

TO INCLUSION

THE CIRCULAR WAY

Vadlī nijas par izpratnes veicināšanu, kampaņas kas saistītas ar Aprites Ekonomisko Veidu



YOUTH EMPOWERMENT THROUGH CIRCULAR ECONOMY



Co-funded by
the European Union

Ievads	1
1. daļa – Arites ekonomika	2
2 daļa - Galvenie veiksmīgu informēšanas kampaņu elementi	3
<i>Definē savu mērķi un mērķauditoriju</i>	3
<i>Pieejamā valoda</i>	3
<i>Grafiskais dizains</i>	4
<i>Praktiski piemēri / Atsauces</i>	4
<i>Pasīvās un aktīvās metodoloģijas</i>	4
6. <i>Sadarbība</i>	7
7. <i>Izplatīšana</i>	7
8. <i>Darbības plāns</i>	9
9. <i>Novērtējiet rezultātus</i>	9
3. daļā - Veiksmīgu informēšanas kampaņu piemēri	11
4. daļa - Papildu resursi.....	15

Ievads

Šīs vadlīnijas ir viens no rīkiem projektā "Circular Way to Inclusion", kura mērķis ir attīstīt un uzlabot jauniešu prasmes aprites ekonomikā. Šo norādījumu galvenais mērķis ir nodrošināt ar nepieciešamo informāciju darbiniekus un brīvprātīgos no jauniešu organizācijām, lai radītu ietekmīgas informēšanas kampaņas, kas iedvesmo nākamo paaudzi pieņemt ilgtspējīgas prakses un radīt pozitīvu ietekmi.

Mērķauditorija:

Šis materiāls ir izstrādāts galvenokārt jauniešu organizāciju darbiniekiem un brīvprātīgajiem, kuriem ir iespēja pilnveidot un atbalstīt jauniešus dzīvot ilgtspējīgi un pieņemt aprites ekonomikas prakses.

Kampaņas par sociālās iekļaušanas, aprites ekonomikas, izglītības un vides atbildības tēmām spēlē būtisku lomu sabiedrības informēšanā un paradumu maiņā. Risinot šos jautājumus, šīs kampaņas izglīto un motivē cilvēkus pieņemt ilgtspējīgas prakses, veicinot līdztiesību, samazinot vides ietekmi un aktīvu iesaistīšanos sabiedrībā. Tās ir spējīgas mainīt indivīdus, kopienas un uzņēmumus, veidojot iekļaujošāku, ilgtspējīgāku un apzinātāku sabiedrību. Tāpēc ir svarīgi atbalstīt un pastiprināt šīs kampaņas, atzīstot to pozitīvo ietekmi uz sabiedrību un vidi.

Saturs

Materiālā sniegtā informācija ietver praktiskus padomus par kampaņu plānošanu, vadīšanu un izpildi, ar teorētisko saturu un komunikācijas stratēģiju piemēriem, izglītības aktivitātēm un metožu implementācijas un novērtēšanas veidiem. Tas tādējādi veido soli pa solim ceļvedi darbiniekiem un brīvprātīgajiem, lai iedvesmotu un pilnveidotu jauniešus un sasniegtu labus rezultātus savās kampaņās.

1. daļa – Aprites ekonomika

Šīs tēmas mērķis ir parādīt caur tabulu ilgtspējīgas attīstības stratēģiju R principu nozīmi, ko katrs no tiem nozīmē un kā tas ir savstarpēji saistīts ar aprites ekonomiku. Kā arī dažus projektu piemērus, kas darbojas šajā koncepcijā, lai izmantotu tos kā atsauci un saprastu iespēju izmantot aprites ekonomiku dažādos sektoros un uzņēmumos.

CIRCULARITY AND "R'S"			
Strategies			
<p>Circular Economy</p> <p>Linear Economy</p>	Smarter product use and manufacture	R0 Refuse Make product redundant by abandoning its function or by offering the same function with a radically different product.	
		R1 Rethink Make product use more intensive (e.g. by sharing product).	
		R2 Reduce Increase efficiency in product manufacture or use by consuming fewer natural resources and materials.	
	Extend lifespan of product and its parts	R3 Reuse Reuse by another consumer of discarded product which is still in good condition and fulfils its original function.	
		R4 Repair Repair and maintenance of defective product so it can be used with its original function.	
		R5 Refurbish Restore an old product and bring it up to date.	
	Useful application of materials	R6 Remanufacture Use parts of discarded product in a new product with the same function.	
		R7 Repurpose Use discarded products or their parts in a new product with a different function.	
		R8 Recycle Process materials to obtain the same (high grade) or lower (low grade) quality.	
	R9 Recover Incineration of material with energy recovery.		

2 daļa - Galvenie veiksmīgu informēšanas kampaņu elementi

Lai sasniegtu mērķauditoriju, radītu pozitīvu ietekmi un padarītu kampaņu efektīvākas, ir būtiski ņemt vērā šādus galvenos aspektus informēšanas kampaņu izstrādē, realizācijā un novērtēšanā:

Definē savu mērķi un mērķauditoriju

Vispirms visām kampaņām ir jābūt ar skaidru mērķa un tēmas definīciju: ko vēlaties sasniegt? Kādā konkrētā tēmā vēlaties fokusēties? Kampaņas ir efektīvākas, ja tēma ir specifiski, konkrēta un skaidri definēta.

Tad ir būtiski zināt, kas ir jūsu mērķauditorija, lai pielāgotu savu ziņojumu viņu vajadzībām un interesēm. Lai nodrošinātu efektīvāko ziņojumu, saturu un atsauces, ņemiet vērā faktorus, piemēram, vecumu, dzimumu, ģeogrāfisko atrašanās vietu un sociālo ekonomisko statusu, definējot savu mērķauditoriju.

Pieejamā valoda

Izmantojiet skaidru valodu: izvairieties no tehniskā žargona un izmantojiet saprotamu valodu, lai visi varētu saprast ziņojumu. Lai piesaistītu auditorijas uzmanību, izmantojiet radošu un iesaistošu pieeju.

Lai nodrošinātu efektīvu komunikāciju, jums jāsaprot savas auditorijas profils. Svarīgi ir ņemt vērā, kā jūsu ziņojums var tikt uztverts atkarībā no sociālā, ekonomiskā un politiskā konteksta un cik lielā mērā ziņojums ir aktuāls viņiem pašreizējā situācijā.

Ir iespējams demonstrēt ziņojuma aktualitāti, saistot to ar auditorijas tēmām un personiskajām pieredzēm. Piemēram, "Kā šī ziņa patiesībā var ietekmēt jūsu ikdienu, jūsu ģimeni, jūsu kopienas?". Šie jautājumi var radīt vislabāko intonāciju, vai tas būs formāls vai neformāls, atkarībā no saņēmēja profila.

Grafiskais dizains

Kad kampaņas mērķauditorija ir jaunieši, ir liels izaicinājums lai iegūtu viņu uzmanību, ņemot vērā to, ka viņi jau ir pakļauti daudziem ziņojumiem un reklāmām. Tāpēc ir svarīgi izvēlēties vispiemērotāko formātu kampaņai.

Pašlaik lielākā daļa komunikācijas kampaņu koncentrējas uz sociālajiem tīkliem, bet jūs varat izmantot dažādu formātu kombināciju, lai padarītu kampaņu dinamiskāku, piemēram, video, infografikas, podkāstus un sociālos tīklus. Izvēlētajam formātam jābūt pievilcīgam, viegli saprotamam, viegli izplatāmam un tam jāsaturs arī vizuālas un multimedijālas sastāvdaļas (piemēram, fotogrāfijas un ilustrācijas). Kad kampaņas fokuss ir uz jauniešiem, mums ir vēl lielāks izaicinājums piesaistīt uzmanību.

Praktiski piemēri / Atsauces

Ziņojumu arī vajadzētu nodot tā, lai saistītu problēmas ar auditorijas realitāti. Lai cilvēki saprastu aprites ekonomikas nozīmi, izmantojiet reālus un praktiskus piemērus, lai ilustrētu, kā aprites ekonomika var ietekmēt viņu ikdienas dzīvi.

Tas varētu būt arī atbilstoši parādīt uzņēmumu un uzņēmējdarbības veiksmīgos gadījumus, kuri ir pieņēmuši aprites prakses un risinājumus. Lielākā daļa informēšanas kampaņu satur pamata padomus par to, kā pārdomāt patēriņa paradumus, samazināt atkritumus, izmantot materiālus atkārtoti un pareizi pārstrādāt. Skatieties labas prakses rokasgrāmatu: <https://thecircularway.eu/case-studies/>

Pasī vā s un aktī vā s metodoloģijas

Lai gūtu ietekmi, komunikācijai jāpilnveido un jāmotivē auditoriju veikt darbības. Lai to izdarītu, ir nepieciešams censties saprast mērķauditoriju, izmantojot viņu zināšanas, attieksmes, uzvedību, vai pastāvošie šķēršļi darbībai.

Organizējiet dažādu veidu aktivitātes, ne tikai pasīvus komunikācijas materiālus (piemēram, rakstiskus vai vizuālus), bet arī darbnīcas, kas prasa jauniešu aktīvu iesaistīšanos. Iepazīstiniet

ar piemēriem, lai jauniešiem izskaidrotu aprites ekonomikas jēdzienu un kā tas var ietekmēt ikdienas paradumus, izmantojot rotaļīgas un dinamiskas demonstrācijas.

Efektīvs veids, kā risināt šo jautājumu, var būt ar neformālās izglītības metožu palīdzību, kas var veicināt kritiskas domāšanas veidošanos, kā arī individuālu iesaisti. Šī metodoloģija var paplašināt didaktisko pieeju, bagātināt izglītības pieredzi, stimulēt radošumu un veicināt pieejamību un sociālo iekļaušanu.

Daži piemēri aktivitātēm:



1. **Prasmju aktivizēšana:** aktivitātes, lai noskaidrotu, kā jaunieši spēj rīkoties sadarbības komunikācijā un ko aprites ekonomikas jēdziens nozīmē viņiem. Organizējiet aktivitātes, piemēram, zīmējot, spēlējoties, rakstot vai veicot aktivitātes publiskās vietās.

2. **Pārstrādes darbnīcas un apģērbu maiņas pasākumi:**

Organizējiet nelielus pasākumus, kur jaunieši varēs mācīties pārveidot izmestos materiālus par jauniem un noderīgiem produktiem. Tas veicina radošumu un domāšanas veidu, kā pārstrādāt materiālus, nevis tos izmest. Tajā pašā laikā, viņi var arī apmainīties ar savu apģērbu un aksesuāriem ar citiem. Tas veicina ideju par apģērbu ilgmūžību, samazina tekstilizstrādājumu atkritumu daudzumu un veicina ilgtspējīgāku pieeju modē.





3. **Atkritumu revīzija:** Veiciet atkritumu revīzijas skolās vai kopienas telpās ar jauniešu dalību. Tas ietver atkritumu šķirošanu un analīzi, lai identificētu iespējas pārstrādei, kompostēšanai vai atkritumu ražošanas samazināšanai. Tas palīdz palielināt informētību par atkritumu pārvaldības nozīmi un veicina atbildīgu patēriņu.

4. **Darbī bā:** Iesaistiet jauniešus aprites ekonomikas informēšanas kampaņu organizēšanā starp ģimenēm, draugu lokiem un kopienām. Viņi var izplatīt izglītojošus materiālus, izmantot sociālo mediju platformas, lai izplatītu zināšanas un iedvesmotu citus pieņemt aprites prakses, un galvenokārt kļūt par aktīvistiem šajā jautājumā.



ilgtspējīgākai kopienai.

5. **Dot iespēju:** Vecākajai auditorijai varētu būt piemēroti integrēt politisku dimensiju, piemēram, simulējot politisku sapulci, kurā katra jauniešu grupa var prezentēt atšķirīgu interesi (vietējā kopiena, valdība, aktīvist...), lai pārrunātu, kādus pasākumus un uzlabojumus ir nepieciešams ieviest, lai īstenotu aprites ekonomiku godīgākai un

6. Sadarbība

Kad runājam par informēšanas kampaņu, ir ļoti svarīgi ņemt vērā dažādus iesaistītos dalībniekus. Sociālās ietekmes projektos, šajā gadījumā saistībā ar aprites ekonomiku, kas ietver dažādus ieinteresētos dalībniekus, ir būtiski, lai dažādas organizācijas strādātu kopā.

Sadarbība ar citām organizācijām, kas nodarbojas ar šo tēmu, vienmēr ir ļoti nozīmīgi, lai ieviestu dažādas perspektīvas tēmai. Jūs varat sazināties ar cilvēkiem no vietējās kopienas, piemēram, uzņēmumiem, ietekmīgiem cilvēkiem, kas tieši strādā ar aprites ekonomiku, aktīvistiem un politiķiem, kuri ir atbildīgi par sabiedriskās politikas īstenošanu, kas ir saistīta ar šo tēmu.

7. Izplatīšana

Ideālu kanālu identificēšana, lai izplatītu kampaņu un ziņojumu, ir ļoti svarīga komunikācijas stratēģijai. Mediju izvēlei jābūt saskaņā ar noteiktās mērķauditorijas profilu, lai piesaistītu to, palielinātu auditoriju un radītu labus rezultātus.

Pirmkārt, ir iespējams identificēt saukļus, lai piesaistītu auditoriju, kuri var tikt izplatīti dažādos medijos un formātos. Kampaņu saukļa galvenais mērķis ir nodot spēcīgu ziņojumu kompaktā un atmiņā paliekošā frāzē, ietekmēt mērķauditoriju, izraisīt emocijas un iedvesmot rīcību.

Saukļ u/piemēru paraugi:

1. "Kopā atjaunojam planētu ar aprites ekonomiku! Atklājiet, kā jūs varat palīdzēt veikt izmaiņas."
2. "Vai jūs zinājāt, ka aprites ekonomika var palīdzēt glābt planētu? pievienojaties mūsu misijā un uzziniet, kā jūs varat būt daļa no šīs problēmas risināšanas!"
3. "Aprites ekonomika ir ilgtspējīgas nākotnes atslēga. Uzziniet vairāk par šo augošo tendenci un kā tā maina mūsu dzīves un darbības veidu."
4. "Vai jums rūp nākotne, kuru atstāsim mūsu bērniem? Atklājiet, kā aprites ekonomika var palīdzēt aizsargāt mūsu planētu un nodrošināt labāku nākotni mūsu jaunatnei."

5. "Paaudze, kas mainīs pasauli. Pieslēdzies mums aprites ekonomikā un radi izmaiņas jau šodien labākai rītdienai."

Daži kanāli, kas var tikt izmantoti informēšanas kampaņām:

Tieš saistē :



Mājas lapas: specifiska platforma, lai prezentētu kampaņu un sniegtu vairāk informācijas par projektu, paziņotu par iesaistītajiem sadarbības partneriem un organizācijām, vieta, kur publicēt jaunumus un atjauninājumus, un komunikācijas kanāls ar sabiedrību, starp citām alternatīvām, ko šis kanāls var sniegt.



Sociālie mediji: platformas, piemēram, Instagram, Facebook, LinkedIn un TikTok, ir spējīgas radīt ciešāku saziņu ar jūsu auditoriju, prezentējot saturu, kas ir saistīts ar viņu profilu un interesēm.



Informatīvais izdevums: varētu būt nozīmīgi, lai piedāvātu jaunākus ziņojumus, teorētisku saturu un piesaistītu jaunus abonētājus un auditoriju piekļūt citiem komunikācijas kanāliem, piemēram, mājas lapai, sociālajiem tīkliem, un pat veiktu reģistrāciju, pirkumu vai abonēšanu, izmantojot aicinājumu uz darbību.



Sociālās kopienas: izveidojiet grupas un kopienas, lai runātu un apspriestu saturu un izveidotu tīkla telpu.

Bezsaistē :



Reklāma: saistība ar galvenajiem plašsaziņas līdzekļiem reģionā, kas palīdz izplatīt kampaņu caur rakstiem, ziņām un informāciju avīzēs, žurnālos, radio, reklāmas paneļos un reklāmkarogs.



Pasākumi un konferences: piedalieties konferencēs, kas saistītas ar tēmu, lai varētu prezentēt projektu un izveidot tīklu ar profesionāļiem no nozares.

Mediju komplekts:

Izstrādājiet komunikācijas materiālus un dalieties ar citām organizācijām un medijiem, kas var palīdzēt ar kampaņas izplatīšanu. Nosūtiet presei paziņojumu par projektu, institucionālo prezentāciju un attēlus, kas var palīdzēt partneriem publicēt.

8. Darbības plāns

Kampaņas darbības plāna galvenais mērķis ir izstrādāt skaidru maršrutu mērķu sasniegšanai. Tā ir stratēģiska sastāvdaļa, kas detalizē specifiskus uzdevumus, termiņus un atbildības jomas. Darbības plāns ir vērsts uz strukturētu pieeju, nodrošinot efektīvu koordināciju un pasākumu izpildi. Visi iepriekš minētie elementi būtu jāiekļauj darbības plānā kā soļi, lai maksimāli palielinātu efektivitāti, sekotu progresam un palielinātu veiksmes iespējas.

Šis elements ir garākais un nozīmīgākais projekta posms. Veiksmīga darbības plāna izstrāde ir būtiska projekta veiksmē, bet tas nebūs pietiekami bez veiksmīgas īstenošanas. Šajā daļā ietilpst projektu vadīšana, lai nodrošinātu rezultātu kvalitātes kontroli.

**5W2H STRATEGIES EXAMPLE

Kontroles priekšmeti	Kas	Kur	Kad	Kurš	Kāpēc	Kā	Cik daudz	STATUS
Projekta prezentācija	Prezentācija ar visu informāciju par projektu	Tiešsaistes formāts	X	1 cilvēks	Tas ir galvenais materiāls līdzekļu piesaistei, publicitātei, komunicēšanai un projekta veicināšanai.	Ievērojiet ierosināto kopsavilkumu.	X	Development Search Revision Approval
Mājaslapa	Digitāla prezentācija par projektu	Sākumlapa	X	1 cilvēks	Digitālā lapa ar visu informāciju par projektu un vietu, kur izplatīt saturu	Ievērojiet ierosināto dizainu un saturu.	X	
Mediju komplekts	Prezentācija	Prezentācija	X	Projekta vadītājs	Projekta izplatīšana	Izplatīt projektu	X	

9. Novērtējiet rezultātus

Rezultātu uzraudzība un apstiprināšana ir būtiska, lai novērtētu informēšanas kampaņas ietekmi. Šo novērtējumu veicot, ir iespējams pārbaudīt, vai izvēlēta stratēģija bija paredzētā ietekme un vai tā efektīvi sasniedza mērķauditoriju. Ja nē, jāņem vērā izmaiņas, piemēram, satura maiņa, līdzekļu pārdale, satura pārkārtošana un tekstu pārskatīšana. Šī uzraudzība notiek paralēli ar darbības plāna izpildi, lai identificētu pielāgojumus un uzlabojumus, lai maksimāli palielinātu kampaņas ietekmi.

Rezultātu validācija ir svarīga, lai pārbaudītu, vai definētie mērķi ir sasniegti, un vai veiktie ieguldījumi ir nesuši gaidīto atdevi. Tikai ar uzraudzību un apstiprināšanu ir iespējams garantēt informēšanas kampaņas veiksmīgu norisi un vēlamu rezultātu sasniegšanu.

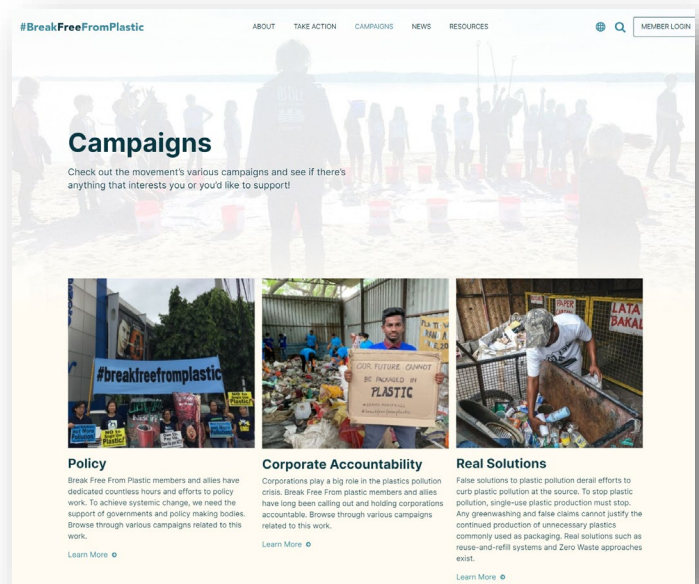
Svarīgi, lai visi iesaistītie projektā un tā izpildē varētu dalīties ar iegūtajām zināšanām, pārdomām un atsauksmēm. Projekta rezultātiem jābūt pienācīgi izrunātiem ar visiem iesaistītajiem.

3. daļā - Veiksmīgu informēšanas kampaņu piemēri

Brīvs no plastmasas:

#BreakFreeFromPlastic

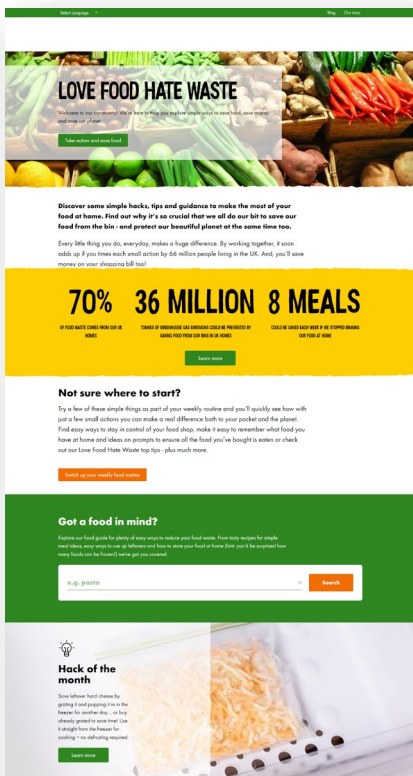
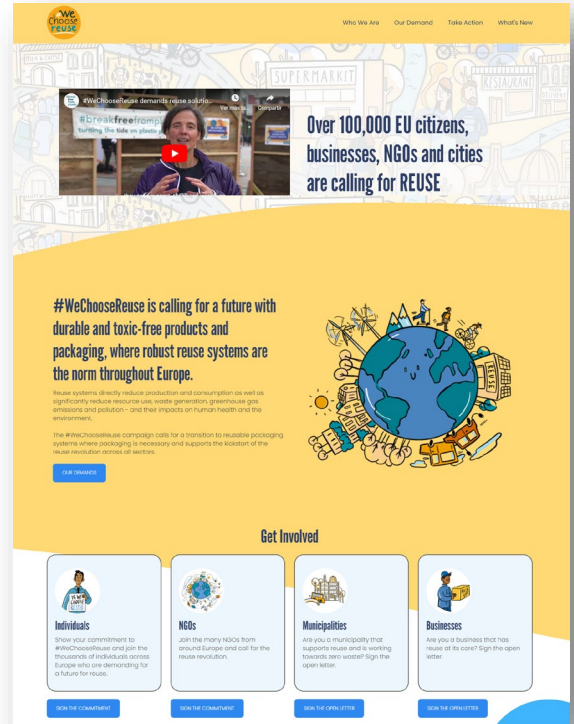
"Break FreeFrom Plastic" ir globāla kustība, kas cenšas samazināt vienreizlietojamās plastmasas pārmērīgo izmantošanu un veicināt ilgtspējības risinājumus. Šī iniciatīva cenšas paaugstināt informētību ar dažādām kampaņām par plastmasas negatīvo ietekmi uz vidi, īpaši jūrām, un izdarīt spiedienu uz uzņēmumiem un valdībām, lai pieņemtu pasākumus plastmasas atkritumu ražošanas un izmešanas samazināšanai. Dažas no jaunajiem nozīmīgajām kampaņām ir piemēram: Jauniešu samits, BFFP Jauniešu paziņojumi par globālo plastmasas līgumu.



Mēs Izvēlamies Pārstrādi:



"We Choose Reuse" ir kampaņa, ko organizē "Break Free From Plastics" ar mērķi veicināt pārstrādes risinājumus plastmasas piesārņojuma krīzei. Ar informēšanu (patērētājiem, uzņēmumiem un politikas veidotājiem) un aizstāvību " We Choose Reuse " cenšas samazināt vienreizlietojamās plastmasas izmantošanu un veicināt atkārtotu sistēmas izmantošanu iepakojumam. Mērķis ir arī samazināt atkritumus un piesārņojumu, ko izraisa vienreizlietojamie produkti, veicinot cilvēku apzinātākus izvēles patēriņa jomā.



Mīlēt Pārtiku, Ienīst Atkritumus:

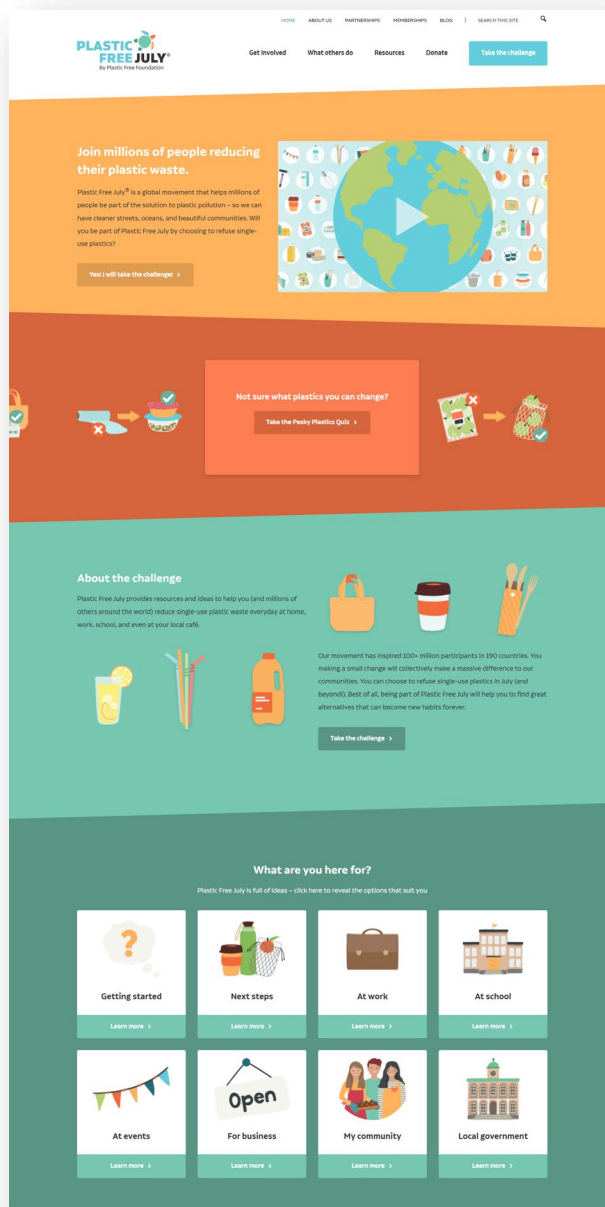


"Love Food Hate Waste" ir kampaņa, kas vērsta uz pārtikas atkritumu samazināšanu. Šī iniciatīva paaugstina informācijas iegūšanu cilvēkiem par pārtikas atkritumu negatīvo ietekmi uz vidi un sabiedrību. Kampaņa nodrošina padomus un resursus, lai palīdzētu cilvēkiem glabāt un izmantot pārtiku efektīvāk un izvairīties no liekas pārtikas izmešanas.

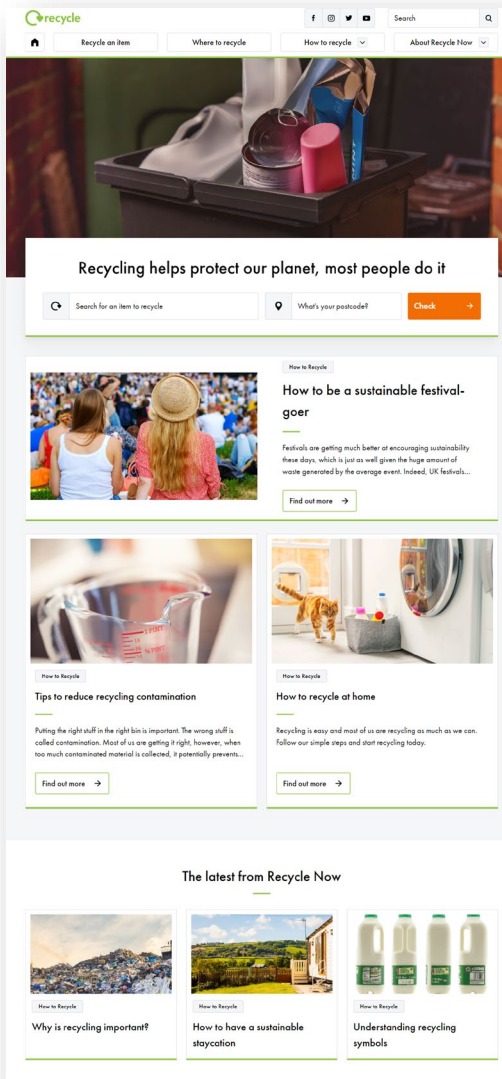
Bez plastmasas Jūlijs:



"Plastic-Free July" ir globāla kampaņa, kas izaicina cilvēkus radīt risinājumus plastmasas piesārņojuma problēmai un izvairīties no vienreizlietojamās plastmasas izmantošanas jūlija mēnesī. Šī iniciatīva veicina ilgtspējīgu alternatīvu plastmasai izmantošanu skolā, mājās, pasākumos, darbā, kopienās un citur. Kampaņas mērķis ir paaugstināt informētību par dienas kārtībā izmesto plastmasas atkritumu daudzumu un veicināt ikdienas darbības izmaiņas.



Pārstrādā Tagad:



"Recycle Now" ir Lielbritānijas kampaņa, kuras mērķis ir veicināt un izglītēt cilvēkus par Pārstrādāšanas nozīmi. Šī iniciatīva sniedz informāciju par to, kas var tikt pārstrādāts, kā pareizi šķirot materiālus un kur atrast savākšanas punktus. Kampaņas mērķis ir arī palielināt pārstrādi un samazināt atkritumu daudzumu, kas tiek nosūtīts uz atkritumu poligonu, veicinot vides saglabāšanu.

4. daļa - Papildu resursi

[Celvedis informēšanas kampaņām](#)

[Norādījumi par informēšanas kampaņu organizēšanu par svinamo krāsu](#)

[Informēšana par celšanas un komunikācijas kampaņu apmācību rokasgrāmata](#)

[Eurostat - Statistikas par Cirkulāro ekonomiku](#)

[CE Vārdnīca - Ellen MacArthur Foundation](#)

[Labas prakses - ES](#)

[Stratēģija pasākuma plānošanai](#)

[Projektu un programmu atsauces](#)

**Vadlī nijas par izpratnes
veicināšanu, kampaņās kas
saistītas ar Aprites Ekonomisko
Veidu**

**Uz Aprites ekonomikas
iekļaušanu**





YOUTH EMPOWERMENT THROUGH CIRCULAR ECONOMY