

TOOLKIT

LÉPÉSRŐL LÉPÉSRE.
HOGYAN KEZELJÜK AZ
ANTIRASSZISTA
SPORTESEMÉNYEK
SZERVEZÉSÉT ÉS
KOMMUNIKÁCIÓJÁT



EYESS

TARTALOMJEGYZÉK

A. Rész

Összpontosítás a készségekre

Alapvető ismeretek egy kulturális sportesemény megvalósításához

1. Fejezet

Az esemény megszervezése, 2. oldal

- Logisztikai áttekintés, 5. oldal
- Általános szervezés, 7. oldal
- Információs pont és recepció, 9. oldal
- Sporttevékenységek, 14. oldal
- Önkéntesek toborzása, 17. oldal
- Környezeti hatás, 19. oldal
- Zenei ajánlat, 22. oldal
- Viták, 24. oldal
- „Tér” 25. oldal
- Biztonság, 26. oldal
- Kemping terület, 26. oldal
- Nyári tábor, 27. oldal
- Kommunikáció és nyilvánosság

2. Fejezet

Az esemény népszerűsítése és kommunikációja, 29. oldal

- Nyolc lépés egy hatékony kommunikációs terv kidolgozásához, 30. oldal
- Társadalmi esemény kommunikációja, 37. oldal
- Antirasszista esemény kommunikációja, 43. oldal

3. Fejezet

- Hálózat és Partnerek, 46. oldal

B. Rész

Fókuszban a Mondiali Antirazzisti pilot rendezvény és az előre nem látható események hatása.

A. Rész – ÖSSZPONTOSÍTÁS A KÉSZSÉGEKRE

Alapvető ismeretek egy kulturális sportesemény megvalósításához

AZ ESEMÉNY MEGSZERVEZÉSE

Bevezetés

Az UISP Mondiali Antirazzisti által inspirált esemény koncepciója összetett és nem összefoglalható a „rasszizmus elleni küzdelemmel”. Nyilvánvaló, hogy a rasszizmus, vagy inkább a megkülönböztetés elleni küzdelem alapvető szempont, de ennél többről van szó.

A Mondiali Antirazzisti alább ismertetett elemei inspirálhatják a különféle diszkriminációellenes sportesemények létrehozását.

Tisztességes játék: A Mondiali Antirazzisti események számos sportágnak adnak otthont, gyakran olyanoknak is, amelyek kevésbé játszottak vagy ismertek, de egyetlen versenyen sincs játékevető. Minden meccsen a játzó csapatok maguk bíraskodnak, mert a tisztességes játékot és az önkontrollt szeretnék elősegíteni a játékosok körében.

Az erőszak elleni küzdelem a pályán és a pályán kívül: meg kell akadályoznunk mind a fizikai, mind a verbális agresszív viselkedést. A Mondiali Antirazzistit régen létrehozó futbalszurkolók csoportjának ez lehetetlennek tűnt. Miután azzal vádolták őket, hogy veszélyesek és mindig készek az összecsapásra, bebizonyították a világ számára, hogy az igazi támogatók tisztelik a sportot, a sportolókat és más szurkolókat.

Befogadás: a résztvevők célja új emberekkel találkozni, különböző nyelveken énekelni, életeket és történeteket mesélni, közösen rúgni a labdát, csatlakozni a játékhoz, együtt élni egy kempingben, és létrehozni egy vidám falut, ahol mindenkit szívesen látnak.

Változtassa meg a szabályokat: ahhoz, hogy valóban befogadó legyen, néha módosítania kell a szabályokat, be kell vezetnie a részvételt és a tisztességes játékot ösztönző elemeket. Megkérheti a csapatokat, hogy vegyenek be nőket, vagy engedélyezzenek egy extra játékost a vesztesre álló csapatok számára, vagy csak büntetővel játsszanak a verseny visszafogásához... Tapasztalatán és fantáziáján múlik, hogy szabályokat ad-e hozzá vagy módosítja-e a már meglévőket, hogy megfeleljen a célnak. Az egyetlen kötelező szabály a tisztelet.

Megosztás: a verseny megkezdése előtt a csapatok kis ajándékokat cserélhetnek a barátság jeleként, valami személyeset vagy a városukról valamit, például különleges üdvözlőkártyát. Átadhatnak egy játékost az ellenfél csapatának kiegészítésére, ha valaki hiányzik!

Anti-szexizmus: kevés sport vegyíti a férfi és a női játékosokat. A mindennapi élet során is azt mondják nekünk, hogy egyik vagy másik oldalon kell állnunk, a férfi vagy a női oldalon. A nők nem fociznak. A férfiak nem babáznak. A Mondiali Antirazzistinél az összes sportág csapatai vegyesek lehetnek: férfiak, nők és gyermekek.

Elmélkedés: a sportesemény alatt? Persze! A program nemcsak sportot, de vitákat és egyéb melléktevékenységeket is kínál, mint például könyvbemutatók, filmbemutatók, ismeretterjesztő gyalogtúrák és interjúk a sportvilágban belül és kívül élő emberekkel.

Ökológia: A Mondiali Antirazzisti az első évtől kezdve figyelt a környezetvédelemre. Az évek során egyre hangsúlyosabban figyelt a szervezet az alacsonyabb környezeti hatásokra: a szemét szelektálása, vízadagolás, megújuló forrásokból származó energia, helyi élelmiszer és a közös szállítás használatának ösztönzése mind fontos aspektus. A szén-dioxid-kibocsátásunk minden résztvevő együttműködésének köszönhetően alacsonyabb lett. A Föld azt mondja: "Köszönöm!"

Egy olyan sportesemény szervezéséhez, amelynek középpontjában a megkülönböztetés elleni küzdelem áll, a legerősebb fegyverek a tettek, nem pedig a szavak. Keverje össze a különböző kultúrákból származó embereket. Vegyen be olyan csapatokat, akik messziről érkeznek, vagy akik hosszú utat tesznek meg. Beszéljen a sport nyelvén. Fogadja el a sokféleséget, minden elképzelést, meggyőződést, amely egy jobb világ és egy jobb sport felépítéséhez tartozik.

A következő oldalakon **praktikus útmutatót** talál a „Mondiali Antirazzisti” „hagyományos módon” történő megszervezéséhez; vagyis egy 4 vagy 5 napos multikulturális „ottalvós” fesztivál, amelynek célja a társadalmi befogadás a sport és kulturális tevékenységeken keresztül. Az ajánlásokat olyan fejezetekre bontjuk, amelyek a különböző tevékenységi szektorokat képviselik, és tartalmazzák, mit kell tennie az esemény előtt, alatt és után.

MIT JELENT A MONDIALI ANTIRAZZISTI SZERVEZÉSE?

1. A Mondiali Antirazzisti Logisztikai áttekintése

Az ilyen társadalmi esemény szervezésénél vegye figyelembe, hogy a bürokratikus eljárások és feltételek a földrajzi kontextusnak megfelelően változnak (országról országra és városról városra egyaránt). A „szabályok” alatt az egyértelmű szabályokat értjük, például a törvényeket és a közigazgatási bürokráciát, valamint azokat, amelyek a sajátos földrajzi kontextushoz kötődnek.

Egy hatalmas nyilvános esemény megszervezése megköveteli, hogy az érintett felek kapcsolatba lépjenek a politikai oldallal. A sikeres párbeszéd megalapozza a könnyebb szervezési folyamatot. Ellenkező esetben, a sikertelen párbeszéd az esemény konfliktusos megrendezését okozhatja.

Képzeld el, hogy a logisztika egy széles háló, amely sok összekapcsolt csomóból áll. A „logisztikai koordinátor” mozgása megkönnyíti a csomók közötti kapcsolatokat. Nem egyénileg jár el, hanem együttműködési és kölcsönös segítségnyújtási kapcsolatokra tesz szert és fejleszt azokkal, akiknek az egész folyamatban különböző szerepük van. Ezért elengedhetetlen az összes olyan érdeklődési terület felderítése, amelyekben egy nyilvános rendezvény gyökerezik és növekszik.

Először ki kell emelni egy alapkoncepciót. A „Mondiali Antirazzisti” nyilvános rendezvények elősegítik a vállalkozói és együttműködési szellemet az őket életre hívó személyek körében. Ezért az önmenedzsment hasznos az események fejlesztéséhez. Hatékony áramlást generál, amelyben az egyes üzemeltetőknek önmagában nem kell minden egyes részletre gondolni, mivel a szervezet különböző nézeteit a csapattagok kezelik, vagy jobban megfogalmazva a csapat, mint egy testület.

Az esemény előtti hetekben a logisztikai koordinátor kiértékeli, megtervezi és rendszerezi mindezeket a részleteket, kezdve a megfelelő terek megtalálásától a meghatározott tevékenységekig, a rendelkezésre álló különféle erőforrások felhasználásáig.

Ezenkívül figyelembe kell venni a rendezvény sportos és kulturális szellemiségét. A logisztikai koordinátor teljes mértékben rendelkezésre áll, és együttműködik az esemény ezen részeinek fő ügynökeivel (csapatvezetők, sporttechnikusok, kulturális mediátorok stb.). A sportoláshoz egyrészt játéktérre van szükség; másrészt nyitott terek szükségesek a sporttal és a kultúrával kapcsolatos viták vagy koncertek megtartásához.

A logisztikának figyelembe kell vennie az általános szempontokat, például a szükséges dokumentumok elkészítését az esemény lebonyolításához. A helyi törvények szerint ezeket egy szakmai bizottság megvizsgálhatja annak eldöntésére, hogy minden rendben van-e az eseményhez.

A fő szempontok a következők:

- a szerkezetek helyes összeszerelése (pénztárak, színpadok...)

- a vészkijáratok azonosítása
- a területen tartózkodható emberek maximális száma
- kötelező vizesblokkok (WC/zuhany) száma

Az esemény tervezésének megkezdése előtt nagyon fontos, hogy tájékozódjon arról, hogy a **helyi törvények** előírják-e az engedélyt az esemény megszervezéséhez.

MILYEN PILLÉREKET KELL FIGYELEMBE VENNI?

2. A Mondafi Antirazzisti Általános szervezése

Ez az esemény megrendezése, azzal a céllal, hogy áttekintést kapjon az összes szektorról és a személyzetről.

Az esemény előtt

- **Terv:** Készítsen pontos ütemtervet, meghatározva a személyzet (vagy az egyes szektorok munkacsoportjának) szerepeit és feladatait
- **Szervezen** megbeszéléseket a személyzet és a munkacsoportok között
- **Adománygyűjtés, projektbemutató:** a projekt előkészítése és adománygyűjtő anyagok, kapcsolatfelvétel az adományozókkal
- **Helyszín:** azonosítsa a helyet, állapítsa meg a bérleti költségeket (ha vannak ilyenek), tudja meg a szükséges engedélyt, ratifikálja a szerződéseket
- Koordinálja az összes **munkacsoportot:** kommunikáció, logisztika, adminisztráció, zene, éttermek...
- **Kapcsolatfelvétel** a rendőrséggel az esetleges incidensek elkerülése érdekében (a résztvevők sokasága, a zajok zavarhatják a lakosságot). A nemzeti jogszabályok ellenőrzése; bizonyos esetekben kötelező kapcsolatfelvétel a hatósággal
- Kapcsolat kialakítása az eseménynek otthont adó önkormányzatokkal, azok bevonása a kommunikációba és a szervezésbe (ha lehetséges)

(Közvetlenül) Az esemény előtt

- Ellenőrizze, hogy minden szektor készen áll-e az indításra
- Új önkéntesek toborzása és képzése

Az esemény alatt

- Koordinálja a személyzetet és az ágazatokat
- Legyen kész a problémamegoldásra
- Cselekedjen a közhatalom és a média referenciapontjaként

Az esemény után

- Adminisztratív zárás, jelentéstétel
- Esemény értékelése: kérjen meg minden munkatársat és önkéntest, hogy kérdőív vagy SWOT elemzés segítségével értékeljék az eseményt és munkájukat. Szervezen utótalálkozót a teljes személyzettel.
- Kérjen meg minden résztvevőt, hogy adjon rövid visszajelzést arról, hogy mi tetszett vagy nem tetszett, valamint ötleteket a jövőbeli eseményekről.

Tippek és trükkök

- Tegyen felelőssé minden személyzeti tagot a saját szerepéért vagy ágazatáért, valamint az egész eseményért a folyamatban való teljes részvétel révén (a tervezéstől az értékelésig)
- Hozzon létre egy WhatsApp csoportot (vagy más azonnali üzenetküldő szolgáltatást) az egyes szektorok összes felelősével történő valós idejű kommunikációhoz, segítségkéréshez, fotók megosztásához
- Hozzon létre egy találó szöveget, amely ismerteti az események költségeit, és hívja meg az embereket adományozásra: a mindenki által nyújtott kis hozzájárulás a költségek megosztását jelenti, lehetővé téve a leghátrányosabb helyzetűek számára is a részvételt.

Összpontosítson a pénzügyi fenntarthatóságra

A sportesemény szervezésének első lépése a pénzügyi fenntarthatóság ellenőrzése. Mindenféle ráfordításnak (tevékenységi ráfordításnak, emberi erőforrásnak stb.) megfelelőnek kell lennie a bevételhez képest; jobb, ha alacsonyabb kiadásokra készítünk tervet, ha nem vagyunk biztosak a szükséges támogatás összegyűjtésében.

Egy esemény pénzügyi forrásai a következők lehetnek:

- Magánszponzoráció. Az ilyen jellegű sporteseményeknél vegye figyelembe a szponzorálás etikáját. Noha nehéz teljesen „tisztá” vállalkozást találni, fontos, hogy megpróbáljuk betartani az üzenet etikáját: ha a rasszizmus elleni küzdelemről beszélünk, akkor jobb, ha a ruházatot vagy labdákat nem egy gyermekmunkát alkalmazó cég szponzorálja Indiából (vagy bárhonnan a világból).
- Közfiranszírozás: a projekt benyújtása helyi/nemzeti vagy európai forrásokra
- Nemzeti Vagyonkezelő támogatása vagy egyéb felajánlások
- Kereskedelem és élelmiszer: jó árbevételt biztosíthat a saját értékesítés vagy az ételek és italok saját személyzettel történő értékesítése
- Adomány: felhívás a résztvevők adományozására egy teljesen ingyenes rendezvényen, arra ösztönözve az embereket, hogy adjanak némi pénzt, vagy gyűjtsék azt előre össze adományozási esemény megszervezésével, tájékoztassák őket a kis adományok fontosságáról, hogy az esemény ingyenes legyen (majd mindenki számára teljesen nyitott legyen).
- Parkolási vagy bármilyen extra szolgáltatás díja

HOGYAN VIGYÁZZUNK A KÖZÖNSÉGRE?

3. A Mondiali Antirazzisti információs pontja és recepciója

Az információs pont és a recepció (akkreditáció) területe kulcsfontosságú szektor, mivel fő szerepük a résztvevők fogadása. Ezek a rendezvény során „találkozási pontokká” és segítségnyújtási területté válhatnak. Választhat 2 külön helyet (nagy események esetén): a recepciónak a rendezvény bejáratánál kell lennie, míg az információs pont központi, könnyen elérhető és azonosítható helyen kell legyen.

Bizonyos esetekben, különösen ha a helyszín kicsi, és korlátozott számú résztvevővel rendelkezik, egyesítheti az információs pontot és a recepciót egy egyedi pontban, egyesítve feladataikat.

Ez a két szektor általában a következő feladatokat hajthatja végre:

- Üdvözöli a résztvevőket, biztosítva számukra az eseményről szóló anyagokat és információkat: térkép, program, meccsnaptár, melléktevékenységek stb.

- Ellenőrzi a parkolót (az autók általában nem léphetnek be a kempingbe)
- Ellenőrzi a kemping területét
- Koordinálja az általános szervezést és a többi szektort
- Segít a rászoruló résztvevőknek (elsősegély és/vagy kapcsolat a mentővel)
- Segít az embereknek megtalálni a transzfert az esemény és a repülőtér, illetve a vasútállomás/buszpályaudvar felé
- Kezeli az elveszett és megtalált szolgáltatást

Kereskedés: ha van költségvetése, akkor előállíthat néhány eszközt, amelyet eladhat az eseményén.

Tapasztalataink szerint az áru értékesítésének legjobb lehetősége az információs pontnál van. Válasszon olyan eszközöket, amelyeket közepesen alacsony költségvetés mellett előállíthat és értékesíthet, így az emberek szívesen vásárolják. A „Mondiali Antirazzisti” tapasztalatok alapján a legnépszerűbb termékek:

- Pólók (játék közben is viselhetők, és a sportemberek általában szeretik a pólókat)
- Kitűzők (olcsó, de jó ajándéktárgy saját táskára)
- Egyszerű vászontáskák (az emberek használhatják őket különféle dolgok hordozására, hogy a kezük szabad legyen)

(Hónapokkal) Az esemény előtt

- Keresse meg azt a csapatot, amely az esemény ideje alatt foglalkozik ezzel a kérdéssel, és ha lehetséges, kezdje el a képzést.
- Ellenőrizze az elérhető költségkeretet.
- A személyzet közötti beszélgetés elősegítése annak megértésére, hogy mely termékeket lehet eladni.
- (ha lehetséges, vonjon be néhány résztvevőt a korábbi eseményekből), keressen ajánlatokat és válassza ki a legmegfelelőbb lehetőséget az előállításhoz. A kereskedésnek népszerűsítene kell az esemény márkáját és a grafikát, hogy mindig szoros együttműködésben működjön a kommunikációs szektorral.
- Határozza meg a legmegfelelőbb helyet, ahová teheti az alábbiakat:

Recepció: a fesztivál főbejáratánál kell lennie, és rendelkeznie kell íróasztallal, székekkel, villanyárammal és a rendezvény összes anyagával. Ha úgy dönt, hogy parkolási díjat számít fel, ne felejtse el biztosítani a széfet.

Információs pont: a fesztivál középpontjában kell lennie (egyes esetekben pontosan a közepén lehet, más esetekben jobb a sportterületekre helyezni, attól függ, hogy mekkora a fesztivál). Szükséges bútorok: íróasztal, székek, áram, védett hely a kereskedelemhez, elsősegély-készlet, és ha lehetséges, internet és nyomtató.

Rendelkeznie kell az összes információs anyaggal, és árusítás esetén egy széffel (eladás esetén ne felejtse el tanulmányozni az ország jogszabályait).

- Ellenőrizze a fogyatékkal élők számára biztosított lehetőségeket, és lépjen kapcsolatba a logisztikai szektorral a megoldások biztosítása érdekében.
- Ellenőrizze a rádiós kábelrendszer lehetőségét a bejelentésekhez: csapatok hívása, a napi program vagy egy különleges esemény programjának felolvasása, az emberek eltévedésére és megtalálására való felhívás, a résztvevők emlékeztetése az előadások és egyéb programok kezdésére stb.
- Találja meg az összes lehetséges módot a fesztivál területéről való érkezésre és távozásra: milyen

messze van a vasútállomás/repülőtér, hol van a legközelebbi buszpályaudvar, vannak-e taxi- vagy autókölcsönzési szolgáltatások, vagy hogyan lehet autóval érkezni.

Minden információnak meg kell jelennie az esemény weboldalán és a közösségi médiában; világosnak és könnyen követhetőnek kell lennie. A legjobb, ha olyan e-mailt adunk meg, ahol az emberek további információkat kérhetnek. Ellenőrizze a partnerség/szponzorálás lehetőségét:

Tömegközlekedési vállalat: különleges busz-/villamosmegállót tudna biztosítani a rendezvény közelében, a jegyárak esetleges csökkentése

Egyezzen ki egy taxitársasággal, hogy fix árak legyenek a repülőtér és a vasútállomás/buszpályaudvar/városközpont és a repülőtér között

(Közvetlenül) Az esemény előtt

Recepció

- Tegyen egy túrát az egész rendezvényterületen közvetlenül a kezdés előtt, és képezze ki az önkénteseket
- Legyen ott az összes anyag és minden egyéb hasznos dolog (pl. papíripari), és tegye a helyet igazi üdvözlőtérre

Információs pont

- Gyűjtse össze az ágazatokért (szektorokért) felelős személyek telefonszámát
- Nyomtassa ki a szükséges anyagokat: térképek, regisztrációs lapok, a program összefoglalása más nyelveken (az esemény céljának megfelelően), vonat és autóbusz menetrendek, elveszett és megtalált lap, hasznos számok (taxi szolgáltatás, elsősegélynyújtás ...)
- Járra körbe az egész rendezvényterületet közvetlenül a kezdés előtt, és képezze ki az önkénteseket
- Készítsen elő egy dobozt az írószerek számára (tollak, papír, szalag ...)
- Színesítse a helyet az emberek jobb fogadása érdekében. Az információs pontnál külön helyet kell adnia a fontos információk közlésének: busz/transzfer menetrendek, órarend, a mérkőzések eredményei, további információk, amelyeket mindenkinek tudnia kell
- A vészhelyzeti hívásokra a nap 24 órájában működtet egy speciális mobiltelefont, amelyet az információs pont személyzete napközben, a biztonsági szolgálat pedig éjszaka használ

Az esemény alatt

Recepció

- Gondoskodik az autókról és az emberek mobilitásáról a fesztiválon belül
- Vigyáz a bejáratnál jelentkező esetleges problémákra (pl. olyan emberek, akik egy rasszizmus elleni fesztivál megzavarására jönnek, zajongnak, kellemetlenek...), és kapcsolatban áll a biztonsággal

Információs pont

- Elveszett és megtalált doboz: győződjön meg róla, hogy van egy biztonságos hely, ahol a tárgyakat összegyűjtik, és készítse elő a kereskedési helyet (ossza szét a tárgyakat és rendezze azokat szépen), és népszerűsítse az eladást
- Készítse elő a kereskedési helyet (ossza szét a tárgyakat és rendezze azokat szépen), és népszerűsítse az eladást
- Készítsen plakátokat: napi programmal, a mérkőzések ütemezésével, melléktevékenységekkel, minden más információval a többi szektorról, amelyet minden résztvevőnek tudnia kell
- Legyen stabil kapcsolata a sürgősségi szolgálattal (mentőautó, kórház stb.), hogy szükség esetén kezelni tudja a résztvevőket

- Adjon információt!

Az esemény után

- Tisztítsa meg a helyet, ügyelve az anyagok újrafeldolgozására és a hulladék szétválasztására
- Készítsen elszámolást az árucikkekről, és rendezze felismerhető dobozokba az egyes eszközöket, hogy mindent könnyen tárolhasson a következő eseményhez
- Készítsen egy írószerdobozt címkékkel, amelyeket a helyszínen hagy, így könnyebb megtalálni az anyagokat, ha szükséges, a következő eseményre (ha van hely az anyagok tárolására)

Problémák és megoldások

A rendezvény területét nem könnyű megközelíteni, és nincs transzferünk...

Írjon egy bejegyzést a Facebook oldalra, és keresse meg az önkénteseket, akik a legközelebbi vasútállomástól a helyszínig vezetnének, és szervezzen egy Facebook csoportot az utazások megosztására a résztvevők számára.

Javasoljon „Bla Car” vagy más alkalmazást az autómegosztáshoz (esetleg kössön velük külön megállapodást).

Készítsen egy plakátot az esemény során a résztvevők ajánlataival/kéréseivel az állomás/repülőtér elérésére.

Gondoljon kisbusz bérlésére és transzfer szolgáltatásra. Ebben az esetben:

- Ellenőrizze, hogy az információs pont/recepció személyzete rendelkezik-e vezetői engedéllyel, és intézzen a személyzet számára speciális gépjármű-biztosítást
- Ellenőrizze, hogy van-e elegendő ember az információs pont és a transzfert szolgáltatás munkájának elvégzésére
- Készítsen rögzített, minden résztvevő számára világos és látható időbeosztást, és tegye az információkat ki a weboldalra/a közösségi oldalakra/a programra

Valaki olyan nyelven beszél velem, amelyet nem értek

Ha nincs senki, aki tudna segíteni, kérje meg az illetőt, hogy rajzolja le papírra, mit szeretne

Valaki panaszkodik nekem valamire, ami nem az én felelősségem

Ha a probléma sürgős, hívja az illetékes felelős személyt, ha nem sürgős, kérje meg az illetőt, hogy írjon e-mailt a szervezet címére. Ha az illető agresszív, legyen nyugodt. Ha túl agresszív, hívja a biztonsági szolgálatot.

Tippek és trükkök

- Legyen kész bármilyen kérdés megválaszolására!
- Ha nem tud valamit, ahelyett, hogy egyszerűen azt mondaná „Sajnálom, nem tudom”, mondja azt: „Csak egy pillanat, megpróbálom kideríteni...”, és próbálja is meg (hívjon egy fő adminisztrátort vagy egy tapasztaltabb személyzeti tagot)

MILYEN SPORT?

4. A Mondiali Antirazzisti Sport tevékenységei

A sport tevékenységek az esemény központi részét képezik. Nyilván a sport alatt oktatási értékkel bíró sportot értünk, melyet a környezethez igazított szabályok jellemeznek. Az oktatási eszközök népszerűsítése érdekében javasoljuk az önbíráskodó mérkőzések ösztönzését, legyenek olyan sportpedagógusok is jelen, akik időt tudnának szánni a pontozásra és beavatkozni a csapatok közötti vitákba.

Az esemény előtt

Munkacsoport azonosítása:

- Érdeklődők sporttudással és még sok mással (jó kommunikációs, vezetői képességek ...)

Válassza ki a szervezendő sportokat:

- Melyek a célkitűzések? Melyek a célok?
- A célokat illetően vannak olyan sportok, amelyek jobbak, mint mások? Javasoljon egy programot, és vezessen be innovatív befogadó szabályokat

Sorolja fel az egyes sportágakhoz szükséges helyet:

- Válasszon tereket, és személyesen ellenőrizze a logisztikát
- Vásárolja vagy építse meg az anyagot, amelyre szüksége lesz (meg akarja húzni a határt a pályákhoz? Szüksége lesz egy gépre vagy valami másra, például szalagra vagy bójára).

Határozza meg a nyereményeket és vásárolja meg a kupákat:

- Például: első csapat, legbarátságosabb csapat...

Regisztráció megnyitása:

- Határozza meg a regisztráció határidejét. Ha a hely nem nagy, korlátozza a csapatok számát.

(Közvetlenül) Az esemény előtt

- Sportnaptár online közzététele és kiírása a pályák közelében elhelyezett eredménytáblára
- Pályák előkészítése
- Toborozzon és képezzen olyan sportpedagógusokat, akik támogatják a mérkőzéseket és megtervezik a sporteseményt
- Keressen vagy vásároljon sporteszközöket (a rendezvény költségvetésének megfelelően)
- Próbáljon otthonos, kényelmes, biztonságos és barátságos környezetet kialakítani (helyezzen DJ pultot a pályák közelében, győződjön meg arról, hogy minden nem számára elérhetőek a WC-k és a melléképületek; alakítson ki árnyékos helyet a pályák közelében)

Az esemény alatt

A verseny ideje alatt (irányítás és koordináció):

- Ellenőrizze: játékvezetők (sportoktatók) és csapatok jelenlétét a pályákon. Hívja őket, ha nincsenek a pályán (használhat megafont vagy mikrofont, ha van hangosítása).
- Gyűjtse össze a mérkőzések eredményeit, és jelenítse meg az eredménytáblán a pályák közelében.
- Estéknél, amikor a csapatok pihennek és a verseny szünetel:
- Pályák feljavítása
- Labdák összeszedése

A verseny végén:

- A csapat rangsorának frissítése

- Díjátadó ünnepség
- Legyen kész kezelni a váratlan eseményeket

Az esemény után

- Szedje szét a pályákat
- Gyűjtse össze, számolja meg, rendezze és helyezze el a sporteszközöket (labdák, kapuk ...)
- Jelentse a verseny eredményeit a „kommunikációs csapatnak”

Problémák és megoldások

Néhány csapat túl harcias és versenyorientált

A sport lényege a verseny, de a mi célunk a befogadás. Sok helyen lehet normál szabályokkal játszani és megpróbálni nyerni. Ennek a tornának más céljai vannak, és a szervezőknek el kell magyarázniuk, hogy ez nem versenyorientált sportesemény. Itt a sportoktatóknak alapvető szerepük van a sportesemény szellemiségének és rugalmas szabályainak terjesztésében. A csapatok közötti minden egyes konfliktust az értékeinknek megfelelően kell kezelni.

Sérülés esetén

Fontos a mentőautó jelenléte. Ha nincs, akkor elsősegély-készletre és egy személyre van szükség. Szerezzon be sok jeget, és tartsa a pályák közelében.

Tippek és trükkök

Jó kommunikáció és lazítás. A kommunikáció módja elengedhetetlen az esemény sikeréhez. Élvezze a fesztivált! Ha Ön élvezi, mások is fogják élvezni.

MI A HELYZET AZ ÖNKÉNTESSEKKEL?

5. A Mondiali Antirazzisti Önkéntesek toborzása

Az ilyen jellegű rendezvények főként önkéntes munkán alapulnak. Az önkéntesek nagyon fontos erőforrások, így az önkéntesség megszervezése és az önkéntesek motiválása elengedhetetlen.

(Hónapokkal) Az esemény előtt

- Készítsen elő egy megfelelő projektet az önkéntesek számára

HA az önkéntesek egy ifjúsági szervezetből érkeznek:

- Találkozás az eredeti szervezettel (nemzeti/ nemzetközi)
- Önkéntesek toborzása
- Megállapodás az önkéntesek munkaidejéről és feladatairól

HA az önkénteseket közvetlenül toborozzák:

- A projekt bemutatása
- Egyéni interjúk a jelöltekkel
- Jelöltek kiválasztása

(Közvetlenül) Az esemény előtt

- Szervezze meg az önkéntesek érkezését, elszállásolását és tartózkodását az igényeiknek megfelelően (allergia, étkezési étrend stb.)
- Munkafeladatok és műszak beállítása (a megállapodásnak megfelelően)

- Próbálja meg mindent megtenni, hogy az önkéntesek az esemény szerves részének érezzék magukat

Az esemény alatt

- Győződjön meg, hogy minden önkéntes megértette szerepét az eseményen
- Győződjön meg arról, hogy minden önkéntes a megállapodásnak megfelelően dolgozik
- Legyen készséges és segítőkész az önkéntesektől érkező bármilyen kérésre
- Emlékeztesse az önkénteseket, hogy ez egy munka/szórakoztató élmény és élvezzék

Az esemény után

- Mondjon köszönetet minden önkéntesnek az elvégzett munkáért
- Kérjen visszajelzést és észrevételeket
- Szervezze meg az indulást, ügyelve arra, hogy semmit ne hagyjanak hátra

Problémák és megoldások

Néha, még ha minden információt részletesen meg is ad, az önkéntesek nem biztos, hogy elégedettek a szállással vagy a rendezvény helyszínével.

Próbálja meg rávenni őket, hogy lássák meg a jót és a pozitív dolgokat, amelyeket megtanulhatnak ebből az élményből és emlékezzenek arra, hogy minden önkéntes ugyanabban a hajóban utazik.

Még akkor is, ha általában az önkéntesek készségeiknek megfelelően választják meg a feladataikat, ha akarja, az önkéntes megváltoztathatja a foglalkoztatási területét, vagy az is lehet, hogy nem felel meg a rá osztott szerepnek.

A szerepváltás az esemény alatt kaotikus és bonyolult lehet, csak akkor tegye, ha feltétlenül szükséges. Egyébként fontos emlékeztetni az illetőt a rugalmasságra és az alkalmazkodóképességre.

Nem minden önkéntes jön ugyanolyan hozzáállással a munka iránt; néhányan csak különféle üdülésre vágyanak.

Ha az önkéntesek egy nemzeti/nemzetközi ifjúsági szervezetből jönnek, általában egy vagy több koordinátoruk van, akiket értesíteni kell, ha néhány önkéntes nincs megfelelő hangulatban a munkához. Próbálja meg motiválja őket a koordinátor segítségével.

Allergia, sérülés, betegség, influenza stb.

Mindig ügyeljen arra, hogy legyen elsősegélykészlete, és ismerjen minden olyan allergiát, ami az önkénteseknek lehet.

Tippek és trükkök

- Értesse az önkéntesekkel, hogy fontos részei a rendezvény mögött álló szervezeti gépnek
- Motiválja őket, és próbálja meg munkán kívül is időt tölteni velük
- Nagyon fontos, hogy az önkéntes koordinátorokkal együtt dolgozzon, hogy elkerülje az egymásnak ellentmondó utasításokat/tanácsokat
- A tapasztalat idővel megjön; minden olyan esemény után, amelyben az önkéntesek részt vesznek, új lehetőségeket fedez majd fel az őket és a lehetséges problémákat illetően

KÖRNYEZETILEG FENNTARTHATÓ-E AZ ESEMÉNY?

6. A Mondiali Antirazzisti Környezeti hatása

Egyre fontosabbá válik, hogy a sportesemények vagy fesztiválok szervezése során számoljunk a környezeti hatásokkal. Különösen fontos, hogy 3 fő feladatra összpontosítsunk: a fesztivál résztvevői körében a környezetileg fenntartható magatartás megelőzése és népszerűsítése; a fesztivál területeinek takarítása speciális takarítási műszakokban az önkéntes munkacsoporttal; hulladékkezelés szelektív gyűjtéssel.

A Mondiali Antirazzistinél a hulladék ártalmatlanítása a következőképpen működik:

- Két fő gyűjtőhely található a fesztivál területén kívül (egy a keleti és egy a nyugati oldalon): mindegyikben legalább 18 köbméteres guruló konténerek találhatóak.
- A szerves hulladékokat viszont speciális tartályokba kell üríteni, amelyeket hermetikusan lezárnak és közvetlenül a helyi hulladékgazdálkodási hatóság kezeli.
- A fesztivál területén belül több helyet kell kiválasztani (és a könnyen megtalálható térképen beszámolni) a kerekes kukák számára (minden anyaghoz egyet, különféle színnel megkülönböztetve őket). A fesztivál ideje alatt az önkéntes munkacsoportok felváltva ürítik ki a gyűjtőpontok teli tartályait, és visszateszik őket üresen ugyanarra a helyre.

Ezeknek a feladatoknak az elvégzéséhez két felelős személynek együtt kell működnie egy legalább 10-15 önkéntesből álló munkacsoporttal.

A munka három lépésben történik:

Az esemény előtt

Szervezen előzetes találkozót a rendezvény szervezőivel, hogy információkat szerezzen a helyzetről, például:

- A fesztiválterek megszervezése annak eldöntésére, hogy hova tegyék a kerekes szemetéseket.
- A fesztivál eseményeinek ütemezése önkéntes műszakok szervezésére.
- Az éttermek és bárók területén használt anyag típusok (poharak, ételek, villák stb.): szervesek és biológiailag lebomlóak kell legyenek.

Jogi rész:

Minden dokumentumra szükség van a régióban/államban a hulladék elhelyezésének jogi szabályaira vonatkozóan (például: papír, műanyag, üveg, szerves és általános hulladék).

Rendelkező rész:

Fontos, hogy a teret kis területekre ossza fel, ahol:

- A kerekes kukákat elhelyezik
- Sor kerül a tisztítási és ürítési műszakokra
- Megelőzés: A nehezebben megoldható előre nem látható események kockázatának csökkentése
- A fesztivál ideje alatt ingyenes ivóvizet osztanak szét a műanyag palackok csökkentése és a csapvíz használatának előmozdítása érdekében (ha olyan területen tartózkodik, ahol a víz itherő, vagy ha szűrt vízzel rendelkező ivókutakat tud biztosítani)
- Szerves és biológiailag lebomló anyagokat biztosítanak az étterem területén
- Több eszközt is beszereznek, amelyek a „speciális hulladékok” összegyűjtésére szolgálnak (kis kukák, hamutartók, hosszú csipeszek stb.)

Találkozó a terület hulladékgyűjtőivel:

Anyagok rendelése:

- Kerekes kuka
- Guruló konténer
- Hosszú csipeszek
- Szemeteszsákok
- Munkakesztyűk

Döntse el:

- Az anyagok szállításának helyét és idejét
- Az anyagok visszaszállításának helyét és idejét

Ellenőrizze, hogy az összes anyagot leszállították.

Nyilvános kapcsolat a standokon dolgozó emberekkel:

- Nagyon fontos, hogy jó kapcsolatot ápoljon velük, mert együtt kell működniük a különböző begyűjtések során
- Hasznos lehet, ha minden standon csak egy személy van, akinek jelentést lehet tenni

Döntő fontosságú:

- Segíteni a résztvevőket a hulladék szétválasztásában és megfelelő módon történő begyűjtésében
- Együttműködés kérése

Első találkozó a munkacsoporttal:

Nagyon fontos lesz:

- Motiválóan és meggyerő módon elmagyarázni a munka fajtáját
- Séta az egész fesztivál területén, a kerekes kukák elvitele a kiválasztott helyekre, miközben megmutatja nekik, hol találhatóak
- Aktívan vonja be az önkénteseket arra kérve őket, hogy készítsenek kreatív plakátokat az összes információval, és tegyék ki őket a fesztivál területén
- Szervezze meg a műszakokat közösen

Az esemény alatt

Kezdő műszakok

Tennivalók a fesztiválon résztvevők tudatosságának növelése érdekében:

- Osszon meg üzeneteket a szelektív gyűjtésről a belső telefonon keresztül a focimeccsek alatt
- Vigyen szemeteszsákokat a kempingben tartózkodó embereknek, és ismertesse a szelektív gyűjtés működését

Figyelje a kerekes kukák és a guruló konténerek állapotát az esetleges előre nem látható események ellenőrzése érdekében. Az egész fesztivál területének utolsó takarítása az utolsó és az azt követő napon.

Az esemény után

Kérje meg az önkéntesek munkacsoportját, hogy értékeljék a fesztivál alatti tevékenységeket. Kérjen a helyi hatóságtól a hulladék ártalmatlanításával kapcsolatos információkat az egyes szelektív kategóriákra (papír, műanyag, üveg, szerves, általános hulladék) bontott százalékos arányban.

AZ ESEMÉNYRŐL.

7. A Mondiali Antirazzisti Zenei ajánlata

(Hónapokkal) Az esemény előtt

- Az élő zenével kapcsolatos külön jogszabályok ismerete (engedélyek, zenészi jogdíjak, képi jogok stb.), valamint az adminisztratív ágazattal való együttműködés a szerződések megkötése érdekében
- Zenekarok/énekesek kutatása a résztvevők körében legnépszerűbb zenei műfaj szerint
- Ellenőrizze, hogy a zenekarok/énekesek megfelelnek-e az esemény témáinak: fontos, hogy olyan zenei fesztivált rendezzenek, amely diszkriminációellenes ötleteket oszt meg; tökéletes lenne, ha sajátos értékkel bíró szövegeket javasolnának. A költségvetés alapos megfontolása szintén alapvető fontosságú.
- A zenei esemény népszerűsítése a fesztiválon belül:
- nem szabad két külön eseményként felfogni; a kommunikációt meg kell osztani a kommunikációs személyzettel
- Kérdezzen rá a zenekarok/énekesek sajátos igényeire: néha kérnek bizonyos ételeket/italokat az öltözőben, vagy technikai kérdéseik vannak a színpaddal és a hangszerekkel kapcsolatban stb.
- Foglaljon szállodákat a művészek és munkatársaik számára; ellenőrizze, hogy önállóan érkeznek-e, vagy autóra van szükségük.

(Közvetlenül) Az esemény előtt

- Ellenőrizze a logisztikai részlegnél, hogy minden rendben van-e a színpadnál, az öltözőknél és a hangtechnikusnál
- A személyzet kiképzése, hogy viseljék gondjukat zenészeknek, cseréljék le a színpadi hangszereket, működjenek együtt a hang- és fénytechnikusokkal
- Az incidensek elkerülése érdekében a biztonságiakkal szoros együttműködésben kell dolgozni
- Határozza meg, hogy ki fogja bekonferálni az egyes előadásokat, és ha szükséges, ki lesz a fordító. Nagyon jó lenne, ha az élő műsor előtt valaki a sport- vagy kommunikációs szektorból mondana valamit a sportnapról: részeredmények, résztvevők száma, ha van néhány szép esemény, amiről lehet mesélni

Az esemény alatt

- Szoros együttműködés a rendezvény zenei munkatársaival, a technikusokkal és a biztonságiakkal
- Gondoskodás a zenészekről és azok igényeiről
- A délutáni hangellenőrzés és az éjszakai élő hang koordinálása
- A munka koordinálása a kommunikációval, hogy a zenészekkel lehessen interjút, fényképeket vagy videókat készíteni és megosztani a közösségi médiában
- Ne felejtse el megkérni a zenészeket a szerződésaláírásra, hogy feleljenek meg az ország élő zenei törvényei szerinti követelményeknek

Az esemény után

- Segítségnyújtás a terület tisztításában és szétszerelésében

Problémák és megoldások

Néha a művészek szeszélyesek, és furcsa kéréseik lehetnek

- Figyelmeztesse a többi szektort, ha valamire szüksége van (például bizonyos ételekre vagy egyéb dolgokra).
- A művész díja valóban magas, de van, amikor ez a menedzserükön múlik.

- Próbáljon közvetlen kapcsolatot tartani a művészekkel, elmagyarázva az esemény rasszizmus elleni és önkéntes jellegét. Legtöbbször érzékenyebbek, mint a menedzserük, és lehetséges, hogy úgy döntenek, ingyen vagy valóban alacsonyabb költség mellett vállalják a fellépést.

Tippek és trükkök

- A zenei ágazat elképesztő, de néha a művészekkel való munka megterhelő; maradjon nyugodt és mosolyogjon folyamatosan ... és élvezze a zenét.

FIGYELEMBE VETTE A KULTÚRÁT ÉS A TÁRSADALMAT?

8. A Mondiali Antirazzisti Vitái

Fesztiválunk nem csupán sportesemény, hanem kulturális és társadalmi esemény, amelynek során fontos lehet néhány aktuális témát nagyon könnyű viták során feldobni, naponta 1, de legfeljebb 2 órán keresztül.

Az esemény előtt

- A témák meghatározása politikai döntés és a szervezők elképzeléseitől függ
- A vendégek azonosítása: különféle vendégekre kell kiterjedjen a figyelme, sportemberek, politikában részt vevő emberek és művészek fognak keveredni ... legtöbbjük azok közül való, akik már kapcsolatban állnak az Ön civil szervezeteivel, így velük könnyebb, és tisztában van vele, hogy ugyanazokat az értékeket képviselik, mint Ön. Ezenkívül azonosíthat egy vagy két „új” személyt, akit be kell vonni.
- Kapcsolatfelvétel a vendégekkel: nagyon fontos időben meghívni őket, megosztani velük, hogy miről szól az esemény, miért akarja őket meghívni, és mivel tudnak hozzájárulni.
- Megállapodás a vendégekkel: a vendégek érték és nem fizetség miatt ragaszkodhatnak a projektjéhez. Szükség esetén meg kell térítenie az utazásukat és a szállodájukat. Nagyon fontos tisztázni velük ezt a kérdést.
- Viták nyilvánossága: kérje meg a kommunikációs menedzsereket, hogy hangsúlyozzák a viták és a vendégek jelenlétét a sajtókommunikációban és a közösségi médiában
- Pontosan tervezze meg a vita ütemtervét: ha az esemény nyáron van, kerülje a legforróbb órákat, és általában kerülje az étkezési időben vagy a sportversenyek alatt történő szervezést, mert akkor nehéz lesz embereket toborozni.
- Ellenőrizze a hely létesítményeit: mikrofon, hangosítás, projektor és így tovább
- Ha a rendezvényére sok nemzetközi résztvevőt vár, biztosítson fordítót a vitához
- Győződjön meg arról, hogy a vendégek tudják, hogyan lehet részt venni az eseményen

Az esemény alatt

- Kérje meg az információs pontot, hogy jelentse be a vita kezdetét
- Győződjön meg arról, hogy a vendégek időben megérkeztek-e; koordinálja érkezésüket és távozásukat
- Győződjön meg arról, hogy a kommunikáció a közösségi médiában lefedi a vitát, értéket tulajdonítva a témáknak és a vendégeknek
- Kérjen meg valakit, hogy jegyzeteljen

Az esemény után

- Készítsen rövid jelentést a vitáról, amit fel lehet használni cikkekhez stb.

LÉTREHOZOTT EGY KÖZÖS HELYET?

9. A Mondiali Antirazzisti Tere

Az „Antirasszista tér” egy olyan fizikai hely, ahol a résztvevők felkérést kapnak, hogy hozzanak anyagokat a diszkrimináció elleni napi tevékenységeikről, amelyek felhasználhatók vitákhoz, prezentációkhoz és könnyű sporttevékenységekhez. Ennek a térnek a megléte nem kötelező, de fontos lehet.

Az esemény előtt

Nagyon fontos eldönteni ennek a térnek a célját. Ha sporttevékenységekre használják, akkor ennek megfelelően fel kell szerelni. Ha pihentető helyként akarja használni, asztalokkal és székekkel kell ellátnia, néhány társasjátékkal ... a hely az Ön igényei/lehetőségei/képzelete szerint rendezhető, „extra” tevékenységek is helyet kaphatnak. Nagyon fontos mindent előre megtervezni, hogy biztosan rendelkezzen a megfelelő felszereléssel.

Az esemény alatt

Fontos, hogy ennek a helynek saját felelőse legyen, olyan személy, aki törődik a különféle tevékenységekkel és azok váltakozásával, valamint a megfelelő felszereléssel.

BIZTONSÁGOS AZ ESEMÉNY?

10. A Mondiali Antirazzisti Biztonsága

A nemzeti törvények szerint egy nyilvános rendezvény megszervezéséhez kötelező lehet a résztvevők számára biztosítási szerződést kötni. Minden államnak/régióknak különféle kötelezettségei vannak; ezért nagyon fontos sajátos szabályozásra hivatkozni annak biztosítása érdekében, hogy az összes kötelező szakasz megvalósuljon.

Minden sporteseményen jelen kell lennie egy segítségnyújtási pontnak (még abban az esetben is, ha a törvény nem írja elő) a sérült emberek gondozására (jégsprével, fertőtlenítőszerrel stb.), valamint szükség esetén orvosi támogatást kell nyújtani és/vagy mentőautót hívni.

Még ha az eseményt társadalmi befogadás és barátság céljából szervezik, akkor is előfordulhatnak bizonyos gondok: verekedések, lopások, agresszió. Ezért fontos, hogy legyen néhány ember, aki készen áll a nehézségekkel küzdő emberek megsegítésére, szükség esetén közvetítést és védelmet kínálva. Javasoljuk, hogy képezzen ki néhány „barátságos biztonsági” embert, akik az akadályokra jól felkészültek, de inkább problémamegoldó, mint büntetésre irányuló magatartást gyakorolnak. Alapvető fontosságú, hogy a rendezvény akadálymentes legyen a fogyatékkal élők számára: ellenőrizze pontosan, hogy a rendezvény területének minden része (terek, koncertterületek, illemhelyek, éttermek) rendelkezik-e akadálymentesített lehetőségekkel.

Hol fog a közönség aludni?

11. A Mondiali Antirazzisti Tábora

A társadalmi befogadás fokozását szolgálja hisz a rendezvény célja a „lakóhely” megtervezése. De ez egy olyan döntés, amely számos további szempont figyelembevételére kötelez.

- Legyen egy olyan terület, ahol az emberek rendszeresen és biztonságosan elhelyezhetik a sátrakat.

Ez azt jelenti, hogy az eseményt át kell helyezni onnan, ahová eredetileg tervezte.

- Győződjön meg arról, hogy a terület el van határolva, így csak az eseményen részt vevő személyek férhetnek hozzá, és nem engednek be autókat oda
- *Néhány „alternatív” megoldás segíthet:*
- Szervezze meg az eseményt olyan helyen (park, főiskola stb.), amely már rendelkezik néhány lehetőséggel, és már el van határolva. Ebben az esetben stabil partnerségre és egyértelmű együttműködésre van szüksége a tér tulajdonosával.
- Szervezze meg az eseményt kemping/szállók/olcsó szálláshelyek közelében, amelyekkel megállapodást írhat alá a sátrak elhelyezésére vonatkozó különleges árakról.
- Szervezze az eseményt egy ingyenes kempingterülethez közeli helyen: ebben az esetben nem köteles szolgáltatást nyújtani, de legyen tudatában annak, hogy ha valamilyen probléma jelentkezik, akkor valószínűleg akkor is szembe kell néznie vele, ha „elméletileg” közvetlenül nincs implikálva.

12. NYÁRI TÁBOROK

A nyár folyamán a gyerekek általában nem járnak iskolába, így jó megoldás lehet, ha a rendezvény ideje alatt külön helyet szerveznek a gyerekek számára, elkötelezett pedagógussal. Jobb olyan tevékenységeket választani, amelyek nem igényelnek speciális létesítményeket. Ilyenek az alapvető motorikus sémák, a sport labdával történő megközelítése, motoros játékok és pszichomotricitás. A gyermekekkel folytatott tevékenységek tervezésénél figyelembe kell vennie:

- A gyerekek életkorát: jó, ha van korosztálya; az idősebbek játszhatnak a felnőttekkel, de rugalmasan. Ha egy gyermek szeretne egyszerűbb sportokat és szeretne fiatalabbakkal lenni, ne erőltesse
- Biztonságos terület: győződjön meg arról, hogy van-e olyan területe, amely nem veszélyezteti a gyermekeket
- Foglалás: a szülőknek előzetesen regisztrálniuk kell a gyerekeket a tevékenységekre, ezért kommunikációs csatornákon keresztül hirdessék ezt a szolgáltatást, és megtudják, hány önkéntesre van szükség
- Víz és rágcsálnivalók: Győződjön meg arról, hogy minden gyermek számára van víz (ingyenes víz vagy palack). Ha a tevékenységek ideje hosszú, adhat némi harapnivalót, de vegye figyelembe a gyermekeknek adott ételekről szóló törvényt, és előzetesen kérdezzen rá az allergiákra/a különleges étel-miszer-szükségletekre
- Ne tegyen közzé gyermekarcokat az oldalain vagy élő közvetítésben

INFOBOX ÉTELEK ÉS ITALOK

A rendezvény mellett hasznos lehet egy ételes és italos hely, így az emberek pihentető pillanatokat és több időt tölthetnek ott. Ez egyúttal további pénzgyűjtési lehetőség is az esemény támogatására. Két módszer közül választhat:

1. KÜLSŐ ÉTEL ÉS ITAL SZOLGÁLAT

Ez a legegyszerűbb módszer; kibérlik Öntől a helyet, és mindent maguk szerveznek meg. A fő feladat a velük kötött szerződés, amely az Ön számára magában foglalhatja a jövedelem egy részének vagy egy fix díjnak a megegyezését is. Fontoljon meg néhány fontos dolgot:

- a lehetőségeket meg kell különböztetni; az ételkínálatnak átfogónak kell lennie, ezért fontolja meg

- a vallási ételigény, a vegán és az allergia lehetőségeit
- az üzleteknek ugyanazokat az értékeket kell előtérbe helyezniük, amelyeket Ön, ezek a rendszeres munka, a megkülönböztetés ellenzése, az ökoanyagok használata a lehető legnagyobb mértékben

2. FÜGGETLEN ÉTEL SZOLGÁLAT

Erre a megoldásra valószínűleg több lehetőség van az adománygyűjtés szempontjából, de bonyolultabb is. Az alábbiakban felsoroljuk azokat a dolgokat, amelyeket érdemes fontolóra venni a kezdés előtt:

- helyi törvény az ételek és italok forgalmazására vonatkozó engedélyekről
- hol lehet élelmiszert tárolni, beleértve a nagyipari hűtőszekrényeket is
- főzőgépek bérlése
- szükség van 2 önkéntesre, akik az élelmiszerek tárolásával és kezelésével foglalkoznak
- szükség van önkéntesekre, akik ételeket/italokat főzhetnek/szolgálnak fel: könnyebb önkénteseket találni a sporttevékenységekhez
- Kössön jó megállapodást egy közeli szupermarkettel a jó árákért, és biztosítsa, hogy az el nem fogyasztott árukat visszaküldhesse
- Tartsa be a munkahelyi biztonságra vonatkozó törvényeket
- Ügyeljen arra, hogy egyszerű, de differenciált menük legyenek (vegán/allergia/vallás): a legjobb, ha egyszerűsít. Például egy vegán menüt vegetáriánus és mindenevő emberek is fogyaszthatnak, de nem fordítva. A költségek csökkentése érdekében válasszon egyszerű ételeket, amelyeket az emberek többsége fogyaszthat (bab, burgonya, zöldség stb.)
- Háromnapos rendezvényhez nincs szükség nagy változatosságra
- Fontolja meg a gyors és könnyű ételek lehetőségét is: az emberek sportolnak, ezért szendvicset és gyümölcsöt szeretnének (egyszerűen fogyaszthatók, például banánt vagy almát)

13. Kommunikáció és nyilvánosság

A kampányolásra vonatkozó általános ajánlásokat szem előtt tartva az alábbiakban néhány olyan tevékenység szerepel, amelyek szigorúan az eseményhez kapcsolódnak.

Az esemény előtt

Társadalmi kampányolás: fontos előzetesen megkezdni az eseményt, tevékenységeket, célokat és értékeket bemutatni, a közönség elvárását pedig megteremteni. Használjon különféle kommunikációs eszközöket, weboldalakat és közösségi médiát, adjon hozzá frissítéseket és regisztrációval kapcsolatos információkat a különböző eseményekhez.

Kapcsolat a csapatokkal: ha van adatbázisa a korábbi eseményeken résztvevő csapatokról, vagy ha ismer olyan embereket/csapatokat, akik élvezhetik az ilyen eseményeket, küldjön e-mailt vagy egy bemutatót, amelyben kéri részvételüket. Érdekes lehet egy hírlevél készítése is, amelyet elküldhet az összes érdeklődő csapatnak vagy személynek (létrehozható online és előfizetéssel a weboldal vagy a közösségi média segítségével), a legfrissebb hírekről, a meccsnaptárról, a legjobb fotókról vagy eredményekről.

Csapatok regisztrációja: a legegyszerűbb webes űrlapot létrehozni a regisztrációhoz (pl. Google); írja be az összes információt, amelyre szüksége van mérkőzésnapjának elkészítéséhez, az Ön kritériumai alapján (vegyes fordulók, vagy adott korosztály/nemek alapján stb.). Fontos, hogy rendelkezzen egy regisztrációért felelős kapcsolattartóval (mobil és e-mail), aki elküldi az eseményre vonatkozó összes információt. Tisztázza, hogy minden személyes adat bizalmas, és csak a szervezők használják fel az esemény megszervezéséhez.

Újságírókkal való kapcsolattartási lista: a média kapcsolattartók listájának összeállítása (helyi, országos, nemzetközi); próbálja meghatározni azokat az újságírókat és magazinokat, akiket a rendezvénye vonzana a legjobban: sport, szociális ügyek, zene, kultúra... a kínálattól és a résztvevőktől függően. Ne felejtse el, hogy széles körben képviseli az újságokat, az online magazinokat, a rádiót és a televíziót.

Sajtóközlemény: rendszeresen küldjön néhány sajtóközleményt a médiának; ezeknek rövideknek kell lenniük, a bemutató hírek vonzóak lehetnek számukra (résztvevők száma, különleges vendégek, zenekarok), valami megfoghatja őket. Ne írjon be túl sok információt, de próbáljon megfelelő cikket írni; néhány újság vagy webmagazin dönthet úgy, hogy közvetlenül közzéteszi a cikkét.

Sajtótájékoztató: egy sajtótájékoztató megszervezése az esemény előtt jó ötlet lehet a média bevonására, különösen helyben. Fontos végig gondolni, ki fog felszólalni; próbáljon meg megkérni egy híres személyt, hogy beszéljen tapasztalatairól (jobb, ha a sport világából érkezik).

Az esemény alatt

Közösségi oldalak és weboldal frissítése: az esemény során frissítse a weboldalt és a közösségi médiát hírekkel, fotókkal, történetekkel, a mérkőzések eredményeivel és interjúkkal, hogy az eseményre való odafigyelés erős legyen, és tájékoztassa az összes résztvevőt.

Fotó/videó dokumentáció: dokumentálja az eseményt minden tevékenység során fényképekkel és videókkal. Ez az anyag fontos lehet az esemény eredményeinek a nyilvánosság számára történő bemutatására, az adományozóknak/szponzoroknak szóló zárójelentésre és a jövőbeli projektek bemutatására.

Napi sajtóközlemény: küldjön minden nap egy rövid sajtóközleményt a média kapcsolattartóinak az esemény eredményeivel és a napi programmal (ha több nap van).

Az újságírók kalauzolása és vonzó történetek előkészítése: ha néhány újságíró eljön az eseményre, legyenek emberek, akik készen állnak arra, hogy körbevezessék őket a fesztiválon (gondoskodjanak arról, hogy az érintettek nagyon jól ismerjék az egész eseményt). Legyen elképzelése arról, hogy kiket lehetne megkérdezni: az újságírók mindig érdekes történeteket keresnek (mentés sporttal, migráció stb.), tudja előre, kiket hívhat interjúra (győződjön meg, az illető részt akar venni az interjún, és szögezze le előre a szabályokat az újságíróval, pl. a személy nevének megváltoztatása/ nem névtelen alany/fotók megengedve) Sajtószemle: naponta gyűjtse össze az eseményről szóló összes cikket; sokkal könnyebb lenne, mint az esemény végén.

Az esemény után

Utolsó sajtóközlemény: készítse el az utolsó sajtóközleményt, amelyet elküldhet a média kapcsolattartói számára, és közzéteheti a weboldalon és a közösségi médiában, az esemény mérlegével, a főbb eredményekkel, a kellemes történetekkel és a fotókkal együtt.

Fotó-/videógaléria: tegye közzé a legjobb fotókat tartalmazó galériát, és az esemény során összegyűjtött összes anyag felhasználásával készítse el a rövid videófilmet.

Utolsó sajtószemle: az összes cikk összegyűjtése egy kiadványban hasznos lehet mind az adományozók/szponzorok számára készített zárójelentés összefoglalójaként, mind a következő esemény előkészítéséhez és új szponzorok kereséséhez szükséges dokumentációként.

14. Az esemény népszerűsítése és kommunikációja

Melyik a nyolc lépés a hatékony kommunikációs terv elkészítésében?

1. Nyolc lépés a hatékony kommunikációs terv kidolgozásához

Társadalmi kommunikáció

A társadalmi kommunikáció a kommunikáció sajátos jellemzőkkel rendelkező szegmensét képviseli. Nagyon különbözik a kereskedelmi kommunikációtól. Társadalmi hasznossága és közérdekű célkitűzései jelentik az olyan stratégiai döntések alapját, amelyek ritkán esnek egybe a profitszerzés területén elfogadottakkal. Célja az állampolgárok oktatása és érzékenyvé tévése a társadalmi témák iránt, bizonyos viselkedésmódok megváltoztatásának ösztönzése, a lakosság tájékoztatása társadalmi probléma létezéséről, az emberek és a lakosság jólétét befolyásoló szankcionáló magatartásról, a társadalmi kapcsolatok támogatása, kapcsolatok létrehozása és a szolidaritás, a befogadás és a közösség jóléte szempontjából pozitív értékek megosztása. A társadalmi kommunikáció képes hozzájárulni az egyének tudásának és hozzáállásának befolyásolásához. Egyre több szervezet ismerte fel ezeket a lehetőségeket. Az állami intézmények, egyesületek, nonprofit szervezetek és még a magánvállalkozások is végre megértették, mennyire fontos befektetni az általános érdekű kérdésekkel kapcsolatos kommunikációs kampányokba.

A kommunikációs terv szerepe

A kommunikációs terv stratégiai dokumentum, amely a célok eléréséhez szükséges összes kommunikációs tevékenységet irányítja. Leírja, hogyan kívánjuk a megfelelő üzeneteket közölni a megfelelő emberekkel a megfelelő időben.

A kommunikációs terv fő elemei: célok, célkitűzések, stratégia, kulcsüzenetek, kreatív orientáció, költségvetés, média, termékek, idő, megfigyelés.

Ha a terv többéves időszakot ölel fel, azt a munka során frissítik.

Néhány szempont a kommunikációs terv előkészítésének tekinthető: felmérések útján megérteni a kontextust, a jelenséget, a cél jellemzőit, a „versenyzők” döntéseit.

A célközönség megértéséhez különböző módszereket alkalmazhatunk: az érdekeltek fókuszcsoportjainak/eligazításainak meghallgatása, felmérés, hogy többet megtudjon a célról; dokumentáció segítségével vizsgálja meg a jelenséget; az azonos célokat kitűző kommunikációs tevékenységek összehasonlító olvasata.

Határozza meg a kommunikációs célokat

En kulcsfontosságú. Minden a célokból fakad. A kommunikációs tevékenységek céljai a következők:

- Részletes és nem általános
- Mérhető mutatókon keresztül, amelyek kulcsfontosságú ellenőrzési pontokká válnak
- Megvalósítható és koherens a rendelkezésre álló gazdasági erőforrásokkal, idővel és eszközökkel
- Az idő határozza meg

A kampány cél és földrajzi tartománya

A kommunikációs tervnek meg kell határoznia a kampány konkrét célját. A célszegmentálás kulcsfontosságú a homogén társadalmi-kulturális csoportok megfelelő azonosításához és a kommunikáció

ennek megfelelően történő finomhangolásához.

A célmeghatározással kapcsolatos gondos munka elengedhetetlen a hatékony kommunikációs stratégiában és a megfelelő stratégiai döntésekben.

A cél felismerése lehetővé teszi a következetességet anélkül, hogy erőforrásokat pazarolnánk a valószínűleg haszontalan cselekvésekre.

A célközönség azonosítása és leírása az összes szociokulturális, demográfiai és gazdasági adat megértését jelenti, annak megértését, hogy mely elemeket használja fel és hogyan építse fel a kommunikációs kampányt.

A konkrét cél meghatározása érdekében néhány fontos információ: életkor, lakóhely, iskolai végzettség, nem, munkakör és szakma. Összetettebb elemeket, például életszínvonalat, magatartást és szokásokat is hozzá kell adni ezekhez a jellemzőkhöz.

A stratégia és eszközeinek meghatározása

A stratégia meghatározása egy olyan fontos pont, amelyre a teljes kommunikációs terv támaszkodik.

Ebben a szakaszban a legtöbb döntés az eddig meghatározott mérföldköveken (célok, célkitűzések és a rendelkezésre álló források) fog alapulni. Ezek a döntések a következőkre vonatkoznak:

- A kreativitás legfontosabb elemei (azaz kulcsszó, hangsúly, vizuális koncepció és másolat)
- Kommunikációs technikák/megközelítés (azaz egyetlen tárgy, több alany, integrált kommunikáció, nem konvencionális, gerilla marketing, relációs kommunikáció, rendkívül informatív intézményi tartalommal, közvetlen marketing);
- A használandó adathordozók (azaz vertikális adathordozók, új adathordozók);
- A kampány közvetítéséhez szükséges anyagok (videofilmek, rádióspektrumok, szerkesztőségi termékek, BTL-berendezések, sajtó és digitális anyagok, multimédiás termékek a weboldaltól és az alkalmazásoktól kezdve a statikus és dinamikus bannerekig és infografikákig, a társadalombiztosításhoz szükséges összes termékig: az oldalnyitástól a bejegyzések kidolgozásáig).

Nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy bármely szempont befolyásolhat másokat: mindennek következetesnek kell lennie, különben a kommunikációs művelet megghiúsul. A stratégia alkalmazása kommunikációs ökoszisztéma létrehozását eredményezi. Elemei kölcsönhatásba lépnek egymással, és multiplikátorhatást váltanak ki az érintkezés, a figyelem, a kapcsolatok és a reakciók szintjén.

A kommunikációs vizuális koncepció és másolat kidolgozása

Az eddig végrehajtott elemzés eredménye, amelyet érzelmi értékekké alakítottak át, a kreatív javaslat alapját képezi. Ez nem egy már befejezett kampány, mögötte kreatív ötlet van, amely grafikai elemekből, képekből és szlogenekből áll. A kreativitás nem közvetlenül része a tervnek, hanem a kommunikáció egyik motorja. Mindig emlékezzen arra, hogy a cél felé kommunikál, és nem magával: a „Nem tetszik valami” mondásnak nincs értelme, mert nem mi vagyunk a közönség. Nincs egyetlen olyan nyelv, amely bármilyen helyzetben működhessen: a nyilvántartás megválasztása funkcionális a stratégia szempontjából, ami viszont függ a célkitűzésektől és a referencia céljától.

Míg a kereskedelmi reklám a csábítás fegyverét veszi igénybe, főként a vágyak és szükségletek területén dolgozik, a társadalmi reklám ötleteket, értékeket és felelősséget alkalmaz. A társadalmi kommunikáció során használt legnépszerűbb nyilvántartási típusok a következők:

- 1. Mozgó, érzelmi, felidéző,** az emberek érzéseire, érzelmeire és empátiájára támaszkodó nyelv;

2. **Vádaskodás**, egy probléma bejelentése és az alanyok felelőssége ezen negatív helyzet tekintetében;
3. **Megdöbentő/drámai**, a valóság drámai aspektusának ábrázolása és egy bizonyos viselkedés negatív következményeinek kiemelése; a félelemre támaszkodó nyelv;
4. **Irónikus/vicces**, ennek a nyelvnek a fő célja a problémák kiemelése, a konkrét problémák reflexiójának és cselekvésének ösztönzése, de vicces hangnemben;
5. **Didaktikus**, a kategória célja, hogy tájékoztassa és irányítsa az embereket a helyes viselkedés irányába bizonyos szabályok betartása mellett.

Médiamix

A médiamix megtervezése azt jelenti, hogy olyan eszközöket kell választani, amelyek egy meghatározott költségvetés mellett eljuttatják az üzenetet a célhoz. A kampány közvetítéséhez az offline és az online média kiválasztása kulcsfontosságú momentum a kommunikációs stratégiában. A ma rendelkezésre álló rendkívüli lehetőségek fényében az emberek hajlamosak az eszközök optimalizálását az erőforrások és a célok profilja szempontjából optimalizálni. A médiamix azt jelenti, hogy olyan tervet kell összeállítani, amely lehetővé teszi a nagyon különböző jellemzőkkel rendelkező csatornák együttélését.

Esemény. E közeg közös jellemzője az interaktivitás és a közvetlen érintkezés. Az esemény kategóriába tartoznak olyanok, amelyek nagyon különböző jellemzőkkel bírhatnak, a tér jellegű nyilvános rendezvénytől a szemináriumig és a nagy konferenciáig.

Sajtó. Képes több információt közvetíteni, mint más média, lehetőséget kínálva az üzenet elmélyítésére. A közeg fontos előnye a közönség kiválasztásának lehetősége is.

Televízió. Lehetőséget kínál érzelmekben gazdag történetek közlésére, amelyek képesek az erőteljes elkötelezettségére. A televízió továbbra is különösen fontos eszköz a hatalmas közönség elérésére. Hátránya a cél konkrét szegmentálásának költsége és lehetetlensége.

Rádió. A korábbiaktól eltérően a rádiót ma fontos médiumnak tekintik, amelyet sok profitorientált és nonprofit szervezet sikeresen használ fel kommunikációs kampányai során. Ez a siker a költségek és a közönségbővítés közötti optimális kapcsolatnak, a cél szegmentálási képességének, valamint az üzenetek és érzelmek közvetítési erejének köszönhető.

Hirdetőtáblák. Ennek az eszköznek a fő jellemzője, hogy az emberek világát szólítja meg, kritikus, mert ez a közeg nem teszi lehetővé a cél szegmentálását. Az óriásplakátok esetében az üzenet egyértelmű, tömör és közvetlen. A közönség aligha képes megjegyezni a túl hosszú és összetett üzeneteket, mivel a látott idő általában rövid. A kültéri reklám előnyei között szerepel a viszonylag alacsony költség.

A szabadtéri eszköz mindenkéfelett elve érvényesül. A különféle formátumú és dinamikájú plakátok lehetővé teszik egy hatalmas, céltalan és heterogén közönség megszólítását.

Ha világos, tömör üzenettel érik el a zavart, mobil közönség figyelmét, akkor képesek nyomot, emléket hagyni.

Közösségi web. A digitális a preferált csatorna a fiatalokkal való kommunikációhoz, és a beruházásokat a közösségi hálózatokra kell összpontosítani. Valószínűleg a gazdasági válságnak és a rendelkezésre álló költségvetés ebből következő csökkentésének volt elsődleges szerepe a webes világ elterjedésében számos profitorientált és nonprofit szervezet körében. Sokan azt állítják, hogy a kommunikáció jövője a kapcsolati marketingben lesz; vagyis olyan technikák és eszközök kifejlesztésében, amelyek képesek az emberek közötti egyre vonzóbb és interaktívabb kapcsolatok létrehozására és fenntartására.

Ma egyetlen más eszköz sem teszi lehetővé az internethez hasonló interakciót. A felhasználó egyre nagyobb hatalomra tesz szert a kapcsolatok növekedésével.

Sajtókapcsolatok. A médiakapcsolatok minden olyan kapcsolattartási, kommunikációs és információs tevékenységet érintenek, amelyet kifejezetten a médiának címeztek, és amelynek célja egy üzenet átadása a szervezeten kívül.

Nyomonkövetés és az eredmények értékelése

A kampány előrehaladásának ellenőrzésére szolgáló pillanatok megtervezése a kommunikációs terv alapvető részét képezi. Még ha hiszünk is a stratégiában, készen kell állnunk a változtatásra a kapott eredmények alapján.

Mindez egy ellenőrzési és értékelési tevékenységen megy keresztül, amelyet a kampány különböző közbenső szakaszaiba kell ütemezni.

Ez a programozás lehetőséget nyújt a beavatkozásra és a stratégia frissítésére a tevékenység végrehajtása során összegyűjtött információk alapján.

Ugyanilyen fontos egy elemzés elvégzése a kampány végén, hogy mérjék a célok elérését és az elfogadott stratégiák kritikus pontjait.

Ez az út a fő teljesítménymutatók (KPI-k, azaz az eredmények mérésére használt mutatók) azonosításán alapul, és ütemtervet biztosít az elemzési lépésekhez és az adatgyűjtési módszerhez. Az elemzési lépések ütemezése és az adatgyűjtési módszer elsősorban az eredmények mérésére szolgáló kulcsfontosságú teljesítménymutatók (KPI) helyes megválasztásán alapul.

HOGYAN KOMMUNIKÁLJUNK EGY TÁRSADALMI ESEMÉNYT?

15. Társadalmi esemény kommunikációja

Az eseményeknek tartalmazniuk kell a közösségi marketinget valamilyen mértékben, mivel ez a stratégia bebizonyította, hogy segíti a szervezőket:

- Az eseménytudatosság építésében
- Információs csatorna létrehozásában, amely vonzó módon biztosítja a résztvevők elvárásait
- Az eseményhez kapcsolódó társadalmi témák tudatosításához való hozzájárulásban

Az események közösségi marketingje mindenképp az emberek és a potenciális résztvevők elkötelezettségéből fakadó multiplikátorhatást ösztönzi. Az üzenetek láthatóságának leghatékonyabb módja, ha bevonja támogatóit a terjesztésbe: minden olyan személy, aki társadalmi csatornákon követi az Ön szervezetét vagy rendezvényét, kapcsolataival segíthet az üzenet terjesztésében. Ez a részvétel legegyszerűbb és legközvetlenebb formája, és emiatt potenciálisan a legtöbb embert bevonhatja, és ez az első lépés az igényesebb bevonási formák felé.

A nagy online részvétel ösztönzése hasznos lehet mind az információk terjesztése, mind pedig egy olyan közösség felépítése szempontjából, amely offline is részt vesz az Ön tevékenységeiben.

Ezenkívül a közösségi esemény online terjesztése megkönnyíti a visszajelzések összegyűjtését, amely elsősorban valós idejű környezetekben (például eseményekben) értékes, az elkötelezettség mérését kínálja és értékes betekintést generál, amelyek felhasználhatók a jövőbeni kutatáshoz és a hírnév kezeléséhez.

Végül egy változatos online marketing stratégia kiterjesztheti az esemény hatását tényleges időpontján túl, interaktív elemet adhat hozzá, és olyan forrásokat biztosíthat, amelyek bármikor és bárhol elérhetők.

Hogyan lehet megtervezni egy társasági esemény online kommunikációját

A kommunikációs terveknek az eseménykommunikációval történő integrálásakor kövesse a kommunikációs terveknél már tárgyalt elveket és stratégiákat (lásd az X.Y. bekezdést): végezzen kutatást a közönség körében, és kínáljon elvárásaikon felüli élményt az esemény céljához és céljaihoz igazodó különféle csatornák és formátumok felhasználásával. Először tisztázza az eseménykommunikációs terv céljait, célkitűzéseit, stratégiáját és hangnemét.

Ne feledje, hogy ha már van egy általános kommunikációs terve a szervezet/kampány számára, akkor az eseménymarketing integrált és koherens kell legyen.

Miután meghatározták az eseménymarketing terv fő pilléreit, a további lépéseket három szakaszra kell bontani: **esemény előtti, esemény alatti és esemény utáni**. Minden eseményperiódushoz hozzon létre egy tartalmi naptárt, és egyeztesse azt az eseménymarketing céljaival, biztosítva a problémamegoldó összetevőt is.

Gondoljon arra, hogy a résztvevőknek milyen problémái vagy kérdései lehetnek: a napirendtől a szállásig, a helyszínre utazásról, a környéken lehetséges tennivalókról, regisztrációról, jegyek vásárlásáról stb.

A legnagyobb előnyökkel a következők rendelkeznek:

Legyen mobilbarát: Vegye figyelembe, hogy a potenciális résztvevők nagy többsége okostelefont használ az eseményekről szóló információk kereséséhez, ezért kommunikáljon mobilbarát tartalmak és formátumok használatával.

A tartalom megoszthatóvá és interaktívá tétele: A cél a kapcsolatok kiépítése és beszélgetés folytatása valós idejű eszközök használatával, például élő közvetítéssel vagy közösségi falakkal a szünetben, élő hírcsatornákkal vagy idézetekkel szónokoktól. A gamification egy másik technika, amely jól alkalmazza a konferencia-marketinget; például versenyek létrehozása, ahová a résztvevők saját tartalmukat küldhetik be. Ezzel áthelyezi a hangsúlyt a tartalom és az érték származására a szervezőtől a résztvevőig. Az ötletek magukban foglalják a csevegéseket, az előző évi résztvevők vagy jövőbeli résztvevők videótörténeteit, a kulisszák mögötti felvételeket.

Győződjön meg arról, hogy a tartalom a megfelelő időben jelenik meg.

Ez a célközönség életmódjától függ. Általánosságban elmondható, hogy az ifjúsági tartalmat délután vagy ebéd után kell közölni.

A megfigyelés az események digitális marketingjének fontos eleme. Olvassa el a megjegyzéseket és ellenőrizze online a résztvevők elkötelezettségét, mert az szintén befolyásolja az esemény hírnevét.

Miután az esemény véget ért, ne feledje, hogy a tartalom létrehozását a tartalom gondozása követi. Fontolja meg az esemény során keletkezett vizuális tartalmakon a nagy betűs írást, ilyenek például a videók, az esemény legfontosabb pillanatait összefoglaló blogbejegyzések, SlideShare-prezentációk, Pinterest-táblák, vagy tegye lehetővé a legfontosabb munkamenetekhez való virtuális hozzáférést. És természetesen mindig pozitív megjegyzéssel fejezze be, ha személyre szabott köszönő üzeneteket küld e-mailben vagy a közösségi hálózaton.

Közösségek kezelése és a nehézségekkel való szembenézés

Általános, illetve társadalmi szempontból, a társadalmi esemény online terjesztése egy online közösség létrehozását vagy interakcióját jelenti. Ez konkrét kihívásokkal és jó megoldási készségekkel jár. Ez egyrészt rengeteg lehetőséget jelent (amint azt a X.Y. bekezdésben említettük), másrészt a társadalmi kérdések online kezelése megnyithatja az utat a gyűlölködők és az online támadások előtt. Ha ez megtörténik, a közösségi média menedzserének és a közösségi média újságírónak nagyon óvatosnak kell

lenniük.

Ahhoz, hogy jól megértsük, hogyan kell kezelni az online közösséget és hogyan kell a támadásokat elkerülni, gyakorlatilag öt alapvető pontot kell tanulmányozni. Ezek a pontok fontosok az online közösség bármely architektúrája számára, de még fontosabbá válnak, amikor kritikus helyzetek kezelésére kerül sor.

Az online közösség alapvető szempontjai a következők:

- Üzenet
- Cél
- Megfigyelés
- Megértés és racionalitás
- Beavatkozás

Üzenet

Egy esemény üzenete egy egyszerű felsoroláspont, amely 4 állítást foglal össze, melyek igazak az eseményre. Az üzenet négy oszlopa összefoglalja az esemény értékeit, jövőképét és küldetését. Az értékek és a hit szavakba foglalása hasznos hisz így az emberek motiváltabbak lesznek az eseményen való részvételre.

Cél

Mielőtt kapcsolatba lépne a felhasználókkal, tudnia kell, kivel beszél. Férfiak vagy nők? Kiskorúak vagy felnőttek? Vigyázzon: nemcsak támogatókról, hanem ellenfelekről is beszélünk! A közösség mögött álló emberek kategóriáinak ismerete nemcsak annak megértésében hasznos, hogy miként és mit írjunk előre, hanem azért is, hogy milyen reakciókat várunk.

Megfigyelés

Fontos az online beszélgetések aktív figyelemmel kísérése. Számos dologban segít nekünk:

- Megérteni mit gondolnak az emberek
- Segítség vagy információ kínálása azoknak a felhasználóknak, akiknek szükségük van rá
- A bíráló tartalom megakadályozása

A megfigyelés inspirációt kínál arra is, hogy milyen tartalmat kellene még közzé tennünk, vagy hogyan kellene megírni: az elkötelezettség azt sugallja, hogyan optimalizálhatjuk az online kommunikációt.

Ezenkívül a megfigyelésnek nemcsak a közösségi média csatornáin keresztül kell történnie. Figyelheti a hashtageket vagy az egyes témákat, hogy jobban megismerje az adott kérdéssel kapcsolatos álláspontokat és érzéseket.

Megértés és racionalitás

A digitális stratégiában az egyik leginkább alulértékelt tevékenység a megjegyzésekre adott válaszok. Mielőtt ezt megtenné, gondosan olvassa el az üzeneteket, és próbáljon pozitív lenni.

Az online beszélgetés olvasása hasznos, de stresszes is. Az ellentmondásos állítások, hamis hírek, düh és csalódás egész napos olvasása közvetlenül érinthet minket. Legyen racionális. Ha online kell irányítania egy közösséget, akkor magabiztosnak és nyugodtnak kell lennie, amikor problémákba ütközik.

A negatív érzéseink másokra rossz hatással vannak, és kockáztatjuk, hogy újabb hibákat követünk el.

Amikor válaszol, legyen udvarias és intézményes. A nyugodt és udvarias hangnem fenntartása csökkenti az ellenfél agresszivitását, megakadályozva, hogy a másik oldalon lehetőséget találjon a negatív érzelmek felpeszditésére. Ezenkívül megmutatja a vita nézőinek, hogy Ön irányítja a vitát. Jó helyzetbe hozza, lehetővé téve a teljes körű tájékoztatást, valamint megnehezítve a harmadik felek támadásait.

De ne essen csapdába. Nem kell minden megjegyzésre válaszolni. Ne válaszoljon, ha a felhasználó provokálja az embereket, és nem ötleteket ad, trollkodik a felhasználókkal, vagy erőszakos és alantas nyelvezetet használ. Ebben az esetben nem éri meg válaszolni, mert nem egy párbeszéddel áll szemben. Bizonyos esetekben a megjegyzés elrejtése lehet a megoldás. Ez nem azt jelenti, hogy törli. A Facebooknak és az Instagramnak van egy speciális funkciója, amely lehetővé teszi, hogy elrejtse a megjegyzéseket a szerző és ismerősei kivételével mindenki előtt. Különösen, ha levélszeméttel vagy gyűlöletkeltéssel szembesülünk, el kell rejtenünk a megjegyzést.

Gyűlöletbeszéd és válságkezelés

Ha gyűlöletbeszéddel nézünk szembe, figyelembe kell vennünk a fent említett pilléreket. Proaktív kommunikációnk merészebb és hevesebb lehet, mint a gyűlöletbeszéd. Ebben az esetben a fent kifejtettek mellett két fő módon reagálhatunk:

- 1. Vonatkozó tartalom.** A téma megegyezik a vitával, de új nézőpontokat, további részleteket adunk. Mindig pozitív nyelvet használjunk. Ez segít nekünk a napirend kialakításában: mi döntünk arról, hogyan beszéljünk a kérdésről.
- 2. Nem vonatkozó tartalom.** Néha hasznos lehet az online vitát elmozdítani és másról beszélgetni. Fontos, hogy ne tűnjön bűnösnek, és valós tartalmat kínáljon.

Tippek és trükkök

- 1. Kezdje a közvetlen elkötelezettséggel.** Kezdje az üzenetét azzal, hogy „Jó reggelt Név” vagy informálisabban azzal, hogy „Szia Név”, mert ez kapcsolatot teremt.
- 2. Írjon világos és egyszerű mondatokat.** Fontos, hogy világos és könnyen érthető legyen.
- 3. Szabja személyre a válaszokat.** Szánjon egy kis időt arra, hogy reagáljon az egyes személyekre, elkerülve a copy-paste technikákat. A személyre szabott válasz gondoskodó.
- 4. Használjon udvarias hangnemet.** Ne feledje, hogy egy esemény nevében beszél, nyitottnak és intézményesnek kell lennie.
- 5. Pozitív megerősítés.** Próbálja meg elkerülni a negatív igealakokat, és próbáljon pozitív szavakat használni.
- 6. A hozzászólások megválaszolása** növeli a bejegyzés elkötelezettségét. A pozitív tartalmak megerősítése érdekében a negatív tartalmak helyett főleg a pozitívokra kell válaszolnia, még akkor is, ha ez haszontalannak tűnik. A Facebook Inc algoritmus a legsikeresebb megjegyzéseket részesíti előnyben.
- 7. Ha a megjegyzés bíráló,** akkor a megválaszolás segíthet abban, hogy ne meggyőzze az alanyt véleményének megváltoztatásáról, hanem választ adjon azoknak, akiknek ugyanazok a kétségei vannak, és lebeszélje őket ugyanazon megjegyzés írásáról. Ez azért van, mert megmutatja, hogy létezik aktív moderálás is;
- 8. Azonnal fékezze meg** a lavina hatást;
- 9. Mutassa meg, hogy nyílt** és tudja, hogyan kell felelősséget vállalni az állításaiért.

HOGYAN LEHET EGYEZSÉGET KÖTNI AZ ESEMÉNY NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE?

16. Hálózat és Partnerek

A társadalmi események, akár csak a Mondiali Antirazzisti és hasonló, nem cselekedhetnek önállóan. A társadalmi befogadás hosszú távú „évi 365 napos” célkitűzéseinek elérése érdekében alapvető fontosságú egy állandó partnerség kialakítása a területen, rendszeresen bevonva az egyesületeket az érdeklődést élvező témákba. Ezeknek a tevékenységeknek nem csupán egy „zsúfolt” rendezvény megszervezése a célja, hanem egy befogadóbb környezet megteremtése az emberek számára.

A hálózat létrehozásának megkezdéséhez kezdje meg az érdekelt területen működő egyesületek és klubok feltérképezését (lásd a táblázatot a példakkal), kezdve a helyiekkel (például klubok esetén) a kommunikációs tevékenységek országos szintjéig.

Ebben a fejezetben arról beszélünk, hogy milyen hálózati tevékenységek léteznek az esemény pénzügyi támogatásához, lásd a „pénzügyi fenntarthatóság” mezőt (.... oldal).

Országos intézmények

Az országos intézményeknek nagyon formális kommunikációra van szükségük, és bevonásukhoz az eseményt mind földrajzi, mind tartalmi szempontból kiterjedtebb kontextusba kell helyezni. Kérheti tőlük az esemény hivatalos támogatását, például pártfogást, amit az egyesület nevére írnak a hivatalos útmutatásokat követve.

Helyi testületek (Önkormányzatok, Tartományok, Régiók) A helyi testületek politikai és gyakorlati támogatást is nyújthatnak az eseményeihez: közelebb vannak mint az országosok, és gyakran szeretnének részt venni helyi eseményeken. A kommunikáció még mindig hivatalos; forduljon hozzájuk jogi képviselője által aláírt levelekkel, amelyekben a támogatásukat kérik. Megpróbálhat bizonyos tekintetben pénzügyi támogatást is kérni; a legelterjedtebb a nyilvános tér ingyenes használata (például terem egy értekezletre). Jó ötlet a helyi testületek képviselőinek meghívása az ünnepségre üdvözlésük vagy hasonló eljárás céljából, és/vagy felkérni őket, hogy hivatalos csatornákon keresztül népszerűsítsék a rendezvényt.

Egyetemek, kutatók, professzorok

Az egyetemek részvétele számos szempontból hasznos: a fiatalok részvételének ösztönzése, a szervezési módszerek fejlesztése és a kommunikációs erő növelése.

Az egyetemek számára felajánlható javaslatok között szerepelnek: szakmai gyakorlatok a hallgatók számára, rendezvényének bemutatása „esettanulmányként” egyes kutatók számára, valamint további kreditek a hallgatók számára az önkéntes tevékenységekben való részvételükért.

Helyi civil szervezetek és egyesületek, helyi közösségek

Ez a partnerségi tevékenység egyik alapvető célja. A nem sportegyesületekkel való együttműködés alapvető fontosságú a kapcsolat megteremtésében abban a térségben élőkkel, ahol az eseményt tervezi és a kulturális részt összeolvasztja a sporttal. Az egyesületek bevonásának legjobb módja az, ha bemutatja nekik a projektjét/eseményét, segítséget kér tőlük, és felajánl nekik egy helyet, ahol népszerűsíthetik napi tevékenységeiket. Például: ha általában főzőképzést kínálnak, megkérhetik tagjaikat, hogy főzzenek az eseményre, vagy ajánljanak fel ingyenes mintát. Ily módon szolgáltatást nyújtanak és láthatók a potenciális új gyakornokok számára; egy fotózással foglalkozó egyesület felhasználhatja rendezvényét gyakorláshoz és néhány jó felvétel készítéséhez; egy könyvolvasó klub az eseménynek megfelelően nyilvános előadást szervezhet egy témáról...

Migránsokkal és menekültekkel dolgozó egyesületek

Az egyesületek között jelentős helyet foglalnak el a migránsokkal és menekültekkel számos területen

közvetlenül dolgozó egyesületek: nyelvtanfolyamok, jogi segítségnyújtás, egészségügyi ellátás... Segíthetnek a résztvevők bevonásában, és maga az esemény lehetőséget adhat arra, hogy olyan emberekhez fordulhassanak, akikkel még nem dolgoznak együtt. Térképezze fel az illető érdeklődési körrel rendelkező egyesületeket, és vegye fel velük a kapcsolatot közvetlenül.

Migráns közösségek

A társadalmi befogadással szülő projektnél/rendezvényénél alapvető fontosságú a térségben élő migráns közösségek bevonása. Ennek érdekében népszerűsítheti az eseményt anyagok terjesztésével azokon a területeken, ahol a közösségek élnek és találkoznak, kulturális egyesületekben, vallási/kulturális központokban és tematikus fesztiválokon. FB csoportokkal vagy referencia oldalakkal is kapcsolatba léphet a különböző közösségekért. Az emberek bevonásának bevált gyakorlata az is, hogy anyagokat írunk a környéken élő közösségek által beszélt legtöbb nyelvre, és a migráns közösségek körében népszerű sportokat is bevonjuk.

Menekültügyi központok

A migráns közösségeket illetően ez nagyon fontos célpont, de némi figyelmet igényel: a menekültközpontokban élő embereknek néha nem ugyanaz a „mozgásszabadságuk”, és kevesebb alkalom van más emberekkel való találkozásra vagy kulturális események látogatására. Ezért nagyon fontos, hogy előzetesen vegye fel a kapcsolatot a központ adminisztrátoraiival, hogy megtudja, hogyan élnek, és kérje meg őket, hogy hívják meg az ott élő embereket az eseményre, vagy szervezzenek egy csapatot (például).

Helyi sportklubok

Ez a legkézenfekvőbb célcsoport, de némi figyelmet igényel. Amikor meghív egy klubot az eseményre/bajnokságára, tisztában kell lennie azzal a ténnyel, hogy nem a versenyképesség a fő cél, a legfontosabb dolog a tisztességes játék, a szocializáció és a befogadás. A sportkluboknak tisztában kell lenniük azzal, hogy a bajnokságnak néhány, a szokásostól eltérő „szabálya lesz”, amelyeket a fent említett témák ösztönzésére hoztak létre.

A fontos sportklubok

A rendezvény városában székelő profi sportklub részvétele kétségtelenül a média és a nyilvánosság figyelmének a hordozója. Próbáljon már előre kapcsolatot kialakítani velük; a legjobb módszer az, ha felkeresi a sajtóirodájukat és bevonja őket a projektbe. A fiatalok szektorának bevonása is jó megoldás lehet.

Sport intézmények (sportegyesületek, Sportminisztérium, Országos Olimpiai Bizottság)

A sportintézményeknek néha van egy társadalmi befogadással foglalkozó irodájuk, amelyen keresztül projekteket dolgoznak ki és/vagy támogatják a kezdeményezéseket. Térképezze fel azokat az intézményeket, amelyeknek vannak ilyen irodái, hivatalos weboldalukon keresztül és hivatalos levéllel vegye fel velük a kapcsolatot és vonzó módon ismertesse velük a tervét.

Országos média

Az országos médiák vonzása helyi eseményekre mindig nehéz. Küldhet nekik sajtóközleményeket, amelyek az esemény értékére összpontosítanak, ezeket kapcsolja össze néhány aktuális hírrel, vagy emeljen ki egyes szónokokat. Javasoljuk, hogy online kutatás révén azonosítsa a leginkább érdeklődő médiaszektor, és foglalkozzon közvetlenül azzal. Ne feledje, hogy az online média számára könnyebb a rövid híreket beilleszteni, mint a hosszabbakat.

Helyi média

A helyi média bevonását az újságírókkal való „személyes” kapcsolatbalépés útján kell megszervezni és mesélni nekik az eseményről, felhasználni az emberekhez és csapatokhoz kapcsolódó történeteket, olyan történetmesélést kell készíteni, amelyet könnyedén felhasználhatnak médiájukhoz.

Iskolák

Az iskolával való együttműködés biztosan egy pluszt fog jelenteni a rendezvénye számára, de ezt előre meg kell tervezni: az iskolák tanulóinak bevonásához be kell illeszteni az eseményét a didaktikai tervbe, és szüksége lesz a szülők engedélyére; ezért a szervezés legelején kapcsolatba kell lépnie az iskolával, és találkozni kell az igazgatóval.

Egyesületek nyári táborai

Nyáron a sport és kulturális egyesületek gyakran szerveznek gyermekeiknek és fiataljaiknak tevékenységeket. Térképezze fel ezeket a szervezeteket, és javasolja, hogy végezzenek valamilyen tevékenységet az esemény során.

LMBTI Egyesületek

Ha az Ön területén vagy a régiójában vannak LMBTI-jogvédő egyesületek, felveheti velük a kapcsolatot és meghívhatja őket, hogy vegyenek részt az eseményen csapatként és adjon teret nekik tevékenységeik népszerűsítésére. Fontos, hogy rendezvénye mindenki számára befogadó legyen.

Egyesületek a nők jogaiért

Ha az Ön területén a nők jogaival foglalkozó egyesületek működnek, vonja be őket, hangsúlyozva rendezvényének eszméjét, amely szerint a nőket bevonják a sportba. Ebben az értelemben hasznos lehet néhány javaslatot tenni vegyes csapatokra.

Fogyatékos emberekkel dolgozó egyesületek

A befogadás értelmében egy eseménynek hozzáférhetőnek kell lennie fizikai és szellemi fogyatékosággal élő emberek számára is. A fogyatékosággal élő emberekkel foglalkozó egyesületekkel való kapcsolat kialakítása jó szempont lehet a sportesemények során előforduló akadályok és azok leküzdésének megértésében.

Idősek központjai

Ha az Ön térségében vannak egyesületek/központok, amelyek idős emberekkel dolgoznak, akkor jó ötlet kapcsolatba lépni velük: bekapcsolódhatnak az előkészítő szakaszba és önkéntesként is. Ez egy módja annak, hogy hidat teremtsen a térség „történelmi” része és a hely között, ahol dolgozik, miközben megoldást kínál számukra vonzó tevékenységekre.

B. rész Fókuszban a Mondiali Antirazzisti pilot rendezvény és az előre nem látható események hatása

Bevezetés

2020-ban az EYESS projekt záróeseményeket kívánt szervezni a sporttevékenységek lezárásaként az eredmények bemutatása érdekében, mint amilyen a módszertani útmutató. 2020-at azonban a jövőben „Covid-19 járvány évként” fogják emlegetni. Az egészségügyi vészhelyzet az egész világot több millió esettel és több százezer halálessel sújtotta. Sok termelő tevékenységet hónapokig blokkoltak, és a leginkább érintett ágazatok közül kettőt, például a sportot és az események szervezését a lezárások leállították.

Az eredeti projekt ütemterv szerint a pilot rendezvényeket 2020 első felére tervezték; könnyen érthető, hogy ez, hogy nem volt lehetséges.

Csak egy partner, a dán Ollerup tudta megszervezni a pilot rendezvényt a hagyományos szervezési mód szerint, mert 2019. novemberében, az egészségügyi válság kezdete előtt elkészítették a „Mondiali Nordic Editiont”.

Ez a helyzet a klasszikus dilemmával szembesítette a partnereket: hogyan lehet kezelni az előre nem látható külső helyzeteket?

A projekt a sporton keresztüli társadalmi befogadásról, eseményekről, az együtt élő emberekről és a tapasztalatok megosztásáról szól. Hogyan lehet ezt megvalósítani, ha mindent bezártak és tilos a mozgás?

Eleinte úgy tűnt, hogy ez a vírus demokratikus, mindenkit érint (Károly hercegtől a legismeretlenebb emberig). Amikor a kormányok elkezdtek az országokat lezárni és a járványt megfékezni, radikális változást tapasztaltunk: a vírus kezdte leginkább azokat érinteni, akik nem tudták megfizetni a védelmet és a fizikai távolságtartást a túlélés érdekében.

A fenntartandó fizikai távolságtartás „társadalmi távolságtartássá” vált (ahogy sok média kezdte azonosítani, sok zavart keltve), és leginkább azokat érintette, akiknek nem volt házuk, ahová bezárkózhattak: hajléktalanok, menekültek, szegények emberek, azokat, akik még mindig háborúban élnek, vagy éhínségben szenvednek. Problémát jelentett azok számára is, akik kénytelenek voltak olyan otthonokban tartózkodni, amelyek veszélyesek lehetnek. Ilyenek a családon belüli erőszakban szenvedő nők és kiskorúak, illetve a súlyos betegek vagy fogyatékkal élők, akik segítség nélkül maradtak.

A különbség egyértelmű volt az emberek különböző élethelyzetei között is; egyesek a lezárást egy kényelmes házban töltötték, TV-sorozatokkal, internetkapcsolattal, webes fitnessszel és koktélokkal; mások egy szobában tartózkodtak másik 3 emberrel, kimenési lehetőség nélkül, internet vagy egyéb kényelem nélkül. Ez történt például a menekültközpontokban élő emberekkel, akik az EYESS projekt egyik legfontosabb célpontjai.

Ez nagyon nehéz időszak, különösen azoknak, akiknek fontosok az interperszonális kapcsolatok, a játékon és a sporton keresztüli befogadás, a baráti ölelések vagy a belőtt gól, melyek tevékenységük erejét hordozzák magukban. De mindannyian tisztában vagyunk azzal, hogy jelenleg csak így lehet kezelni ezt a járványt.

Ezért a projekt konzorciumnak az volt a feladata, hogy felújítsa az eseményt, online eszközök használatával és/vagy tiszteletben tartva az egészségügyi ajánlásokat, anélkül, hogy a projekt elveszítené fő célját: a szolidaritás és a társadalmi befogadás elősegítését.

Ez nem volt könnyű kihívás, és minden országban a partnerek más módon szembesültek a problémával. De ez a nehéz év egyben „levont tanulság” is, gyakorlati tanfolyam a „kockázatkezelésről” azok számára, akik a szociális sport területén dolgoznak. Ebben az utolsó fejezetben nem arra szeretnénk összpontosítani, amit nem lehetett megtenni, hanem a megvalósítható stratégiákra.

PILOT ESEMÉNYEK

A fő akadályt a pilot események megvalósítása jelentette, amelyek a projekt központi részét képezték volna, amelynek példáját követni kell a befogadó sportok számára. Hogyan kezeljük az eseményeket egy járvány, vagy általánosabban, egy olyan esemény során, amely nem teszi lehetővé a nagy csoportokban való találkozást?

Távolság és egészségmegőrzés

Ahol a pilot eseményeket a résztvevők fizikai jelenlétével szervezték meg, kötelező volt az egészségmegőrzés alapvető szabályait követni, például maszkot viselni, amikor az illető nem játszik, hőmérsékletet mérni és kézfertőtlenítőt biztosítani.

A partnerországokban elfogadott fő stratégia a résztvevők számának csökkentése és a nyilvánosság jelenlétének elkerülése volt az eseményen.

„A COVID-19 járvány és a megelőző intézkedések akadályozták szervezetünket abban, hogy ezt az eseményt nyáron megtartsuk; még arra is gondoltunk, hogy teljesen le kell mondjunk. De a VIDC fair play kezdeményezésének támogatásával átfogalmaztuk és kicsinyítettük a koncepciót, és a korlátozásoknak és a megelőzési intézkedéseknek megfelelően átalakítottuk.

A fő feladat a rugalmasság volt! Rövid időn belül változtatnunk kellett a tervezett sportcsarnokon és nem minden regisztrált csapat vehetett részt a koronavírus miatt. Szinte egyetlen látogatót sem engedtek be a csarnokba; nem volt lehetőségünk főtt ételeket biztosítani a résztvevőknek, csak italokat és gyümölcsöket. Ezenkívül fertőtlenítő berendezéseket, anyagokat és egyéb biztonsági intézkedéseket és személyzetet kellett biztosítanunk”- mondta Shokat, aki Bécsben szervezte a pilot eseményt.

Lehetőség szerint a pilot eseményeket nyílt téren rendezték meg, például egy parkban.

„Figyelembe kellett vennünk, hogy nem tudunk annyi résztvevőt bevonni, mint amennyit eredetileg terveztünk, mert sok olyan ember nem jött a fertőzés veszélye miatt, akik normálisan érdekeltek lennének az ilyen rendezvényekben. A magyarországi rendezvényekre vonatkozó szabályokat is be kellett tartanunk, mert havonta váltakoztak, és nem voltunk biztosak abban, hogy megengedett-e egy ilyen nagy rendezvény megszervezése szeptemberben. Azt is figyelembe kellett vennünk a programok tervezésekor, hogy elegendő helyet biztosítsunk, és ne keverjük túlságosan a résztvevőket. Végül az a helyszín, amelyet lefoglaltunk, tökéletes környezetet biztosított ennek a kérdésnek a megoldására; a különböző versenyekre (strandröplabda, futball, ultimate-frizbi) mintegy 50-100 méterre került sor egymástól. Kellékeket és felszereléseket is elő kellett készítenünk, például kézfertőtlenítőket, hőmérőket stb.”- mondta Bori Budapestről.

Az online lét

Azokban az országokban, ahol a lezárási intézkedések szigorúbbak voltak, a cél elérésének egyetlen megoldása az esemény online szervezése volt, például Olaszországban és Görögországban.

A pilot esemény online szervezéséhez a paradigmát meg kellett változtatni: nem lehetett fizikai tevékenységeket szervezni, de mégis kiképezhettük az embereket a szervezésre, átalakítva a pilot eseményeket olyan képzéssé, amely szintén hasznos lehet a rendezvény számára, amikor az lehetségesé válik. Az alábbiakban bemutatunk néhány trükköt, amelyek hasznosak lehetnek egy online pilot esemény szervezésében:

Képzési anyagok megjelenítése: elkészített videók, diák és infografikák mutathatók be, amelyek az

esemény megszervezését magyarázzák el.

Oktatóanyagok: lehetőség van egyes sportjavaslatok strukturálására és oktatóanyag készítésére, amelyet kísérletekként mutathatnak be a résztvevőknek az új sporttevékenységek esetében.

Játékok javaslata: az esemény társadalmi részének részbeni fenntartása érdekében interaktív pillanatok lehet szervezni, amikor a résztvevőket arra kéri, hogy meséljék el tapasztalataikat, vagy online szerepjátékokba vonják be őket.

„Bizonyos időbe telik, amíg visszatérünk a teljes szocializációhoz. A világ megváltozott; ez a társadalmi kapcsolatok fontosságának megbecsülésére és arra kényszerít, hogy soha ne hagyjunk senkit elszigetelve. A társadalmi különbségek drámai növekedésének elkerülése az egyetlen módja annak, hogy közelebb kerüljünk az emberekhez, különösen a kiszolgáltatott helyzetben lévőkhöz. Azonnal olyan intézkedéseket kell végrehajtani, amelyek mérsékelhetik a társadalmi elszigeteltség hatásait”- mondta Stefano, a Sulmona munkatársa.

„A távolság növeli a hézagokat. A fizikai és társadalmi távolság problémákat generál az interperszonális kapcsolatokban. A járvány befolyásolja az emberek közötti kapcsolatot. Több személyes kapcsolatra, valamint a személyes kommunikáció és a közeli találkozók és események kombinációjára van szükségünk.” (Spiros Göröghországból)

KONFERENCIÁK

Van, hogy nehéz a sport és a szocializáció pillanatának vélt sporttevékenységet online eseménnyé alakítani. Ugyanakkor a konferencia online térbe való tétele is gyümölcsöző lehet.

Az alábbiakban bemutatunk néhány pontot a negatív esemény „pozitív megőrzésére”:

Tartalom gazdagítása: ha a jelenlét kimarad, célszerű az eseményhez olyan tematikát és tartalmat hozzáadni, amelyet eredetileg nem terveztek. Ez azért lehetséges, mert az online esemény ideje sűrített, így rövidebb idő alatt több tartalom is elérhető.

Növelje a felszólalók számát: mivel nem szükséges utazásért és szállásért fizetni a felszólalóknak, többet is meghívhat, így sokkal több embernek adhat hangot.

Magas szintű előadók: tudjuk, hogy mindig nehéz bevonni a magas rangú előadókat, mert mindig tele vannak meghívásokkal, és nehéz egy-két napra kimozdulniuk egy rendezvényre.

Ebben az esetben egyszerűen csak csatlakozhatnak és az idejükből csak fél órát kell erre szánjanak.

Növelje a résztvevők számát: nyugodtan meghívhatja nemcsak a projektjeiben résztvevő embereket vagy a kapcsolódó egyesületeket, hanem terjesztheti az üzenetet világszerte és nagyobb közönséghez juthat el.