέας της μουσικής είναι εκπληκτικός, αλλά κάποιες φορές η συνεργασία με τους καλλιτέχνες είναι αγχωτική· διατηρήστε την ψυχραιμία σας, μην ξεχνάτε πάντα να χαμογελάτε... και απολαύστε τη μουσική

## **ΈΧΕΤΕ ΛΑΒΕΙ ΥΠΟΨΗ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ;**

### **8. Συζητήσεις Mondiali Antirazzisti**

Το φεστιβάλ μας δεν είναι απλώς μια αθλητική εκδήλωση, είναι και πολιτιστική και κοινωνική εκδήλωση όπου ίσως είναι σημαντικό να εξεταστούν κάποια θέματα της επικαιρότητας μέσω χαμηλών τόνων συζητήσεις, 1 την ημέρα και όχι για περισσότερο από 2 ώρες.

### **Πριν από την εκδήλωση**

- Ο προσδιορισμός των θεμάτων που θα εξεταστούν είναι πολιτική απόφαση και εξαρτάται από το όραμα των διοργανωτών
- Προσδιορισμός προσκεκλημένων: θα πρέπει να καλύπτετε διαφορετικά είδη προσκεκλημένων και να συνδυάζετε προσωπικότητες του αθλητισμού, πολιτικούς, καλλιτέχνες... οι περισσότεροι από αυτούς είναι αναγνωρίσιμοι από τα άτομα που έχουν ήδη σχέση με τις ΜΚΟ σας· είναι πιο εύκολο και γνωρίζετε ότι ήδη ενστερνίζονται τις αξίες σας. Επιπλέον, μπορείτε να προσδιορίσετε και να καλέσετε μία ή δύο «νέες» προσωπικότητες
- Επικοινωνία με τους προσκεκλημένους: είναι πολύ σημαντικό να τους προσκαλέσετε εγκαίρως, να τους ενημερώσετε για το θέμα της εκδήλωσής σας, για τους λόγους για τους οποίους θέλετε να συμμετάσχουν και για το θέμα για το οποίο θα συζητήσουν
- Συμφωνίες με τους προσκεκλημένους: οι προσκεκλημένοι θα πρέπει να συμμετάσχουν στο πρόγραμμά σας επειδή θεωρούν ότι αξίζει και όχι επί πληρωμή. Εσείς θα πρέπει να τους καλύψετε τα έξοδα για το ταξίδι και το ξενοδοχείο, αν χρειαστεί. Είναι πολύ σημαντικό να τους ξεκαθαρίσετε αυτό το σημείο
- Δημοσιοποίηση των συζητήσεων: ζητήστε από τους διαχειριστές επικοινωνίας να επισημάνουν την ύπαρξη των συζητήσεων και των προσκεκλημένων στα δελτία τύπου και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Σχεδιάστε με ακρίβεια το χρονοδιάγραμμα των συζητήσεων: εάν η εκδήλωση είναι το καλοκαίρι, αποφύγετε τις ώρες με την πολλή ζέση και γενικά αποφύγετε την οργάνωση την ώρα του γεύματος ή κατά τη διάρκεια ενός βασικού μέρους των αθλητικών αγώνων· διαφορετικά θα είναι δύσκολο να μαζευτεί κόσμος
- Ελέγξτε τις εγκαταστάσεις του χώρου: μικρόφωνο, σύστημα ήχου, προτζέκτορας και ούτω καθεξής
- Αν περιμένετε πολλούς διεθνείς συμμετέχοντες στην εκδήλωσή σας, φροντίστε να υπάρχει διερμηνεία στη συζήτηση
- Βεβαιωθείτε ότι οι επισκέπτες γνωρίζουν πώς να έρθουν στην εκδήλωση

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

- Ζητήστε από το Σημείο Πληροφόρησης να βγάλει ανακοίνωση όταν ξεκινά η συζήτηση
- Φροντίστε για την έγκαιρη προσέλευση των προσκεκλημένων· συντονίστε τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις τους
- Φροντίστε το τμήμα επικοινωνίας να καλύψει τη συζήτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και να προσδώσει αξία στα θέματα και τους προσκεκλημένους
- Ζητήστε από κάποιο άτομο να κρατήσει σημειώσεις

### **Μετά από την εκδήλωση**

- Προετοιμάστε μια σύντομη αναφορά για τη συζήτηση για να χρησιμοποιηθεί για άρθρα και ούτω καθεξής...

## **ΈΧΕΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΕΝΑΝ ΚΟΙΝΟ ΦΥΣΙΚΟ ΧΩΡΟ;**

### **9. Πλατεία Mondiali Antirazzisti**

Η «Αντιρατσιστική πλατεία» είναι ένας φυσικός χώρος όπου οι συμμετέχοντες καλούνται να μοιραστούν εμπειρίες και εργαλεία σχετικά με τις καθημερινές τους δραστηριότητες κατά των

διακρίσεων. Το υλικό αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συζητήσεις, παρουσιάσεις και ήπιες αθλητικές δραστηριότητες. Η διαμόρφωση αυτού του χώρου δεν είναι υποχρεωτική αλλά μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πλεόνασμα.

### **Πριν από την εκδήλωση**

Είναι πολύ σημαντικό να αποφασίσετε ποιος θα είναι ο σκοπός αυτού του χώρου. Εάν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί για αθλητικές δραστηριότητες, θα πρέπει να τον εξοπλίσετε αναλόγως, εάν θέλετε να οργανώσετε έναν χώρο χαλάρωσης, θα πρέπει να τον εξοπλίσετε με τραπέζια, καρέκλες και κάποια επιτραπέζια παιχνίδια... ο χώρος μπορεί να οργανωθεί σύμφωνα με τις απαιτήσεις/τις δυνατότητες/τη φαντασία σας, όπου μπορούν να φιλοξενηθούν και οι «επιπλέον» δραστηριότητες. Είναι πολύ σημαντικό να σχεδιάσετε τα πάντα εκ των προτέρων για να φροντίσετε να έχετε τον σωστό εξοπλισμό.

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

Είναι σημαντικό να υπάρχει κάποιος αποκλειστικός υπεύθυνος για αυτόν τον χώρο, κάποιο άτομο που φροντίζει για τις διάφορες δραστηριότητες και την εναλλαγή τους καθώς και για τον κατάλληλο εξοπλισμό.

## **ΕΙΝΑΙ ΑΣΦΑΛΗΣ Η ΕΚΔΗΛΩΣΗ;**

### **10. Ασφάλεια και Προστασία της Mondiali Antirazzisti**

Σύμφωνα με την εγχώρια νομοθεσία, για τη διοργάνωση δημόσιων εκδηλώσεων, μπορεί να είναι υποχρεωτική η ασφαλιστική κάλυψη των συμμετεχόντων. Κάθε κράτος / περιοχή έχει διαφορετικές υποχρεώσεις. Ως εκ τούτου, είναι πολύ σημαντικό να ενημερωθείτε για τους εκάστοτε κανονισμούς ώστε να φροντίσετε να εφαρμόσετε όλα τα υποχρεωτικά στάδια.

Σε όλες τις αθλητικές εκδηλώσεις, θα πρέπει να υπάρχει ένα σημείο πρώτων βοηθειών (ακόμη και όταν δεν είναι υποχρεωτικό από το νόμο) για την περίθαλψη των τραυματιών (με σπρέι πάγου, απολυμαντικό κλπ.) και επικοινωνία για ιατρική υποστήριξη ή/και ασθενοφόρο.

Ακόμη και αν η εκδήλωση διοργανώνεται για την κοινωνική ένταξη και τη φιλία, όλο και κάποια προβλήματα μπορούν να προκύψουν: καυγάδες, κλοπές, επιθέσεις. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να φροντίσουμε να υπάρχουν κάποια άτομα που θα είναι έτοιμα να βοηθήσουν όσους αντιμετωπίζουν δυσκολίες, προσφέροντας διαμεσολάβηση και προστασία, αν χρειαστεί. Μια πρόταση είναι να εκπαιδεύσετε ορισμένα άτομα ως «φιλική ασφάλεια»· αυτό σημαίνει μια ομάδα ατόμων που θα έχει προετοιμαστεί καλά για αναποδιές αλλά η συμπεριφορά της θα επιδιώκει περισσότερο την επίλυση προβλημάτων παρά την τιμωρία. Η εκδήλωση θα πρέπει οπωσδήποτε να είναι προσβάσιμη σε άτομα με αναπηρίες: ελέγξτε διεξοδικά ότι κάθε τμήμα του χώρου εκδηλώσεων (γήπεδα, χώροι συναυλιών, τουαλέτες, εστιατόρια) διαθέτει προσβάσιμες εγκαταστάσεις.

## **ΠΟΥ ΘΑ ΚΟΙΜΗΘΕΙ ΤΟ ΚΟΙΝΟ;**

### **11. Χώρος κατασκήνωσης της Mondiali Antirazzisti**

Μια καλή επιλογή για την ενίσχυση της κοινωνικής ένταξης, του στόχου της εκδήλωσης, είναι να υπάρχει «χώρος διαμονής». Ωστόσο, πρόκειται για μια απόφαση που συνεπάγεται τη φροντίδα πολλών πρόσθετων πτυχών

- Φροντίστε να υπάρχει μια περιοχή όπου ο κόσμος θα μπορεί να στήνει κανονικά και με ασφάλεια

τις σκηνές. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να μετακινήσετε τον χώρο της εκδήλωσης από εκεί που είχατε αποφασίσει αρχικά

- Φροντίστε η περιοχή να είναι οριοθετημένη, έτσι ώστε μόνο οι άνθρωποι που παρακολουθούν την εκδήλωση να έχουν πρόσβαση και να μην επιτρέπεται η είσοδος σε αυτοκίνητα
- Πρέπει να εφοδιαστείτε με επαρκείς τουαλέτες και ντουζιέρες, των οποίων η ενοικίαση κοστίζει πολύ ακριβά
- Θα έχετε περισσότερο καθαρισμό στον χώρο μετά από την εκδήλωση
- Θα πρέπει να βελτιώσετε τις υπηρεσίες ασφαλείας κατά τη διάρκεια της νύχτας

*Υπάρχουν κάποιες «εναλλακτικές» λύσεις που μπορούν να σας βοηθήσουν:*

- Οργανώστε την εκδήλωση σε ένα μέρος (πάρκο, κολέγιο...) που διαθέτει ήδη κάποιες από τις εγκαταστάσεις και είναι και οριοθετημένο. Σε αυτή την περίπτωση χρειάζεστε σταθερή σύμπραξη και συνεργασία υπό σαφείς όρους με τον ιδιοκτήτη του χώρου
- Οργανώστε την εκδήλωση κοντά σε κατασκήνωση / ξενώνες / φθηνά καταλύματα, με τα οποία μπορείτε να υπογράψετε συμφωνία για να στήσετε σκηνές με ειδικές τιμές
- Οργανώστε την εκδήλωση σε χώρο κοντά σε ελεύθερο κάμπινγκ: σε αυτή την περίπτωση δεν είστε υποχρεωμένοι να παρέχετε υπηρεσίες, αλλά έχετε υπόψη ότι αν προκύψουν προβλήματα, πολύ πιθανόν να πρέπει να τα αντιμετωπίσετε εσείς, παρόλο που «θεωρητικά» δεν εμπλέκεστε άμεσα

## **12. ΘΕΡΙΝΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ**

Το καλοκαίρι, τα παιδιά συνήθως δεν έχουν σχολείο, οπότε μια καλή επιλογή μπορεί να είναι να οργανωθεί κάποιος χώρος ειδικά για τα παιδιά κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, με αποκλειστικό εκπαιδευτικό. Είναι προτιμότερο να επιλέγετε δραστηριότητες που δεν χρειάζονται ειδικές εγκαταστάσεις. Για παράδειγμα, προγράμματα βασικής κίνησης, τα οποία προσεγγίζουν τον αθλητισμό μόνο με μια μπάλα, με παιχνίδια κίνησης και με ψυχοκινητικότητα. Κατά τον σχεδιασμό δραστηριοτήτων με παιδιά, πρέπει να λάβετε υπόψη:

- Ηλικία παιδιών: είναι καλό να υπάρχει ηλικιακός διαχωρισμός για τη συμμετοχή· τα πιο μεγάλα παιδιά μπορούν να παίξουν με τους ενήλικες, αλλά με ευελιξία. Εάν ένα παιδί προτιμά να μείνει με νεαρότερα άτομα για απλά αθλήματα, μην το πιέζετε
- Ασφαλής χώρος: εξασφαλίστε χώρο όπου δεν υπάρχουν κίνδυνοι τραυματισμού για τα παιδιά
- Προεγγραφή: οι γονείς θα πρέπει να γράψουν τα παιδιά για τις δραστηριότητες εκ των προτέρων, οπότε διαφημίστε αυτήν την υπηρεσία μέσω των διαύλων επικοινωνίας για να γνωρίζετε και πόσους εθελοντές χρειάζεστε
- Νερό και σνακ: φροντίστε να έχετε διαθέσιμο νερό για κάθε παιδί (δωρεάν νερό ή μπουκάλια). Εάν η διάρκεια των δραστηριοτήτων είναι μεγάλη, μπορείτε να προσφέρετε σνακ, αλλά λάβετε υπόψη τον νόμο για την παροχή τροφής σε παιδιά και ενημερωθείτε εκ των προτέρων για τυχόν αλλεργίες / ειδικές διατροφικές ανάγκες
- Μη δημοσιεύετε εικόνες με πρόσωπα παιδιών στις σελίδες σας ή σε ζωντανή ροή

## **ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΕΣΤΙΑΣΗ**

Εκτός από την εκδήλωση, ίσως θα ήταν χρήσιμο να έχετε έναν χώρο εστίασης, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να χαλαρώνουν και να περνούν περισσότερο χρόνο εκεί. Ο χώρος αυτός είναι επίσης εργαλείο για να συγκεντρώσετε κάποια επιπλέον χρήματα για την υποστήριξη της εκδήλωσης.

Μπορείτε να επιλέξετε δύο μεθόδους:

### 1. ΦΙΛΟΞΕΝΗΣΤΕ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ

Αυτός είναι και ο απλούστερος τρόπος· η εταιρεία αυτή νοικιάζει τον χώρο από εσάς και οργανώνει τα πάντα με το προσωπικό της. Το βασικό θέμα είναι η σύμβαση με την εταιρεία, όπου, για εσάς, μπορεί επίσης να συμπεριλαμβάνεται διαπραγμάτευση για μέρος των εσόδων ή κάποια προκαθορισμένη αμοιβή. Εξετάστε μερικά σημαντικά στοιχεία:

- οι επιλογές πρέπει να διαφοροποιούνται· πρέπει να υπάρχουν φαγητά για όλους, οπότε εξετάστε τις επιλογές για θρησκευτικές διατροφικές ανάγκες, για χορτοφάγους και για αλλεργίες
- τα καταστήματα πρέπει να σέβονται τις ίδιες αξίες στις οποίες βασίζεστε: έτσι, τακτική εργασία, χωρίς διακρίσεις, χρήση οικολογικών υλικών όσο γίνεται περισσότερο

### 2. ΠΑΡΕΧΕΤΕ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Αυτή η λύση έχει πιθανώς περισσότερες δυνατότητες όσον αφορά τη συγκέντρωση κεφαλαίων, αλλά είναι και πιο περίπλοκη. Παρακάτω δίνεται σύντομη λίστα με τα πράγματα που πρέπει να εξετάσετε πριν ξεκινήσετε:

- τοπική νομοθεσία σχετικά με τις άδειες διάθεσης τροφίμων και ποτών
- πού πρέπει να αποθηκεύσετε τα τρόφιμα, όπως μεταξύ άλλων, μεγάλα επαγγελματικά ψυγεία
- ενοικίαση εξοπλισμού εστίασης
- ανάγκη για 2 εθελοντές που θα ασχολούνται αποκλειστικά με την αποθήκευση και τη διαχείριση των τροφίμων
- ανάγκη για εθελοντές που είναι διαθέσιμοι για να μαγειρεύουν και να σερβίρουν φαγητά και ποτά: είναι ευκολότερο να βρεθούν εθελοντές για αθλητικές δραστηριότητες
- Κάντε μια καλή συμφωνία με ένα σουπερμάρκετ της περιοχής για καλές τιμές και βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να επιστρέψετε αγαθά που δεν έχουν καταναλωθεί
- Τηρείτε τους νόμους για την ασφάλεια στον χώρο εργασίας
- Φροντίστε να έχετε απλά αλλά διαφοροποιημένα μενού (χορτοφάγοι/αλλεργίες/θρησκεία): καλύτερα να τα απλοποιήσετε. Για παράδειγμα, ένα χορτοφαγικό μενού μπορεί να καταναλωθεί από χορτοφάγους και παμφάγους, αλλά το αντίστροφο δε γίνεται. Για να μειώσετε το κόστος, επιλέξτε απλά πιάτα που μπορούν να καταναλωθούν από τον περισσότερο κόσμο (φασόλια, πατάτες, λαχανικά κλπ).
- Για τριήμερη εκδήλωση, δεν απαιτείται μεγάλη ποικιλία
- Σκεφτείτε επίσης τροφές ελαφριές που τρώγονται γρήγορα: οι άνθρωποι ασχολούνται με τον αθλητισμό, έτσι θα ήθελαν σάντουιτς και φρούτα (που τρώγονται εύκολα, όπως μπανάνες ή μήλα)

### Πώς να προβάλλετε την εκδήλωση

**Ποια είναι τα οκτώ βήματα για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού σχεδίου;**

#### 1. Οκτώ βήματα για την ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού επικοινωνιακού σχεδίου

##### Κοινωνική επικοινωνία

Η κοινωνική επικοινωνία αντιπροσωπεύει ένα τμήμα της επικοινωνίας που έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Πράγματι, είναι πολύ διαφορετική από την εμπορική επικοινωνία. Οι επιδιώξεις περί κοινωνικής χρησιμότητας και δημόσιου συμφέροντος αποτελούν τη βάση των επιλογών στρατηγικής που σπανίως συμπίπτουν με εκείνες που υιοθετούνται στον κερδοσκοπικό τομέα. Σκοπός της είναι να εκπαιδεύσει και να ευαισθητοποιήσει τους πολίτες για τα πολλά θέματα κοινωνικού ενδιαφέροντος, να ενθαρρύνει την αλλαγή ορισμένων συμπεριφορών, να ενημερώσει

τον πληθυσμό για την ύπαρξη ενός κοινωνικού προβλήματος, να επισημάνει συμπεριφορές που επηρεάζουν την ευημερία των ανθρώπων και του πληθυσμού, να στηρίξει τις κοινωνικές σχέσεις, να δημιουργήσει δεσμούς και να ενθαρρύνει την ανταλλαγή απόψεων για θετικές αξίες όπως την αλληλεγγύη, την ένταξη και την ευημερία της κοινότητας. Η κοινωνική επικοινωνία έχει τη δύναμη να συμβάλλει στον επηρεασμό των γνώσεων και των συμπεριφορών των ατόμων. Ένας αυξανόμενος αριθμός φορέων έχει συνειδητοποιήσει αυτές τις ευκαιρίες. Δημόσιοι φορείς, σύλλογοι, μη κερδοσκοπικές οργανώσεις ακόμη και ιδιωτικές εταιρείες κατάλαβαν επιτέλους πόσο σημαντικό είναι να επενδύσουν σε επικοινωνιακές εκστρατείες που αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος.

### **Ο ρόλος ενός επικοινωνιακού σχεδίου**

Το επικοινωνιακό σχέδιο είναι ένα στρατηγικό έγγραφο το οποίο καθοδηγεί όλες τις επικοινωνιακές δραστηριότητες που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων. Περιγράφει πώς σκοπεύουμε να επικοινωνήσουμε τα σωστά μηνύματα στους σωστούς ανθρώπους την κατάλληλη στιγμή.

Τα βασικά στοιχεία ενός επικοινωνιακού σχεδίου είναι: επιδιώξεις, ομάδα-στόχος, στρατηγική, βασικά μηνύματα, δημιουργικός προσανατολισμός, προϋπολογισμός, μέσα ενημέρωσης, προϊόντα, χρόνος, παρακολούθηση.

Όταν το σχέδιο καλύπτει περίοδο αρκετών ετών, ενημερώνεται κατά τη διάρκεια του προγράμματος.

Ορισμένες πτυχές μπορούν να θεωρηθούν ως προπαρασκευαστικές για το επικοινωνιακό σχέδιο: κατανόηση μέσω ερευνών του πλαισίου, του φαινομένου, των χαρακτηριστικών του στόχου, των επιλογών των «ανταγωνιστών».

Για την κατανόηση του κοινού-στόχο μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε διαφορετικές μεθόδους: ακρόαση των ενδιαφερόμενων μερών σε ομάδες εστιασμένης συζήτησης /ενημερώσεις, έρευνα για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τον στόχο· διερεύνηση του φαινομένου μέσω υλικού τεκμηρίωσης· ανάγνωση των επικοινωνιών δράσεων που είχαν τους ίδιους στόχους.

### **Καθορίστε τους επικοινωνιακούς στόχους**

Αυτό το σημείο είναι βασικό. Οι ξεκάθαροι στόχοι αποτελούν την βάση για την δουλειά στο μέλλον. Οι στόχοι των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων πρέπει:

- Να είναι αναλυτικοί και όχι γενικοί
- Να είναι μετρήσιμοι μέσω δεικτών που θα αποτελέσουν τα βασικά σημεία παρακολούθησης
- Να είναι εφικτοί και να συνάδουν με τους οικονομικούς πόρους, τον χρόνο και τα διαθέσιμα εργαλεία
- Να καθορίζονται από τον χρόνο

### **Στόχος και γεωγραφικό εύρος της εκστρατείας**

Το επικοινωνιακό σχέδιο θα πρέπει να προσδιορίζει τον ιδιαίτερο στόχο της εκστρατείας. Ο επιμερισμός των στόχων είναι ζωτικής σημασίας για τον σωστό εντοπισμό ομοιογενών κοινωνικο-πολιτιστικών ομάδων και την αντίστοιχη τελειοποίηση της επικοινωνίας.

Η προσεκτική δουλειά για τον προσδιορισμό του στόχου είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική επικοινωνιακή στρατηγική και τις σωστές στρατηγικές επιλογές.

Η αναγνώριση του στόχου σας επιτρέπει να είστε συνεπείς χωρίς σπατάλη πόρων σε ενέργειες που ενδεχομένως να είναι περιττές.

Ο προσδιορισμός και η περιγραφή του επιθυμητού κοινού συνεπάγεται ότι κατανοείτε όλα τα

κοινωνικο-πολιτιστικά, δημογραφικά και οικονομικά δεδομένα, ώστε να είστε σε θέση να κατανοήσετε τα στοιχεία που πρέπει να αξιοποιήσετε και τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να διαμορφώσετε την επικοινωνιακή εκστρατεία.

Για τον προσδιορισμό του συγκεκριμένου στόχου, κάποιες αρχικές σημαντικές πληροφορίες είναι: ηλικία, τόπος διαμονής, μορφωτικό επίπεδο, φύλο, θέση εργασίας και επάγγελμα. Σε αυτά τα χαρακτηριστικά πρέπει να προστεθούν πιο σύνθετα στοιχεία όπως το βιοτικό επίπεδο, συμπεριφορές και συνήθειες.

### **Προσδιορισμός της στρατηγικής και τα εργαλεία της**

Ο προσδιορισμός της στρατηγικής είναι ο ακρογωνιαίος λίθος στον οποίο βασίζεται ολόκληρο το επικοινωνιακό σχέδιο.

Σε αυτή τη φάση, πολλές αποφάσεις θα βασίζονται στα ορόσημα που έχουν καθοριστεί μέχρι στιγμής (επιδιώξεις, στόχοι και διαθέσιμοι πόροι). Οι αποφάσεις αυτές θα αφορούν τα εξής:

- Τα βασικά στοιχεία της δημιουργικότητας (δηλ., λέξη κλειδί, ύφος, οπτική έννοια και κείμενο)
- Επικοινωνιακές τεχνικές/προσέγγιση (δηλ., ενιαίο αντικείμενο, πολυθεματικότητα, ολοκληρωμένη επικοινωνία, αντισυμβατικότητα, αντάρτικο μάρκετινγκ, σχεσιακή επικοινωνία, με άκρως πληροφοριακό θεσμικό περιεχόμενο, άμεσο μάρκετινγκ)
- Τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν (δηλ. εξειδικευμένα μέσα, νέα μέσα)
- Η συλλογή των υλικών για την προβολή της εκστρατείας (τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά σποτάκια, εκδοτικά προϊόντα, εξοπλισμός BTL, έντυπο και ψηφιακό βοηθητικό υλικό, πολυμεσικά προϊόντα από την ιστοσελίδα και τις εφαρμογές σε στατικά και δυναμικά μπάνερ και γραφικά πληροφοριών, έως όλη την παραγωγή που απαιτείται για την κοινωνική ασφάλεια: από το άνοιγμα της σελίδας μέχρι τη σύνταξη των αναρτήσεων).

Πρέπει να έχουμε κατά νου ότι κάθε πτυχή επηρεάζει τις υπόλοιπες: όλα πρέπει να είναι συνεπή μεταξύ τους· διαφορετικά η επικοινωνιακή επιχείρηση θα αποτύχει. Η εφαρμογή της στρατηγικής έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός επικοινωνιακού οικοσυστήματος. Τα στοιχεία του αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα σε επίπεδο επαφής, προσοχής, σχέσεων και αντιδράσεων.

### **Ανάπτυξη της οπτικής έννοιας και κειμένου της επικοινωνίας**

Το αποτέλεσμα της ανάλυσης που εφαρμόστηκε μέχρι στιγμής, ερμηνευμένο σε συναισθηματικές αξίες, είναι η βάση της δημιουργικής πρότασης. Δεν πρόκειται για μια ήδη ολοκληρωμένη εκστρατεία, αλλά για τη δημιουργική ιδέα στην οποία στηρίζεται η εκστρατεία, και η οποία αποτελείται από γραφικά στοιχεία, εικόνες και συνθήματα. Η δημιουργικότητα δεν εντάσσεται ευθέως στο σχέδιο, αλλά είναι ένας από τους κινητήριους μηχανισμούς της επικοινωνίας. Να θυμάστε πάντα ότι απευθύνεστε στον στόχο και όχι στον εαυτό σας: όταν λέτε «Δεν μου αρέσει κάτι» δεν βγάζει νόημα επειδή δεν είμαστε εμείς το κοινό. Δεν υπάρχει ενιαία γλώσσα που να μπορεί να λειτουργήσει σε κάθε κατάσταση: η επιλογή του ύφους είναι καθοριστική στη στρατηγική, η οποία με τη σειρά της εξαρτάται από τις επιδιώξεις και τον στόχο αναφοράς.

Ενώ η εμπορική διαφήμιση υιοθετεί το όπλο της αποπλάνησης, και κινείται κυρίως στον χώρο των επιθυμιών και των αναγκών, η κοινωνική διαφήμιση αξιοποιεί τις ιδέες, τις αξίες και την υπευθυνότητα. Ορισμένα από τα πιο δημοφιλή είδη ύφους που χρησιμοποιούνται στην κοινωνική επικοινωνία είναι:

- 1. Συγκινητικό, συναισθηματικό, υποβλητικό, γλώσσα που βασίζεται στα αισθήματα, τα συναισθήματα και την ενσυναίσθηση των ανθρώπων·**
- 2. Κατηγορητικό, μια καταγγελία για κάποιο πρόβλημα και την ευθύνη των υποκειμένων όσον**

αφορά τη δεδομένη αρνητική κατάσταση·

- 3. Συγκλονιστικό / δραματικό**, ένας τρόπος να αναπαραστήσουμε μια δραματική πτυχή της πραγματικότητας και να τονίσουμε τις αρνητικές συνέπειες μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς· πρόκειται για γλώσσα που βασίζεται στον φόβο·
- 4. Ειρωνικό/αστείο**, αυτός ο τύπος γλώσσας έχει ως βασικό στόχο να τονίσει τα προβλήματα και να δώσει ερέθισμα για προβληματισμό και δράση σε συγκεκριμένα προβλήματα, αλλά χρησιμοποιώντας αστείο τόνο·
- 5. Διδακτικό**, σε αυτή την κατηγορία, η προσέγγιση είναι να ενημερώσουμε και να καθοδηγήσουμε τους ανθρώπους για να διορθώσουν τη συμπεριφορά τους ως προς συγκεκριμένους κανόνες.

### **Συνδυασμός Μέσων**

Ο σχεδιασμός του συνδυασμού των μέσων συνεπάγεται την επιλογή των εργαλείων για την προβολή του μηνύματος στον στόχο με ορισμένο προϋπολογισμό. Η επιλογή των εντός και εκτός Διαδικτύου μέσων για την προβολή της εκστρατείας αποτελεί κομβική στιγμή της επικοινωνιακής στρατηγικής. Υπό το πρίσμα των εξαιρετικών ευκαιριών που είναι διαθέσιμες σήμερα, επικρατεί μια τάση να ευνοείται ο συνδυασμός εργαλείων που βελτιστοποιούνται με βάση τους πόρους και το προφίλ των στόχων. Όταν εξετάζουμε τον συνδυασμό μέσων εννοούμε ότι θα διαμορφώσουμε ένα σχέδιο που να επιτρέπει σε κανάλια με πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά να συνυπάρξουν.

**Εκδήλωση.** Ένα κοινό χαρακτηριστικό αυτού του μέσου είναι η διαδραστικότητα και η άμεση επαφή. Στην κατηγορία της εκδήλωσης εντάσσονται στιγμές που μπορεί να έχουν πολύ διαφορετικά χαρακτηριστικά και οι οποίες κυμαίνονται από την εκδήλωση της δημόσιας τελετής στην πλατεία έως το σεμινάριο και το μεγάλο συνέδριο.

**Τύπος.** Έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει περισσότερες πληροφορίες από άλλα μέσα, προσφέροντας την ευκαιρία για εμβάθυνση του μηνύματος. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα αυτού του μέσου είναι και η δυνατότητα επιλογής του κοινού.

**Τηλεόραση.** Προσφέρει τη δυνατότητα να παρουσιάζει ιστορίες πλούσιες σε συναισθήματα, ικανές να επιτύχουν την ενεργή συμμετοχή του στόχου. Η τηλεόραση εξακολουθεί να είναι ένα ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την προσέγγιση ενός τεράστιου ακροατηρίου. Μερικά μειονεκτήματα είναι το κόστος και η αδυναμία μεμονωμένης προσέγγισης του στόχου.

**Ραδιόφωνο.** Σε αντίθεση με το παρελθόν, το ραδιόφωνο θεωρείται πλέον σημαντικό μέσο που πολλοί κερδοσκοπικοί και μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν με επιτυχία στις επικοινωνιακές εκστρατείες τους. Η επιτυχία αυτή οφείλεται στη βέλτιστη σχέση μεταξύ κόστους και επέκτασης του κοινού, καθώς και στην ικανότητα μεμονωμένης προσέγγισης του στόχου και στη δύναμη να μεταφέρει μηνύματα και συναισθήματα.

**Διαφημιστικές πινακίδες.** Το κύριο χαρακτηριστικό αυτού του εργαλείου είναι ότι απευθύνεται συλλήβδην στους ανθρώπους, και αυτό είναι σημαντικό επειδή το συγκεκριμένο μέσο δεν επιτρέπει τη μεμονωμένη προσέγγιση του στόχου. Για τις διαφημιστικές πινακίδες, περισσότερο από τα μέσα υψηλού επιπέδου, το μήνυμα πρέπει να είναι σαφές, συνοπτικό και άμεσο. Το κοινό δύσκολα θα είναι σε θέση να απομνημονεύσει μηνύματα που έχουν μεγάλη έκταση ή που είναι περίπλοκα, δεδομένου ότι ο χρόνος που αφιερώνει στα μηνύματα είναι συνήθως λίγος. Στα πλεονεκτήματα της υπαίθριας διαφήμισης περιλαμβάνεται το σχετικά χαμηλό κόστος.

Πρόκειται για το κατεξοχήν υπαίθριο εργαλείο. Οι αφίσες σε διάφορες μορφές και δυναμικές επιτρέπουν την προσέγγιση ενός τεράστιου, μη στοχευμένου και ετερογενούς κοινού.

Εάν καταφέρουν να τραβήξουν την προσοχή ενός αφηρημένου ακροατηρίου εν κινήσει με ένα σαφές, συνοπτικό μήνυμα, μπορούν να δημιουργήσουν εντύπωση, να μείνουν στη μνήμη.



**Κοινωνικά δίκτυα-Διαδίκτυο.** Τα ψηφιακά μέσα είναι το προτιμώμενο κανάλι επικοινωνίας με τους νέους και οι επενδύσεις πρέπει να επικεντρωθούν στα κοινωνικά δίκτυα. Πιθανώς η οικονομική κρίση και η επακόλουθη μείωση των διαθέσιμων προϋπολογισμών συνέβαλαν καθοριστικά στη χρήση του κόσμου του διαδικτύου από πολλούς κερδοσκοπικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Πολλοί υποστηρίζουν ότι το μέλλον της επικοινωνίας θα είναι στο μάρκετινγκ σχέσεων· δηλαδή στην ανάπτυξη τεχνικών και εργαλείων ικανών να δημιουργούν και να διατηρούν όλο και πιο ελκυστικές και διαδραστικές σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων.

Σήμερα κανένα άλλο εργαλείο δεν επιτρέπει αλληλεπίδραση εφάμιλλη με αυτή του Διαδικτύου. Ο χρήστης κερδίζει όλο και περισσότερη δύναμη καθώς οι σχέσεις αναπτύσσονται.

**Σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης.** Οι σχέσεις με τα μέσα ενημέρωσης αφορούν όλες τις δραστηριότητες επαφών, επικοινωνίας και πληροφόρησης που απευθύνονται ρητά στα μέσα ενημέρωσης και έχουν ως στόχο τη μεταφορά μηνυμάτων εκτός του οργανισμού.

### **Παρακολούθηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων**

Ο προγραμματισμός στιγμών για τον έλεγχο της προόδου της εκστρατείας αποτελεί θεμελιώδες μέρος ενός επικοινωνιακού σχεδίου. Ακόμη και αν πιστεύουμε στη στρατηγική, θα πρέπει να είμαστε έτοιμοι να την αλλάξουμε με βάση τα αποτελέσματα που έχουν επιτευχθεί.

Όλα αυτά περνούν από μια δραστηριότητα παρακολούθησης και αξιολόγησης, η οποία πρέπει να προγραμματιστεί για διαφορετικές ενδιάμεσες φάσεις της εκστρατείας.

Ο προγραμματισμός αυτός δίνει τη δυνατότητα παρέμβασης και επικαιροποίησης της στρατηγικής με βάση τις πληροφορίες που συγκεντρώθηκαν κατά την υλοποίηση της δραστηριότητας.

Εξίσου σημαντική είναι μια ανάλυση στο τέλος της εκστρατείας για τη μέτρηση της επίτευξης των στόχων και των τυχόν προβληματικών σημείων των στρατηγικών που υιοθετήθηκαν.

Αυτή η διαδρομή βασίζεται στον προσδιορισμό των βασικών δεικτών απόδοσης (KPI, δηλαδή, δείκτες που χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων) και παρέχει ένα χρονοδιάγραμμα για τα βήματα της ανάλυσης και τη μέθοδο συλλογής δεδομένων. Το χρονοδιάγραμμα για τα βήματα της ανάλυσης και η μέθοδος συλλογής δεδομένων βασίζονται κυρίως στη σωστή επιλογή των βασικών δεικτών απόδοσης (KPI) για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων.

### **Πώς μπορείτε να προβάλλετε μια κοινωνική εκδήλωση;**

#### **Προβολή κοινωνικής εκδήλωσης**

Οι εκδηλώσεις πρέπει να περιλαμβάνουν, σε κάποιο βαθμό, κοινωνικό μάρκετινγκ, καθώς αυτή η στρατηγική έχει αποδειχθεί ότι βοηθά τους διοργανωτές στα εξής:

- Να ενισχύσουν την πληροφόρηση για την εκδήλωση
- Να δημιουργήσουν ένα κανάλι πληροφόρησης που παρέχει όσα αναμένουν οι συμμετέχοντες με ενδιαφέροντες τρόπους
- Να συμβάλλουν στην ευρύτερη ευαισθητοποίηση σχετικά με τα κοινωνικά θέματα που αφορούν την εκδήλωση

Πάνω απ' όλα, το κοινωνικό μάρκετινγκ των εκδηλώσεων εντείνει το πολλαπλασιαστικό φαινόμενο που προκύπτει από την εμπλοκή ανθρώπων και πιθανών συμμετεχόντων. Ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για να δώσετε ορατότητα στο μήνυμά σας είναι να εντάξετε τους υποστηρικτές σας στη διάδοσή του: κάθε άτομο που ακολουθεί τον οργανισμό σας ή την εκδήλωσή σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να βοηθήσει στη διάδοση του μηνύματος στις επαφές του. Είναι η

απλούστερη και πιο άμεση μορφή συμμετοχής και για το λόγο αυτό είναι η μορφή στην οποία δυνητικά μπορεί να συμμετάσχει ο μεγαλύτερος αριθμός ατόμων και αποτελεί το πρώτο βήμα προς πιο απαιτητικές μορφές συμμετοχής.

Η ενθάρρυνση μεγάλης συμμετοχής στο διαδίκτυο μπορεί να φανεί χρήσιμη τόσο για τη διάδοση πληροφοριών όσο και για τη διαμόρφωση μιας κοινότητας που συμμετέχει και εκτός σύνδεσης στις δραστηριότητές σας.

Επιπλέον, η διάδοση της κοινωνικής σας εκδήλωσης στο Διαδίκτυο διευκολύνει τη συλλογή σχολίων, τα οποία είναι πολύτιμα κυρίως σε συνθήκες πραγματικού χρόνου (όπως εκδηλώσεις), τη μέτρηση του βαθμού συμμετοχής και την ανάδειξη πολύτιμων συμπερασμάτων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μελλοντική έρευνα και διαχείριση φήμης.

Τέλος, μια ποικιλόμορφη στρατηγική μάρκετινγκ στο διαδίκτυο μπορεί να επεκτείνει τον αντίκτυπο της εκδήλωσης πέρα από την ημερομηνία διεξαγωγής της, να προσθέσει ένα διαδραστικό στοιχείο και να παράσχει πόρους με δυνατότητα πρόσβασης οποτεδήποτε και οπουδήποτε.

### Πώς να σχεδιάσετε τη διαδικτυακή προβολή μια κοινωνικής εκδήλωσης

Κατά την ενοποίηση των επικοινωνιακών σχεδίων με την προβολή εκδηλώσεων, εφαρμόστε τις αρχές και τις στρατηγικές που έχουν ήδη αναφερθεί για τα επικοινωνιακά σχέδια (βλ. παρ. Χ. Υ): ερευνήστε το κοινό σας και προσφέρετε μια εμπειρία πέρα από τις προσδοκίες του χρησιμοποιώντας μια ποικιλία καναλιών και μορφών που αρμόζουν στον στόχο και τις επιδιώξεις της εκδήλωσης. Αρχικά, προσδιορίστε τις επιδιώξεις, τους στόχους, τη στρατηγική και τον τόνο για το επικοινωνιακό σχέδιο της εκδήλωσής σας.

Θυμηθείτε, εάν έχετε ήδη γενικό επικοινωνιακό σχέδιο που έχει ήδη αναπτυχθεί για την οργάνωση/εκστρατεία, το μάρκετινγκ των εκδηλώσεων πρέπει να ενσωματωθεί και να συνάδει με αυτό.

Αφού οριστούν οι βασικοί πυλώνες του σχεδίου μάρκετινγκ για την εκδήλωση, τα περαιτέρω βήματα θα πρέπει να χωριστούν σε τρεις φάσεις: **πριν την εκδήλωση, κατά την εκδήλωση, και μετά την εκδήλωση**. Για κάθε φάση της εκδήλωσης, δημιουργήστε ένα ημερολόγιο περιεχομένου και αντιστοιχίστε το με τους στόχους του μάρκετινγκ της εκδήλωσης, φροντίζοντας να έχει και ενότητα επίλυσης προβλημάτων.

Σκεφτείτε τι προβλήματα ή ερωτήσεις μπορεί να έχουν οι συμμετέχοντες: οτιδήποτε από την ημερήσια διάταξη έως τη διαμονή, τη μετάβαση στον χώρο της εκδήλωσης, πράγματα που μπορούν να κάνουν στην περιοχή, τις εγγραφές, την αγορά εισιτηρίων κλπ.

Οι βασικές προτεραιότητές σας πρέπει να είναι οι εξής:

- **Αξιοποιήστε σωστά τα κινητά τηλέφωνα:** έχετε υπόψη ότι η μεγάλη πλειοψηφία των πιθανών παρευρισκομένων χρησιμοποιεί smartphone για να βρει πληροφορίες για εκδηλώσεις, οπότε προβληθείτε χρησιμοποιώντας περιεχόμενο και μορφές κατάλληλες για κινητά.
- **Δώστε στο περιεχόμενο δυνατότητα διαμοιρασμού και διαδραστικότητα:** ο στόχος είναι να δημιουργήσουμε σχέσεις και να διατηρήσουμε ζωντανή τη συζήτηση χρησιμοποιώντας εργαλεία σε πραγματικό χρόνο, όπως ζωντανή ροή ή τοίχους κοινωνικής δικτύωσης στην αίθουσα διαλέιμματος με ζωντανή ενημέρωση ή δηλώσεις από τα μεγάφωνα. Η παιχνιδιοποίηση είναι μια άλλη τεχνική που λειτουργεί καλά στο μάρκετινγκ συνεδρίων· για παράδειγμα, με τη δημιουργία διαγωνισμών όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να υποβάλουν το δικό τους περιεχόμενο. Με αυτόν τον τρόπο η εστίαση στην προέλευση του περιεχομένου και της αξίας μετατοπίζεται από τον διοργανωτή στον συμμετέχοντα. Κάποιες ιδέες είναι μεταξύ άλλων συνομιλίες, βίντεο με ιστορίες από παλαιότερους συμμετέχοντες ή μελλοντικούς συμμετέχοντες, πλάνα από τα παρασκήνια.

### **Φροντίστε το περιεχόμενο να δημοσιοποιείται την κατάλληλη στιγμή.**

Αυτό εξαρτάται από τον τρόπο ζωής του στόχου. Σε γενικές γραμμές, το περιεχόμενο για τη νεολαία θα πρέπει να αναρτάται το απόγευμα ή μετά το μεσημεριανό γεύμα.

Η **παρακολούθηση** αποτελεί ζωτική πλευρά του ψηφιακού μάρκετινγκ για εκδηλώσεις. Διαβάστε τα σχόλια και ελέγξτε την ενασχόληση των συμμετεχόντων στο Διαδίκτυο, επειδή αυτή επηρεάζει και τη φήμη της εκδήλωσης.

**Μόλις τελειώσει η εκδήλωση, θυμηθείτε ότι μετά τη δημιουργία περιεχομένου πρέπει να ακολουθεί η επιμέλεια περιεχομένου.** Εξετάστε το ενδεχόμενο να αξιοποιήσετε το οπτικό περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων, όπως βίντεο, αναρτήσεις ιστολογίου που συνοψίζουν τα κυριότερα σημεία της εκδήλωσης, παρουσιάσεις SlideShare, πίνακες Pinterest ή ακόμα και να προσφέρετε εικονική πρόσβαση στις πιο σημαντικές συνεδρίες. Και φυσικά, πάντα ολοκληρώνετε με θετικό πνεύμα στέλνοντας προσωπικές ευχαριστίες μέσω email ή κάνοντας αναφορές στα κοινωνικά δίκτυα.

### **Διαχείριση κοινοτήτων και αντιμετώπιση αντιξοοτήτων**

Από μια πιο ευρεία και κοινωνική άποψη, η προβολή μιας κοινωνικής εκδήλωσης στο διαδίκτυο ισοδυναμεί με δημιουργία ή αλληλεπίδραση με κάποια διαδικτυακή κοινότητα. Αυτό συνεπάγεται συγκεκριμένες προκλήσεις η επίλυση των οποίων προϋποθέτει καλές δεξιότητες. Από τη μία πλευρά, αυτό σημαίνει πολλές ευκαιρίες (όπως αναφέρεται στην παρ. Χ. Υ), αλλά από την άλλη, η εξέταση κοινωνικών ζητημάτων στο διαδίκτυο μπορεί να ανοίξει τον δρόμο σε υβριστικούς σχολιαστές και διαδικτυακές επιθέσεις. Όταν συμβεί κάτι τέτοιο, ο διαχειριστής και οι συντάκτες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να είναι πολύ προσεκτικοί.

Για να κατανοήσουμε σε βάθος τον τρόπο διαχείρισης της διαδικτυακής κοινότητας αποφεύγοντας πάντα τις επιθέσεις, θα προχωρήσουμε ουσιαστικά σε πέντε θεμελιώδη βασικά σημεία. Αυτά τα σημεία είναι σημαντικά για οποιαδήποτε αρχιτεκτονική της διαδικτυακής κοινότητας, αλλά γίνονται ακόμα πιο σημαντικά όταν πρόκειται για τη διαχείριση κρίσιμων καταστάσεων.

Τα θεμελιώδη βασικά σημεία της διαδικτυακής κοινότητας είναι τα εξής:

- Θεμελιώδη μηνύματα
- Στόχος
- Παρακολούθηση
- Κατανόηση και σύνεση
- Συμπερίληψη

### **Θεμελιώδη μηνύματα**

Τα θεμελιώδη μηνύματα για μια εκδήλωση είναι μια απλή λίστα η οποία συνοψίζει 4 δηλώσεις που διαπνέουν την εκδήλωση. Οι τέσσερις πυλώνες των θεμελιωδών μηνυμάτων συνοψίζουν τις αξίες, το όραμα και την αποστολή της εκδήλωσης. Όταν οι αξίες και οι πεποιθήσεις εκφράζονται με λόγια οι άνθρωποι ενθαρρύνονται περισσότερο να συμμετάσχουν στην εκδήλωση.

### **Στόχος**

Πριν αρχίσετε να αλληλεπιδράτε με τους χρήστες, πρέπει να ξέρετε σε ποιον απευθύνεστε. Είναι άνδρες ή γυναίκες; Νέοι ή ενήλικες; Προσέξτε: δεν μιλάμε απλά για υποστηρικτές, αλλά και για αντιπάλους! Όταν γνωρίζουμε τις κατηγορίες των ανθρώπων που υπάρχουν στην κοινότητα μπορούμε όχι μόνο να καταλάβουμε πώς και τι να γράψουμε, όπως είναι αναμενόμενο, αλλά και τι αντιδράσεις να περιμένουμε.

## **Παρακολούθηση**

Η ενεργή παρακολούθηση της διαδικτυακής συνομιλίας είναι σημαντική. Μας βοηθά με πολλούς τρόπους στα εξής:

- Να κατανοήσουμε τι σκέφτονται οι άνθρωποι
- Να προσφέρουμε βοήθεια ή πληροφορίες σε χρήστες που τα χρειάζονται
- Να αποτρέψουμε προβληματικό περιεχόμενο

Η παρακολούθηση προσφέρει επίσης έμπνευση για το περιεχόμενο που πρέπει να δημοσιεύουμε περισσότερο ή για τον τρόπο γραφής: τα μέτρα δέσμευσης μας υποδεικνύουν πώς να βελτιστοποιήσουμε την επικοινωνία μας στο Διαδίκτυο.

Πέραν αυτού, η παρακολούθηση δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα μπορούσατε να παρακολουθείτε hashtag ή συγκεκριμένα θέματα για να γνωρίζετε καλύτερα τις θέσεις και τις πεποιθήσεις που αφορούν κάποιο συγκεκριμένο ζήτημα.

## **Κατανόηση και σύνεση**

Μία από τις πιο υποτιμημένες δραστηριότητες στην ψηφιακή στρατηγική είναι οι απαντήσεις στα σχόλια. Πριν το κάνετε, διαβάστε προσεκτικά τα μηνύματα και προσπαθήστε να είστε θετικοί.

Το διάβασμα συνομιλιών στο διαδίκτυο είναι χρήσιμο, αλλά μπορεί να αποδειχθεί και αγχωτικό. Όταν διαβάζουμε αμφιλεγόμενες δηλώσεις, ψευδείς ειδήσεις, μηνύματα οργής και απογοήτευσης όλη μέρα μπορεί να επηρεαστούμε άμεσα. Δείξτε σύνεση. Αν πρέπει να διαχειριστείτε κάποια κοινότητα στο διαδίκτυο, θα πρέπει να είστε σίγουροι και ήρεμοι όταν αντιμετωπίζετε προβλήματα.

Τα αρνητικά συναισθήματά μας εντείνουν την κατάσταση και κινδυνεύουμε να διαπράξουμε περισσότερα λάθη.

Όταν απαντάτε, να είστε ευγενικοί και να τηρείτε τους τύπους. Η διατήρηση ενός ήρεμου και ευγενικού τόνου μειώνει την επιθετικότητα του αντιπάλου, δεν του επιτρέπει να βρει στοιχεία στην άλλη πλευρά για να στηριχτεί και να αναζωπυρώσει τα αρνητικά του συναισθήματα. Επιπλέον, δείχνει στους θεατές της συζήτησης ότι έχετε τον έλεγχο της συζήτησης. Σας βάζει σε θέση ισχύος, και σας επιτρέπει να παρέχετε πλήρεις και εξαντλητικές πληροφορίες και να δυσχεράνετε τις επιθέσεις τρίτων.

Ωστόσο, μην τσιμπήσετε το δόλωμα. Δεν χρειάζεται απάντηση κάθε σχόλιο. Μην απαντάτε όταν ο χρήστης προκαλεί ανθρώπους και όχι ιδέες, όταν τρολάρει τους χρήστες ή χρησιμοποιεί βίαιη και τραυματική γλώσσα. Σε αυτή την περίπτωση, δεν ωφελεί να απαντήσουμε, διότι δεν αντιμετωπίζουμε διάλογο. Σε κάποιες περιπτώσεις, η λύση μπορεί να είναι η απόκρυψη κάποιου σχολίου. Αυτό δε σημαίνει τη διαγραφή του. Πρόκειται για μια ειδική λειτουργία στο Facebook και το Instagram που σας επιτρέπει να αποκρύψετε το σχόλιο από όλους εκτός από τον συντάκτη και τους φίλους του. Συγκεκριμένα, αν αντιμετωπίζουμε ανεπιθύμητα μηνύματα ή ρητορική μίσους, θα πρέπει να αποκρύψουμε το σχόλιο.

## **Ρητορική μίσους και διαχείριση κρίσεων**

Εάν αντιμετωπίζουμε ρητορική μίσους, θα πρέπει να έχουμε κατά νου τους προαναφερθέντες πυλώνες. Η προληπτική επικοινωνία μας θα μπορούσε να είναι πιο τολμηρή και πιο έντονη από την εκάστοτε ρητορική μίσους. Σε αυτή την περίπτωση, εκτός από όσα εξηγήθηκαν παραπάνω, μπορούμε να αντιδράσουμε με 2 βασικούς τρόπους:

1. **Συναφές περιεχόμενο.** Το θέμα συμπίπτει με αυτό της διένεξης, αλλά δίνουμε νέες απόψεις, περισσότερες λεπτομέρειες. Πρέπει πάντα να χρησιμοποιούμε θετική γλώσσα. Μας βοηθά να καθορίσουμε τη θεματική: εμείς αποφασίζουμε πώς θα μιλήσουμε για το θέμα.
2. **Μη συναφές περιεχόμενο.** Μερικές φορές μπορεί να είναι χρήσιμο απλά να συνεχίζουμε την

ηλεκτρονική συζήτηση και να αλλάζουμε θέμα συζήτησης. Είναι σημαντικό να μην δείχνουμε ενοχές, και να προσφέρουμε πραγματικό περιεχόμενο.

### 3. Συμβουλές και κόλπα

4. **Ξεκινήστε με άμεση εμπλοκή.** Ξεκινήστε το μήνυμά σας με χαιρετισμό «Καλημέρα Όνομα» ή πιο ανεπίσημα με ένα «Γεια σου Όνομα» επειδή έτσι δημιουργείται κάποια επαφή.
5. **Γράψτε σαφείς και απλές δηλώσεις.** Είναι σημαντικό να είστε σαφείς και να γίνεστε εύκολα κατανοητοί.
6. **Εξατομικεύστε τις απαντήσεις.** Αφιερώστε λίγο χρόνο για να απαντήσετε σε κάθε άτομο χωριστά, αποφεύγοντας τις τεχνικές αντιγραφής-επικόλλησης. Η προσωπική απάντηση δείχνει ενδιαφέρον.
7. **Χρησιμοποιήστε ευγενικό τόνο.** Θυμηθείτε, μιλάτε για μια εκδήλωση και πρέπει να είστε ανοιχτοί και τυπικοί.
8. **Θετική επιβεβαίωση.** Προσπαθήστε να αποφύγετε τους αρνητικούς ρηματικούς τύπους και προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε θετικές λέξεις.
9. **Η απάντηση στα σχόλια** αυξάνει τις συμμετοχές στην ανάρτηση. Συγκεκριμένα, για να ενισχύσετε τα θετικά σχόλια αντί των αρνητικών, θα πρέπει να απαντήσετε κυρίως στα θετικά, ακόμη και αν αυτό φαίνεται περιττό. Ο αλγόριθμος του Facebook προτιμά να εμφανίζει τα πιο «επιτυχημένα» σχόλια.
10. **Εάν το σχόλιο είναι ζωτικής σημασίας,** με την απάντηση μπορεί ενδεχομένως να μην πείσετε το υποκείμενο να αλλάξει άποψη, αλλά μπορεί να δώσετε απάντηση σε όσους έχουν τις ίδιες αμφιβολίες και να τους αποτρέψετε να γράψουν το ίδιο σχόλιο. Αυτό συμβαίνει επειδή δείχνετε ότι υπάρχει ενεργή διαχείριση στα σχόλια.
11. **Περιορίστε αμέσως** το φαινόμενο της χιονοστιβάδας.
12. **Δείξτε ότι είστε ειλικρινής** και ότι γνωρίζετε πώς να αναλάβετε την ευθύνη για τους ισχυρισμούς σας

## Πώς να προβάλετε μια αντιρατσιστική εκδήλωση

### 1. Προβολή αντιρατσιστικής εκδήλωσης

Έχοντας υπόψη τις γενικές συστάσεις για την εκστρατεία (βλέπε σελίδα XXX, αναφορά ARES), ακολουθούν μερικές δραστηριότητες που σχετίζονται αυστηρά με την εκδήλωση.

#### Πριν από την εκδήλωση

Κοινωνική εκστρατεία: είναι σημαντικό να ξεκινήσετε νωρίς και να παρουσιάσετε την εκδήλωση, τις δραστηριότητες, τους στόχους και τις αξίες, για να δημιουργήσετε προσδοκίες στο κοινό. Χρησιμοποιήστε διαφορετικά μέσα επικοινωνίας, ιστότοπο και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και προσθέστε ενημερώσεις και πληροφορίες για τις εγγραφές στα διάφορα δρώμενα.

Επαφές με ομάδες: εάν έχετε βάση δεδομένων με ομάδες που συμμετείχαν σε προηγούμενες εκδηλώσεις ή εάν γνωρίζετε άτομα/ομάδες που μπορούν να απολαύσουν μια τέτοια εκδήλωση, στείλτε email ή παρουσίαση και καλέστε τους να συμμετάσχουν. Θα ήταν επίσης ενδιαφέρον να δημιουργήσετε ένα ενημερωτικό δελτίο και να το στείλετε σε όλες τις ομάδες ή τα άτομα που ενδιαφέρονται (θα μπορούσε να δημιουργηθεί online και με εγγραφή μέσω του ιστοτόπου ή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης), για όλα τα τελευταία νέα, το ημερολόγιο αγώνων, τις καλύτερες φωτογραφίες ή τα αποτελέσματα.

Εγγραφές ομάδων: το πιο εύκολο είναι να δημιουργήσετε μια ηλεκτρονική φόρμα για τις εγγραφές (π.χ. της Google)· βάλτε όλες τις πληροφορίες που χρειάζεστε για τη δημιουργία του ημερολογίου των αγώνων, με βάση τα κριτήριά σας (μικτοί γύροι ή ειδικοί γύροι με βάση την ηλικία/το φύλο κλπ.). Είναι σημαντικό να αναθέσετε σε κάποιο άτομο (με κινητό και email) τις εγγραφές για να στέλνει όλες τις πληροφορίες που αφορούν την εκδήλωση. Διευκρινίστε ότι όλα τα προσωπικά στοιχεία θα παραμείνουν εμπιστευτικά και θα χρησιμοποιηθούν μόνο από τους διοργανωτές για τη διοργάνωση της εκδήλωσης.

Λίστα επικοινωνίας με δημοσιογράφους: οργανώστε μια λίστα επικοινωνίας με τα μέσα ενημέρωσης (τοπικά, εθνικά, διεθνή)· προσπαθήστε να βρείτε τους δημοσιογράφους και τα περιοδικά που θα ενδιαφέρονταν περισσότερο για την εκδήλωσή σας: αθλητισμός, κοινωνικά θέματα, μουσική, πολιτισμός... ανάλογα με το τι σκοπεύετε να προσφέρετε και ποιος είναι ο στόχος των συμμετεχόντων. Μην ξεχάσετε να έχετε μια ευρεία εκπροσώπηση εφημερίδων, ηλεκτρονικών περιοδικών, ραδιοφώνου, τηλεόρασης.

Δελτίο τύπου: κατά διαστήματα στέλνετε μερικά δελτία τύπου στη λίστα των μέσων ενημέρωσης· τα δελτία τύπου πρέπει να είναι σύντομα, και να παρουσιάζουν τις ειδήσεις με ενδιαφέροντα τρόπο (αριθμός συμμετεχόντων, ειδικοί προσκεκλημένοι, μουσικά συγκροτήματα), να παρουσιάζει κάτι που πραγματικά αξίζει τον κόπο να καλυφθεί. Μην βάζετε πάρα πολλές πληροφορίες, αλλά προσπαθήστε να το συντάξετε σαν κανονικό άρθρο εφημερίδας· κάποια εφημερίδα ή ηλεκτρονικό περιοδικό μπορεί να αποφασίσει να δημοσιεύσει αυτούσιο το άρθρο σας.

Συνέντευξη Τύπου: η διοργάνωση μιας συνέντευξης Τύπου πριν από την εκδήλωση θα ήταν μια καλή ιδέα για να προσελκύσετε τα μέσα ενημέρωσης, ειδικά σε τοπικό επίπεδο. Είναι σημαντικό να σκεφτείτε ποιος θα μιλήσει· προσπαθήστε να εξασφαλίσετε τη μαρτυρία κάποιου διάσημου προσώπου (καλύτερα αν προέρχεται από τον κόσμο του αθλητισμού)

### **Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης**

Ενημέρωση σελίδων κοινωνικής δικτύωσης και ιστοτόπου: καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης, ενημερώνετε τον ιστοτόπο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ειδήσεις, φωτογραφίες, ιστορίες, αποτελέσματα αγώνων και συνεντεύξεις για να διατηρήσετε σε υψηλό επίπεδο το ενδιαφέρον για την εκδήλωσή σας και να ενημερώνετε όλους τους συμμετέχοντες.

Καταγραφή με φωτογραφίες/βίντεο: καταγράψτε την εκδήλωση σε όλες τις δραστηριότητές της με φωτογραφίες και βίντεο. Το υλικό αυτό θα μπορούσε να είναι σημαντικό για την παρουσίαση των αποτελεσμάτων της εκδήλωσης στο κοινό, για την τελική αναφορά στους δωρητές/χορηγούς και για την παρουσίαση μελλοντικών έργων.

Ημερήσιο δελτίο τύπου: στέλνετε καθημερινά ένα σύντομο δελτίο τύπου στη λίστα επικοινωνίας των μέσων ενημέρωσης με τα αποτελέσματα της εκδήλωσης και το πρόγραμμα της ημέρας (αν η εκδήλωση διαρκεί πολλές ημέρες).

Ξεναγηση δημοσιογράφων και προετοιμασία για ενδιαφέρουσες ιστορίες: εάν κάποιοι δημοσιογράφοι έρθουν στην εκδήλωση, αναθέστε σε κάποια άτομα να τους ξεναγήσουν στο φεστιβάλ (φροντίστε τα άτομα αυτά να γνωρίζουν πολύ καλά όλη την οργάνωση). Σκεφτείτε άτομα που θα μπορούσαν να δώσουν συνέντευξη: οι δημοσιογράφοι πάντα ψάχνουν για ενδιαφέρουσες ιστορίες (διάσωση μέσω του αθλητισμού, μετανάστευση, κλπ.), έχετε υπόψη εκ των προτέρων ποιον να φωνάξετε για συνέντευξη (βεβαιωθείτε ότι τα άτομα αυτά θέλουν να δώσουν συνέντευξη και ξεκαθαρίστε εκ των προτέρων τους κανόνες με τον δημοσιογράφο, π.χ. αλλαγή του ονόματος των προσώπων/ανωνυμία, όχι/ναι φωτογραφίες) Ανασκόπηση τύπου: συγκεντρώνετε καθημερινά όλα τα άρθρα που αφορούν την εκδήλωση, θα είναι πολύ πιο εύκολο από το να τα κάνετε όλα στο τέλος της εκδήλωσης.

## Μετά από την εκδήλωση

Τελικό δελτίο τύπου: συντάξτε ένα τελικό δελτίο τύπου που θα στείλετε στη λίστα επικοινωνίας των μέσων ενημέρωσης και θα δημοσιεύσετε στον ιστότοπο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και όπου θα αναφερθείτε εξίσου στην εκδήλωση, τα κύρια αποτελέσματα, τις ωραίες ιστορίες και τις φωτογραφίες.

Συλλογή φωτογραφιών / βίντεο: δημοσιεύστε μια συλλογή με τις καλύτερες φωτογραφίες και φτιάξτε ένα ντοκιμαντέρ μικρού μήκους χρησιμοποιώντας όλα τα υλικά που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Τελική ανασκόπηση τύπου: η συγκέντρωση όλων των άρθρων σε μια έκδοση θα ήταν χρήσιμη τόσο ως επιτομή της τελικής αναφοράς για τους δωρητές/χορηγούς όσο και ως τεκμηρίωση που θα χρησιμεύσει στην προετοιμασία της επόμενης εκδήλωσης και την αναζήτηση νέων χορηγών.

## Πώς να συνάψετε συμμαχίες για την προώθηση της εκδήλωσης

### 2. Δίκτυο και εταίροι

Κάθε κοινωνική εκδήλωση, και περισσότερο η Mondiali Antirazzisti και οι παρόμοιες με αυτήν, δεν μπορεί να είναι μια αυτόνομη άσκηση. Για να επιτευχθούν οι μακροπρόθεσμοι στόχοι τους για κοινωνική ένταξη «365 ημέρες τον χρόνο», είναι απολύτως αναγκαίο να συναφθεί μια σταθερή συνεργασία στον τομέα, όπου θα συμμετάσχουν σύλλογοι που δραστηριοποιούνται καθημερινά στα θέματα ενδιαφέροντος. Οι δραστηριότητες αυτές δεν αποσκοπούν μόνο στη διοργάνωση μιας εκδήλωσης με «υψηλή προσέλευση», αλλά και στη δημιουργία συνθηκών ευρύτερης συμπερίληψης για τους ανθρώπους.

Για να ξεκινήσετε τη δημιουργία ενός δικτύου, ξεκινήστε με μια καταγραφή των οργανώσεων και των συλλόγων που δραστηριοποιούνται στον τομέα ενδιαφέροντος (βλέπε πίνακα παραδείγματος), ξεκινώντας από το τοπικό επίπεδο (στην περίπτωση των συλλόγων, για παράδειγμα) και προχωρώντας στο εθνικό για τις δραστηριότητες επικοινωνίας.

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα μιλήσουμε για τις δραστηριότητες δικτύωσης για την αναζήτηση οικονομικής στήριξης για την εκδήλωσή σας ανατρέξτε στο πλαίσιο «οικονομική βιωσιμότητα» (σελ...).

### Εθνικοί φορείς

Για τους εθνικούς φορείς απαιτείται πολύ επίσημη επικοινωνία και, για να συμμετάσχουν, εντάξτε την εκδήλωση σε ένα ευρύτερο πλαίσιο, τόσο γεωγραφικό όσο και από άποψη περιεχομένου. Μπορείτε να τους ζητήσετε επίσημη υποστήριξη για την εκδήλωση, όπως χορηγίες, γράφοντάς τους εξ ονόματος της οργάνωσής σας και ακολουθώντας τις επίσημες οδηγίες τους.

**Τοπικοί φορείς (Δήμοι, επαρχίες, περιφέρειες)** Οι τοπικοί φορείς μπορούν να παράσχουν πολιτική και πρακτική υποστήριξη στην εκδήλωσή σας: είναι πιο προσιτοί από τους εθνικούς και συχνά θέλουν να συμμετέχουν σε τοπικές εκδηλώσεις. Η επικοινωνία εξακολουθεί να είναι επίσημη· επικοινωνήστε μαζί τους με επιστολές υπογεγραμμένες από τον νόμιμο εκπρόσωπό για να ζητήσετε την υποστήριξή τους. Μπορείτε επίσης να προσπαθήσετε να ζητήσετε την οικονομική τους υποστήριξη για συγκεκριμένα θέματα· το πιο συνηθισμένο είναι η δωρεάν χρήση κάποιου δημόσιου χώρου (π.χ. κάποια αίθουσα για συσκέψεις). Μια καλή πρακτική είναι επίσης να προσκαλέσετε εκπρόσωπο των τοπικών φορέων να παρευρεθεί στην τελετή, για καλωσόρισμα ή κάτι αντίστοιχο ή/και να τους ζητήσετε να προβάλλουν την εκδήλωσή σας μέσω των επίσημων καναλιών.

## **Πανεπιστήμια, ερευνητές, καθηγητές**

Η συμμετοχή των πανεπιστημίων είναι χρήσιμη από διάφορες απόψεις: ενθαρρύνεται η συμμετοχή των νέων, βελτιώνονται οι μεθοδολογίες οργάνωσης και εντείνεται η επικοινωνιακή ισχύς.

Στα πανεπιστήμια μπορείτε να κάνετε διάφορες προτάσεις όπως μεταξύ άλλων: πρακτική άσκηση για τους φοιτητές, παρουσίαση της εκδήλωσής σας ως «μελέτη περίπτωσης» για κάποιον ερευνητή και επιπλέον πιστωτικές μονάδες για τους φοιτητές που θα συμμετάσχουν σε εθελοντικές δραστηριότητες.

## **Τοπικές ΜΚΟ και σύλλογοι, τοπικές κοινότητες**

Αυτός είναι ένας από τους βασικούς στόχους των δραστηριοτήτων συνεργασίας. Η συνεργασία με μη αθλητικούς συλλόγους είναι θεμελιώδους σημασίας για τη δημιουργία σύνδεσης με τους ανθρώπους που ζουν στην περιοχή όπου σχεδιάζετε την εκδήλωση και για τη συγχώνευση του πολιτιστικού κομματιού με τον αθλητισμό. Ο καλύτερος τρόπος για τη συμμετοχή των συλλόγων είναι να τους παρουσιάσετε το πρόγραμμα / την εκδήλωσή σας, να τους ζητήσετε να βοηθήσουν και να τους προσφέρετε ένα μέρος όπου θα μπορούν να προωθήσουν τις καθημερινές τους δραστηριότητες. Παράδειγμα: εάν συνήθως προσφέρουν μαθήματα μαγειρικής, μπορούν να ζητήσουν από τα μέλη τους να μαγειρέψουν για την εκδήλωση ή να προσφέρουν δωρεάν δείγματα. Με αυτόν τον τρόπο, επιτελούν έργο και έχουν μπορούν να δουν επί τω έργον πιθανούς νέους εκπαιδευόμενους· ένας σύλλογος φωτογραφίας μπορεί να χρησιμοποιήσει την εκδήλωσή σας για εξάσκηση και να σας προσφέρει και μερικές καλές φωτογραφίες· μια λέσχη ανάγνωσης μπορεί να οργανώσει μια δημόσια διάλεξη για κάποιο θέμα συναφές προς την εκδήλωση...

## **Σύλλογοι που εργάζονται με μετανάστες και πρόσφυγες**

Μέσα στην πληθώρα των συλλόγων ένα μεγάλο ποσοστό είναι οι σύλλογοι που εργάζονται άμεσα με τους μετανάστες και τους πρόσφυγες σε διάφορους τομείς: μαθήματα γλωσσών, νομική υποστήριξη, υγειονομική περίθαλψη... Οι σύλλογοι αυτοί μπορούν να βοηθήσουν με τη συμμετοχή εθελοντών, και η ίδια η εκδήλωση μπορεί να αποτελέσει για αυτούς την ευκαιρία να προσεγγίσουν νέους υποψήφιους συνεργάτες. Καταγράψτε τους συλλόγους στην περιοχή ενδιαφέροντος και επικοινωνήστε απευθείας μαζί τους.

## **Κοινότητες μεταναστών**

Σε ένα έργο/εκδήλωση για την κοινωνική ένταξη, είναι πολύ σημαντικό να συμμετάσχουν οι κοινότητες των μεταναστών που ζουν στην περιοχή. Για να γίνει αυτό, μπορείτε να προωθήσετε την εκδήλωση διανέμοντας υλικό στις περιοχές όπου ζουν και συναντώνται οι κοινότητες, σε πολιτιστικούς συλλόγους, θρησκευτικά/πολιτιστικά κέντρα και σε θεματικά φεστιβάλ. Μπορείτε επίσης να επικοινωνήσετε με ομάδες στο Facebook ή σελίδες αναφοράς για διάφορες κοινότητες. Μια καλή πρακτική για τη συμμετοχή ατόμων είναι επίσης να συντάξετε υλικό στις περισσότερες γλώσσες που μιλιούνται από τις κοινότητες της περιοχής και να εντάξετε αθλήματα που είναι δημοφιλή στις κοινότητες μεταναστών.

## **Κέντρα προσφύγων**

Όσον αφορά τις κοινότητες των μεταναστών, αυτός είναι ένας πολύ σημαντικός στόχος, αλλά χρειάζεται κάποια προσοχή: τα άτομα που διαμένουν σε κέντρα προσφύγων μερικές φορές δεν έχουν την ίδια «ελευθερία» μετακίνησης και έχουν λιγότερες ευκαιρίες να συναντήσουν άλλους ανθρώπους ή να πάνε σε πολιτιστικά κέντρα. Ως εκ τούτου, είναι πολύ σημαντικό να επικοινωνήσετε εκ των προτέρων με τους διαχειριστές των κέντρων για να μάθετε πώς είναι οργανωμένα και να τους ζητήσετε να προσκαλέσουν τα άτομα που ζουν εκεί να παρευρεθούν στην εκδήλωση ή να οργανώσουν μια ομάδα (για παράδειγμα).



## Ερασιτεχνικοί αθλητικοί σύλλογοι

Αυτή είναι η πιο προφανής ομάδα-στόχος, αλλά απαιτεί κάποια προσοχή. Όταν προσκαλείτε κάποιον σύλλογο να παρευρεθεί στην εκδήλωση/στο τουρνουά σας, πρέπει να διευκρινίσετε το γεγονός ότι η ανταγωνιστικότητα δεν είναι ο κύριος στόχος που επιδιώκετε· αυτά που έχουν μεγαλύτερη σημασία είναι το δίκαιο παιχνίδι, η κοινωνικοποίηση και η ένταξη. Οι αθλητικοί σύλλογοι πρέπει να γνωρίζουν ότι το τουρνουά θα έχει κάπως «διαφορετικούς» κανόνες από τους συνηθισμένους, που δημιουργήθηκαν για να ενθαρρύνουν τα προαναφερθέντα θέματα.

## Επαγγελματικοί αθλητικοί σύλλογοι

Η συμμετοχή ενός επαγγελματικού αθλητικού συλλόγου που εδρεύει στην πόλη της εκδήλωσης είναι χωρίς αμφιβολία ένα στοιχείο που θα προσελκύσει το ενδιαφέρον των μέσων ενημέρωσης και του κοινού. Προσπαθήστε να έρθετε σε επαφή μαζί τους εκ των προτέρων· ο καλύτερος τρόπος είναι να περάσετε από το Γραφείο Τύπου του συλλόγου και να ζητήσετε τη συμμετοχή τους στο έργο. Επίσης, μια καλή επιλογή θα ήταν να ζητήσετε τη συμμετοχή των νεανικών τους τμημάτων.

## Αθλητικοί φορείς (αθλητικές ομοσπονδίες, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή)

Οι αθλητικοί φορείς μερικές φορές διαθέτουν τμήμα ειδικά για την κοινωνική ένταξη, μέσω του οποίου υλοποιούν έργα ή/και υποστηρίζουν πρωτοβουλίες. Καταγράψτε τους φορείς που διαθέτουν αντίστοιχα τμήματα μέσω των επίσημων ιστοτόπων τους και επικοινωνήστε μαζί τους με επίσημη επιστολή λίγο νωρίτερα, για να τους παρουσιάσετε το σχέδιό σας με ενδιαφέροντα τρόπο.

## Εθνικά μέσα ενημέρωσης

Η προσέλκυση εθνικών μέσων ενημέρωσης για κάποια τοπική εκδήλωση είναι πάντα δύσκολη. Μπορείτε να τους στείλετε δελτία τύπου που θα επικεντρώνονται στην ποιότητα της εκδήλωσης, και στα οποία θα τη συσχετίζετε με πρόσφατες ειδήσεις ή θα τονίζετε την παρουσία μαρτυριών. Σας συνιστούμε να κάνετε έρευνα στο διαδίκτυο και να εντοπίσετε τα μέσα ενημέρωσης που μπορεί να ενδιαφέρονται περισσότερο και να απευθυνθείτε άμεσα σε αυτά. Έχετε υπόψη ότι τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης προτιμούν τις σύντομες ειδήσεις και όχι τις πιο εκτενείς.

## Τοπικά μέσα ενημέρωσης

Για να οργανωθεί η συμμετοχή των τοπικών μέσων ενημέρωσης πρέπει να έρθετε σε «προσωπική» επαφή με τους δημοσιογράφους, να τους μιλήσετε για την εκδήλωσή σας, να χρησιμοποιήσετε ιστορίες ανθρώπων και ομάδων που συνδέονται με αυτήν και να δημιουργήσετε αφηγήσεις που μπορούν να χρησιμοποιήσουν εύκολα στα μέσα τους.

## Σχολεία

Η συνεργασία με σχολεία είναι σίγουρα ένα πλεονέκτημα για την εκδήλωσή σας, αλλά πρέπει να προγραμματιστεί εκ των προτέρων: για να συμμετάσχουν μαθητές σχολείων, πρέπει να εισαγάγετε την εκδήλωσή σας στο πρόγραμμα διδασκαλίας και θα χρειαστείτε άδεια από τους γονείς· επομένως, θα πρέπει να επικοινωνήσετε με το σχολείο στην αρχή κίόλας της διοργάνωσης και να κλείσετε ραντεβού με τον διευθυντή του εκάστοτε σχολείου.

## Θερινές κατασκηνώσεις συλλόγων

Τη θερινή περίοδο, αθλητικοί και πολιτιστικοί σύλλογοι διοργανώνουν συχνά δραστηριότητες για παιδιά και νέους στις εγκαταστάσεις τους. Καταγράψτε όλες αυτές τις οργανώσεις και προτείνετέ τους να πραγματοποιήσουν κάποιες δραστηριότητες στο πλαίσιο της εκδήλωσής σας.

## **Ενώσεις ΛΟΑΤΙ**

Εάν υπάρχουν ενώσεις δικαιωμάτων ΛΟΑΤΙ στην περιοχή σας ή στην περιφέρειά σας, μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί τους και να τους προσκαλέσετε να συμμετάσχουν στην εκδήλωσή σας, τόσο ως ομάδες όσο και δίνοντάς τους χώρο για την προώθηση των δραστηριοτήτων τους. Είναι σημαντικό η εκδήλωσή σας να επιτρέπει τη συμμετοχή όλων.

## **Ενώσεις για τα δικαιώματα των γυναικών**

Εάν υπάρχουν ενώσεις που ασχολούνται με τα δικαιώματα των γυναικών στην περιοχή σας, επιδιώξτε τη συμμετοχή τους, τονίζοντας την πολιτική της εκδήλωσής σας για τη συμμετοχή των γυναικών στα αθλήματα. Σε αυτό το πλαίσιο, ίσως είναι χρήσιμο να εισαγάγετε κάποιες συστάσεις για τη δημιουργία μεικτών ομάδων.

## **Σύλλογοι που εργάζονται με άτομα με αναπηρίες**

Για να είναι συμπεριληπτική μια εκδήλωση πρέπει να είναι προσβάσιμη και σε άτομα με αναπηρίες, τόσο σωματικές όσο και διανοητικές. Η σύναψη σχέσεων με συλλόγους που εργάζονται με άτομα με αναπηρίες μπορεί να είναι ένας καλός τρόπος για να γίνουν κατανοητά τόσο τα εμπόδια που μπορεί να προκύψουν σε αθλητικές εκδηλώσεις όσο και οι τρόποι αντιμετώπισής τους.

## **Κέντρα ηλικιωμένων**

Εάν στην περιοχή σας υπάρχουν σύλλογοι / κέντρα που εργάζονται με ηλικιωμένους, θα ήταν καλό να επικοινωνήσετε μαζί τους: μπορούν να συμμετάσχουν τόσο στην προπαρασκευαστική φάση όσο και ως εθελοντές. Είναι ένας τρόπος για να δημιουργήσετε μια γέφυρα ανάμεσα σε εσάς και το «ιστορικό» κομμάτι της περιοχής όπου εργάζεστε και μια λύση για να τους προσφέρετε κάποιες ενδιαφέρουσες δραστηριότητες.

# **Μέρος Β - Εστίαση στο πιλοτικό πρόγραμμα της Mondiali Antirazzisti και ο αντίκτυπος απρόβλεπτων γεγονότων**

## **Εισαγωγή**

Το 2020, το πρόγραμμα EYESS είχε σκοπό να διοργανώσει ειδικές τελετές μετά τη λήξη αθλητικών δραστηριοτήτων για να παρουσιάσει αποτελέσματα όπως τον μεθοδολογικό οδηγό. Ωστόσο, το 2020 θα είναι γνωστό στο μέλλον ως το «έτος της πανδημίας Covid-19». Μια κατάσταση έκτακτης ανάγκης για την υγεία έπληξε ολόκληρο τον κόσμο με εκατομμύρια κρούσματα και εκατοντάδες χιλιάδες θανάτους. Πολλές παραγωγικές δραστηριότητες διακόπηκαν επί σειρά μηνών και δύο από τους τομείς που επηρεάστηκαν περισσότερο, ο αθλητισμός και η διοργάνωση εκδηλώσεων, σταμάτησαν λόγω των περιορισμών στην κυκλοφορία των ανθρώπων.

Στο αρχικό χρονοδιάγραμμα του προγράμματος, οι πιλοτικές δράσεις είχαν σχεδιαστεί για το πρώτο εξάμηνο του 2020· είναι ευνόητο πώς κάτι τέτοιο δε θα ήταν εφικτό.

Μόνο ένας εταίρος, η Ollerup από τη Δανία, κατάφερε να οργανώσει την πιλοτική εκδήλωση εφαρμόζοντας τον παραδοσιακό τρόπο διοργάνωσης, επειδή το «Mondiali Nordic Edition» πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2019, πριν από την έναρξη της υγειονομικής κρίσης.

Η όλη κατάσταση έφερε τους εταίρους αντιμέτωπους με ένα κλασικό δίλημμα: πώς να διαχειριστούν απρόβλεπτες εξωτερικές καταστάσεις;

Το πρόγραμμα έκανε λόγο για κοινωνική ένταξη μέσω του αθλητισμού, για εκδηλώσεις, για ανθρώπους που συμβιώνουν και ανταλλάσσουν εμπειρίες. Πώς το αντιμετωπίζουμε αυτό αν όλα

είναι κλειστά και απαγορεύονται οι μετακινήσεις;

Στην αρχή φάνηκε ότι αυτός ο ιός ήταν δημοκρατικός, αφού προσέβαλλε τους πάντες (από τον Πρίγκιπα Κάρολο της Αγγλίας μέχρι το πιο άγνωστο άτομο). Όταν οι κυβερνήσεις άρχισαν να εφαρμόζουν μέτρα απαγόρευσης της κυκλοφορίας και περιορισμού λόγω της πανδημίας, διαπιστώσαμε μια ριζική αλλαγή: ο ιός άρχισε να επηρεάζει περισσότερο τα άτομα που δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα να προμηθευτούν μέσα προστασίας ή να τηρήσουν αποστάσεις ασφαλείας για να επιβιώσουν.

Η απόσταση ασφαλείας που πρέπει να τηρείται πήρε το όνομα «κοινωνική απόσταση» (έτσι άρχισαν να τη λένε πολλά μέσα ενημέρωσης, δημιουργώντας μεγάλη σύγχυση) και εκείνοι που δέχονταν μεγαλύτερο πλήγμα ήταν όσοι δεν είχαν σπίτι για να πάνε να κλειστούν μέσα: οι άστεγοι, οι πρόσφυγες, οι άποροι, όσοι βρίσκονται ακόμα σε πόλεμο ή υποφέρουν από πείνα. Επίσης αποτέλεσε πρόβλημα για τα άτομα που αναγκάστηκαν να παραμείνουν σε σπίτια ενδεχομένως επικίνδυνα: γυναίκες και ανήλικα άτομα θύματα ενδοοικογενειακής βίας, ή άτομα με σοβαρές ασθένειες ή με αναπηρίες που έχουν μείνει χωρίς βοήθεια.

Το χάσμα ήταν επίσης σαφές στις διαφορετικές καταστάσεις διαβίωσης των ανθρώπων· άλλο πράγμα είναι να περνάς την καραντίνα σε ένα άνετο σπίτι, με τηλεοπτικές σειρές, σύνδεση στο διαδίκτυο, γυμναστική μέσω ίντερνετ και κοκτέιλ και άλλο να μένεις σε ένα δωμάτιο μαζί με άλλα 3 άτομα, χωρίς να μπορείς να βγεις έξω, χωρίς ίντερνετ ή άλλες ανέσεις. Αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για τους ανθρώπους που ζουν σε κέντρα φιλοξενίας προσφύγων, οι οποίοι αποτελούν έναν από τους βασικούς στόχους του προγράμματος EYESS.

Είναι μια πολύ δύσκολη περίοδος, ειδικά για όσα άτομα στηρίζονται στις διαπροσωπικές σχέσεις, στην ένταξη μέσω του παιχνιδιού και του αθλητισμού, στις αγκαλιές με φίλους ή στο σκοράρισμα ενός γκολ. Αλλά όλοι γνωρίζουμε ότι προς το παρόν αυτός είναι ο μόνος τρόπος για να αντιμετωπιστεί αυτή η πανδημία.

Ως εκ τούτου, η κοινοπραξία του προγράμματος ανέλαβε να επαναπροσδιορίσει την εκδήλωση, χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά εργαλεία ή/και τηρώντας τις υγειονομικές συστάσεις, χωρίς όμως να χάσει τον κύριο στόχο του προγράμματος: την προώθηση της αλληλεγγύης και της κοινωνικής ένταξης.

Δεν ήταν μια εύκολη πρόκληση και οι εταίροι σε κάθε χώρα αντιμετώπισαν το πρόβλημα με διαφορετικό τρόπο. Ωστόσο, αυτή η δύσκολη χρονιά αποτέλεσε «μάθημα», μια πρακτική εφαρμογή για τη «διαχείριση κινδύνων» για όσους εργάζονται στον τομέα του κοινωνικού αθλητισμού. Σε αυτό το τελευταίο κεφάλαιο, θέλουμε να επικεντρωθούμε όχι σε αυτό που δεν ήταν εφικτό να γίνει, αλλά στις στρατηγικές που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν.

## **ΠΙΛΟΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ**

Το βασικό εμπόδιο προέκυψε στην υλοποίηση πιλοτικών εκδηλώσεων που σχεδιάστηκαν για να αποτελέσουν το κεντρικό μέρος του προγράμματος, το παράδειγμα προς μίμηση σε μια εκδήλωση για τον αθλητισμό και την ένταξη. Πώς αντιμετωπίζεται αυτό το πρόβλημα κατά τη διάρκεια μιας πανδημίας ή, γενικότερα, υπό συνθήκες που δεν επιτρέπουν τη συνάθροιση πολλών ατόμων;

### **Απόσταση και μέτρα πρόληψης για την υγεία**

Όπου η πιλοτική εκδήλωση αναπτυσσόταν με φυσική παρουσία, ήταν υποχρεωτικό να οργανωθεί με τήρηση βασικών κανόνων πρόληψης για την υγεία, όπως η χρήση μάσκας εκτός αγώνων, η θερμομέτρηση και η παροχή απολυμαντικού χεριών.

Η βασική στρατηγική εξόδου που υιοθετήθηκε στις χώρες εταίρους ήταν η μείωση του αριθμού των συμμετεχόντων και η αποφυγή της παρουσίας του κοινού στην εκδήλωση.

«Η πανδημία COVID-19 και τα μέτρα πρόληψης δεν επέτρεψαν στην οργάνωσή μας να πραγματοποιήσει αυτή την εκδήλωση το καλοκαίρι· πιστεύαμε ακόμη ότι θα αναγκαζόμασταν να την ακυρώσουμε εντελώς. Αλλά με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας fairplay στο VIDC, αναδιαμορφώσαμε και περιορίσαμε το πρόγραμμα και έπειτα το προσαρμόσαμε στους περιορισμούς και τα μέτρα πρόληψης.

Το βασικό ζητούμενο ήταν να υπάρχει ευελιξία! Τελευταία στιγμή έπρεπε να αλλάξουμε τις εγκαταστάσεις που είχαν καθοριστεί για τα αθλήματα· επίσης, λόγω των προβλημάτων με τον κορονοϊό δεν μπόρεσαν να παρευρεθούν όλες οι ομάδες που είχαν δηλώσει συμμετοχή. Σχεδόν κανένας επισκέπτης δεν επιτρεπόταν στην αίθουσα· δεν είχαμε τη δυνατότητα να παρέχουμε μαγειρεμένο φαγητό στους συμμετέχοντες, μόνο ποτά και φρούτα. Επιπλέον, έπρεπε να παρέχουμε εγκαταστάσεις απολύμανσης και υλικά καθώς και άλλα μέτρα ασφαλείας και προσωπικό ασφαλείας», δήλωσε ο Shokat, ο οποίος διοργάνωσε την πιλοτική εκδήλωση στη Βιέννη.

### **Όταν ήταν δυνατόν, οι πιλοτικές εκδηλώσεις οργανώθηκαν σε ανοιχτούς χώρους, όπως πάρκα.**

«Έπρεπε να λάβουμε υπόψη ότι δεν θα μπορέσουμε να προσελκύσουμε τόσους συμμετέχοντες όσους είχαν προγραμματιστεί αρχικά, επειδή πολλά άτομα που κανονικά θα ενδιαφέρονταν να συμμετάσχουν σε τέτοιες εκδηλώσεις, τελικά δεν ήρθαν λόγω του κινδύνου μόλυνσης. Έπρεπε επίσης να τηρήσουμε τους κανονισμούς που ίσχυαν για τις εκδηλώσεις στην Ουγγαρία, επειδή αυτοί άλλαζαν κάθε μήνα, και δεν ήμασταν σίγουροι ότι θα επιτρεπόταν η διοργάνωση μιας τόσο μεγάλης εκδήλωσης τον Σεπτέμβριο. Κατά τον σχεδιασμό των προγραμμάτων έπρεπε επίσης να φροντίσουμε να παράσχουμε αρκετό χώρο και να μην αναμειγνύουμε υπερβολικά τους συμμετέχοντες. Στο τέλος, ο χώρος που καταφέραμε να κλείσουμε ήταν ιδανικός για την επίλυση αυτού του ζητήματος· τα διάφορα τουρνουά (μπιτς βόλεϊ, ποδόσφαιρο, απόλυτο φρίσμπι) πραγματοποιήθηκαν σε απόσταση 50-100 μέτρων περίπου το ένα από το άλλο. Χρειάστηκε επίσης να προετοιμάσουμε προμήθειες και εξοπλισμό όπως απολυμαντικά χεριών, θερμομέτρα κλπ.)», δήλωσε ο Bori, από τη Βουδαπέστη.

### **Διοργάνωση στο διαδίκτυο**

Σε χώρες όπου τα προληπτικά μέτρα για την πανδημία ήταν αυστηρότερα, η μόνη λύση για την επίτευξη του στόχου ήταν να διοργανωθεί η εκδήλωση στο διαδίκτυο, όπως έγινε για παράδειγμα στην Ιταλία και την Ελλάδα.

Για να διοργανωθεί η πιλοτική εκδήλωση στο διαδίκτυο η όλη διαδικασία έπρεπε να αλλάξει: δεν υπήρχε η δυνατότητα να οργανωθούν δραστηριότητες με φυσική παρουσία, αλλά υπήρχε ακόμα η δυνατότητα να εκπαιδευτούν άτομα σε θέματα διοργάνωσης, και έτσι η πιλοτική εκδήλωση αποτέλεσε ευκαιρία εκπαίδευσης, η οποία είναι εξίσου χρήσιμη για την πραγματοποίηση της εκδήλωσης, όταν αυτό θα είναι εφικτό. Ακολουθούν μερικά κόλπα που μπορεί να φανούν χρήσιμα στη διοργάνωση διαδικτυακών πιλοτικών εκδηλώσεων:

Εμφάνιση εκπαιδευτικού υλικού: μπορούν να προβληθούν έτοιμα βίντεο, διαφάνειες και γραφικά πληροφοριών για να εξηγηθεί ο τρόπος διοργάνωσης μιας εκδήλωσης

Σεμινάρια: υπάρχει η δυνατότητα να συγκεντρωθούν κάποιες αθλητικές προτάσεις και να δημιουργηθεί ένα σεμινάριο που θα παρουσιαστεί στους συμμετέχοντες ως πιλότος, όπως στην περίπτωση των νέων αθλητικών δραστηριοτήτων που πρόκειται να συμπεριληφθούν

Προτείνετε παιχνίδια: για να διατηρηθεί εν μέρει το κοινωνικό κομμάτι της εκδήλωσης, υπάρχει η δυνατότητα να οργανωθούν διαδραστικές στιγμές, όπου οι συμμετέχοντες καλούνται να μιλήσουν για τις εμπειρίες τους ή να συμμετέχουν σε διαδικτυακά παιχνίδια ρόλων.

«Σίγουρα θα περάσει καιρός μέχρι να επιστρέψουμε στην πλήρη κοινωνικοποίηση. Ο κόσμος όπως τον γνωρίζαμε έχει αλλάξει· αυτό μας υποχρεώνει να εκτιμήσουμε το πόσο σημαντικές είναι οι

κοινωνικές σχέσεις και να μην αφήσουμε ποτέ κανέναν απομονωμένο. Ο μόνος τρόπος για να αποφευχθεί μια ραγδαία αύξηση των κοινωνικών διαφορών είναι να πλησιάσουμε τους ανθρώπους, ειδικά εκείνους που βρίσκονται σε ευάλωτες συνθήκες. Είναι απαραίτητο να εφαρμοστούν άμεσα δράσεις που να μπορούν να μετριάσουν τις επιπτώσεις της κοινωνικής απομόνωσης», δήλωσε ο Stefano, από τη Σουλμόνα της Ιταλίας.

«Η απόσταση μεγαλώνει την ψαλίδα. Η φυσική και η κοινωνική αποστασιοποίηση δημιουργούν προβλήματα στις διαπροσωπικές σχέσεις. Η πανδημία επηρεάζει τις σχέσεις μεταξύ των ατόμων. Χρειαζόμαστε περισσότερη προσωπική επαφή και πρέπει να συνδυάσουμε την προσωπική επικοινωνία με τις συναντήσεις και τις εκδηλώσεις προσέγγισης». (Σπύρος, από Ελλάδα)

## **ΣΥΝΕΔΡΙΑ**

Η αναδιαμόρφωση μιας πιλοτικής εκδήλωσης που σχεδιάστηκε για δραστηριότητες αθλητισμού και κοινωνικοποίησης σε ηλεκτρονική εκδήλωση είναι όντως σκληρή δουλειά· από την άλλη πλευρά, και η μεταφορά ενός συνεδρίου στο διαδίκτυο μπορεί να εμπλουτίσει τα τελικά αποτελέσματα.

Ακολουθούν μερικές επισημάνσεις για να «δούμε τα θετικά» σε μια αρνητική περίσταση:

Εμπλουτίστε τα περιεχόμενα: επειδή θα χαθεί το στοιχείο της φυσικής παρουσίας, μια καλή ιδέα είναι να προσθέσετε στην εκδήλωση θέματα και περιεχόμενα που δεν είχαν προβλεφθεί αρχικά. Αυτό είναι δυνατό επειδή ο χρόνος μιας διαδικτυακής εκδήλωσης είναι πιο συνεπτυγμένος, οπότε είναι δυνατό να έχετε περισσότερα περιεχόμενα σε μικρότερο χρονικό διάστημα.

Διευρύνετε τα πάνελ των ομιλητών: εφόσον δεν είστε υποχρεωμένοι να καλύψετε τα έξοδα ταξιδιού και διαμονής για τους ομιλητές, μπορείτε να προσκαλέσετε περισσότερους, και να δώσετε το λόγο σε πολύ περισσότερα άτομα.

Υψηλό επίπεδο ομιλητών: γνωρίζουμε ότι είναι πάντα δύσκολο να συμμετάσχουν ομιλητές υψηλού προφίλ, επειδή πάντα δέχονται πολλές προσκλήσεις και δεν τους είναι εύκολο να μετακινούνται για μία ή δύο ημέρες για να παρευρεθούν σε κάποια εκδήλωση. Σε αυτή την περίπτωση, μπορούν απλά να συνδεθούν και να αφιερώσουν μόνο μισή ώρα από τον χρόνο τους.

Αύξηση αριθμού συμμετεχόντων: έχετε το ελεύθερο να προσκαλέσετε όχι μόνο άτομα που συμμετέχουν στα προγράμματά σας ή σε διασυνδεδεμένες οργανώσεις, αλλά να διαδώσετε το μήνυμα σε όλο τον κόσμο και να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο ακροατήριο.