



Πρώθηση

Πώς να προωθήσετε μια πράσινη αθλητική εκδήλωση για την ευαισθητοποίηση του κοινού



Αυτό το κεφάλαιο πραγματεύεται τα θέματα προώθησης και εκπαίδευσης. Το πρώτο μέρος σχετικά με τα μέσα ενημέρωσης εξετάζει τα διάφορα εργαλεία που μπορούν να προωθήσουν μια πράσινη αθλητική εκδήλωση το δεύτερο μέρος σχετικά με την προώθηση αναφέρεται στον τρόπο προώθησης μιας πράσινης αθλητικής εκδήλωσης και το τρίτο μέρος, τον τρόπο εκπαίδευσης του κοινού σας σε περιβαλλοντικά ζητήματα μέσω της προώθησης της εκδήλωσης.

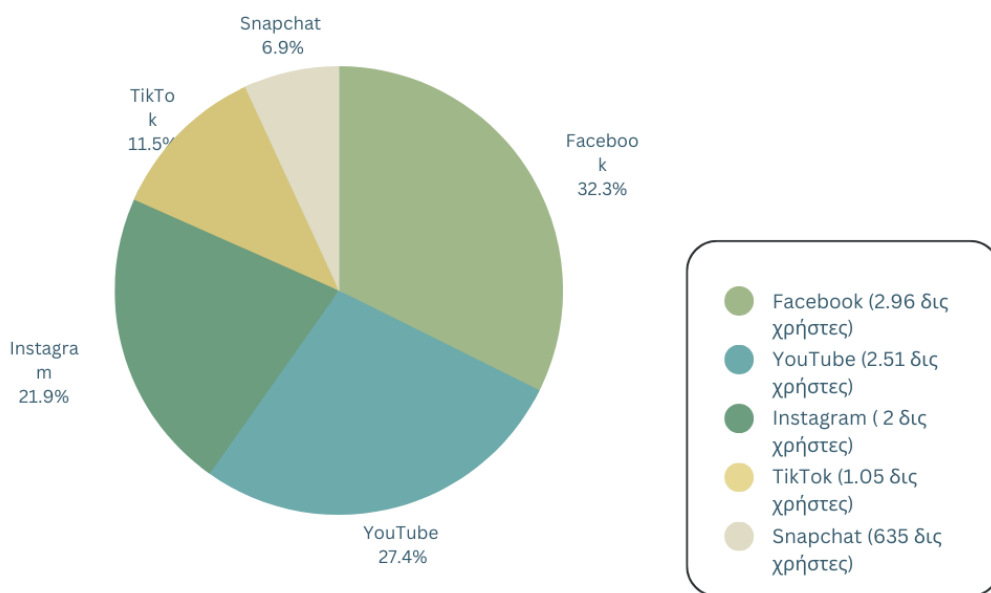
Μέσα ενημέρωσης

Το πρώτο μέρος του κεφαλαίου της προώθησης αφορά τα μέσα ενημέρωσης και περιλαμβάνει διάφορα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προώθηση μιας εκδήλωσης.

Η λέξη “media” προέρχεται από τη λατινική λέξη “medium” και σημαίνει μέσο ή ενδιάμεσο. Ο όρος περιγράφει τον τύπο, το ραδιόφωνο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media)¹². Για μια πράσινη εκδήλωση, τα συνιστώμενα μέσα που πρέπει να χρησιμοποιηθούν είναι κυρίως διαδικτυακά εργαλεία. Στις μέρες μας, τα πιο δημοφιλή μέσα για την προώθηση μιας εκδήλωσης είναι τα social media, καθώς έχουν τη δύναμη να μοιράζονται πληροφορίες, ιδέες ή γνώσεις μέσω ενός εικονικού δικτύου και να εμπλέκουν ένα ευρύ κοινό¹³.

Μερικά από τα πιο δημοφιλή social media είναι τα ακόλουθα¹⁴:

ΧΡΗΣΤΕΣ SOCIAL MEDIA



¹²[What is the media? | Macmillan Dictionary Blog](https://www.macmillan.com/dictionary/what-is-the-media)

¹³[Social Media: Definition, Effects, and List of Top Apps \(investopedia.com\)](https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-definition-effects-top-apps/)

¹⁴[Digital 2023: Global Overview Report — DataReportal – Global Digital Insights](https://www.datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report/)

Όταν χρησιμοποιείτε τα παραπάνω social media, μερικά πρόσθετα εργαλεία για την προώθηση μιας εκδήλωσης και τη δημιουργία αναρτήσεων (posts) είναι τα εξής:

- Canva (<https://www.canva.com/>)
- Movavi Video Editor (<https://www.movavi.com/>)
- Design Stripe (<https://designstripe.com/>)

Συμβουλές για τις φωτογραφίες¹⁵:

- Μορφή: JPEG, TIFF
- Μέγεθος: τουλάχιστον 1800 x 2400 pixels
- Συνοδευτική περιγραφή: ποιος/α/τι απεικονίζεται, πότε/πού τραβήχτηκε η φωτογραφία
- Συντελεστές: το έργο σας + τυχόν πρόσθετα πνευματικά δικαιώματα.
- Προσθέστε εναλλακτικό κείμενο (alt text) που περιγράφει τις φωτογραφίες σας για άτομα με προβλήματα όρασης.
- Χρησιμοποιήστε καθαρές και υψηλής ποιότητας φωτογραφίες.

Δείτε τα παρακάτω βίντεο για την ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα:

- [LIFE DEBAG - Leave plastic bags in the past, not in our seas](#)
- [IKEA – What if?](#)
- [HP Sustainability | Parallel Lives | HP](#)
- [Manufy: Fund the Future of Sustainable Fashion](#)
- [Coke Sustainability TVC](#)
- [Climate action starts at home - IKEA](#)

Επικοινωνία

Η προώθηση θα πρέπει να ξεκινήσει με στρατηγικό σχεδιασμό για την καλύτερη οργάνωση της εκδήλωσης ή της εκστρατείας και την καλύτερη προώθηση της πράσινης αθλητικής εκδήλωσης.

1ο Βήμα: Καθορίστε τον τόπο διεξαγωγής της εκδήλωσης.

2ο Βήμα: Προσδιορίστε το κοινό-στόχο σας. [Εμπλοκή της κοινότητας: μαθητές/ριες, γείτονες/ισσες, εκπαιδευτικοί, τοπικές αρχές κ.λπ. Εμπλοκή εμπειρογνομόνων: ΜΚΟ, ερευνητικά κέντρα και ιδιωτικός τομέας. Εμπλοκή σε θέματα πολιτικής: ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα, διεθνείς οργανισμοί, εθνικοί φορείς χάραξης πολιτικής κ.λπ. ΜΜΕ: τοπικές εφημερίδες, ραδιόφωνο, websites, blogs, τηλεοπτικά κανάλια]

¹⁵[Life Toolkit Communication tips booklet](#)



3ο Βήμα: Ορίστε στόχους επικοινωνίας με τη μέθοδο SMART (**S**pecific: Συγκεκριμένοι, **M**easurable: Μετρήσιμοι, **A**chievable: Εφικτοί, **R**elevant: Σχετικοί, **T**ime-bound: Χρονικά προσδιορισμένοι)

4ο Βήμα: Προσαρμόστε τη γλώσσα στα μηνύματά σας για το κοινό-στόχο σας.

5ο Βήμα: Ορισμένες βασικές ερωτήσεις στις οποίες πρέπει να γνωρίζετε την απάντηση πριν από την εκδήλωση είναι οι εξής:

- Ποια ενδιαφερόμενα μέρη θα συμμετάσχουν ή θα επηρεαστούν από την εκδήλωση;
- Ποια από τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν αρμοδιότητες (π.χ. παράδοση κ.λπ.);
- Ποια ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να επηρεάσουν το κοινό;
- Τι γίνεται με ένα περιβαλλοντικό σχέδιο; (Πόσες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου θα παράγει η εκδήλωσή μου; Ποιες θα είναι οι επιπτώσεις της; Πώς θα διασφαλίσω ότι δεν θα διαταραχθεί η άγρια ζωή;)

Με βάση τις παραπάνω απαντήσεις, μπορεί να αναπτυχθεί στρατηγικός και προωθητικός σχεδιασμός και να διαμορφωθεί η βιωσιμότητα. Η συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών στην εκδήλωση είναι απαραίτητη, διότι η συμπερίληψη και η συνεργασία πολλαπλών εταίρων μπορεί να καθορίσει μια βιώσιμη επιτροπή που θα συμβάλει στην εκδήλωση πριν, κατά τη διάρκειά της και μετά το τέλος της. Η συμπερίληψη εταίρων ή ενδιαφερόμενων μερών στη διοργάνωση της εκδήλωσης μπορεί να αυξήσει τη δέσμευση (ΜΚΟ, περιβαλλοντικές υπηρεσίες ή τοπικοί εμπειρογνώμονες) και να συμβάλει σε μια περισσότερο πράσινη αθλητική εκδήλωση μέσω της διαβούλευσης και της ανταλλαγής ιδεών.

Επιπλέον, η συνεργασία με τους ενδιαφερόμενους φορείς και τις ΜΚΟ μπορεί να προωθήσει μια πιο βιώσιμη εκδήλωση και να βοηθήσει στην παρακολούθηση των στόχων του περιβαλλοντικού σχεδίου που τέθηκαν στην αρχή της εκδήλωσης.

Η προώθηση της αθλητικής εκδήλωσης μπορεί να ξεκινήσει με τη διαδικτυακή της προβολή. Η ενημέρωση του κοινού και των συμμετεχόντων/ουσών σχετικά με το τι θα συμβεί κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης είναι μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για τη συμμετοχή τους.

Μελέτες Περίπτωσης:

Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα για το πώς η συνεργασία με οργανισμούς/ανθρώπους κ.λπ. μπορεί να ωφελήσει και να προωθήσει μια εκδήλωση.

- #WhoseSideAreYouOn:** Η [εκστρατεία](#) ξεκίνησε το 2014 και έχει ως στόχο να αναχαιτίσει το παράνομο εμπόριο άγριας ζωής. Πολλές διάσημες προσωπικότητες είναι πρεσβευτές, όπως ο Lewis Hamilton (Formula 1) και ο David Beckham (ποδόσφαιρο).
- Campaign for wildlife conservation (Εκστρατεία για τη διατήρηση της άγριας ζωής):** Η Λαϊκή Δημοκρατία του Λάος, ΜΚΟ, διεθνείς οργανισμοί, εταιρείες και εθελοντές/ριες στον τομέα της νεολαίας εργάστηκαν για τη διάδοση του μηνύματος της διατήρησης της άγριας ζωής στους/στις χιλιάδες επισκέπτες/ριες της εκδήλωσης. Η εκδήλωση καλύφθηκε από ΜΜΕ όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο με διαφημίσεις, διαφημιστικές πινακίδες και πανό με το σύνθημα της εκστρατείας.



- Γ. **International mountain biking event (Διεθνής εκδήλωση ορεινής ποδηλασίας):** Το Absa Cape Epic είναι ένας από τους μεγαλύτερους αγώνες ορεινής ποδηλασίας εκτός δρόμου στον κόσμο και διεξάγεται κάθε χρόνο στην περιοχή του Δυτικού Ακρωτηρίου της Νότιας Αφρικής. Στο πλαίσιο της εκδήλωσης, καταρτίζεται ένα σχέδιο περιβαλλοντικής διαχείρισης που περιλαμβάνει σαφείς στόχους και απαιτούμενα αποτελέσματα επιδόσεων. Το εν λόγω σχέδιο περιλαμβάνει τα επίπεδα όχλησης, τις ζημιές στο φυτικό κεφάλαιο και τον έλεγχο των αποβλήτων. Η εκδήλωση αυτή παρακολουθείται για την ελαχιστοποίηση των περιβαλλοντικών ζημιών. Ένας/Μια Υπεύθυνος/η Περιβαλλοντικού Ελέγχου (ECO) παρακολουθεί τον χώρο και διασφαλίζει ότι δεν μένουν πίσω απόβλητα. Επίσης, ένας/μια υπεύθυνος/η ελέγχου πυρκαγιάς διασφαλίζει ότι η εκδήλωση είναι ασφαλής όσον αφορά τον κίνδυνο πυρκαγιάς και διενεργεί καθημερινούς ελέγχους στα σημεία υδροληψίας.

Πριν από την εκδήλωση

Ακόμα και πριν από την εκδήλωση, η ευαισθητοποίηση σε περιβαλλοντικά θέματα θα πρέπει να είναι στην κορυφή της ατζέντας. Τα κανάλια των social media μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δείξουν στο κοινό γιατί είναι σημαντικό/τι μπορεί να κάνει γι' αυτό και τι θα συμβεί κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης για την ευαισθητοποίηση σε αυτά τα θέματα.

Κατά τη διάρκεια της ενημέρωσης εξίσου σημαντικό είναι να μοιραστείτε οικολογικά ή περιβαλλοντικά δεδομένα με το κοινό. Η προωθητική αυτή ενέργεια μπορεί να γίνει είτε στα social media είτε σε ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές. Οι διοργανωτές/ριες μπορούν να παρουσιάσουν ολόκληρη την εκδήλωση μέσω των social media. Η διαφάνεια και η ανταλλαγή πληροφοριών είναι σημαντικές, διότι το κοινό μπορεί να παρακολουθήσει τους διάφορους τρόπους που καθιστούν μια εκδήλωση περισσότερο πράσινη. Για παράδειγμα, η προετοιμασία του χώρου μπορεί να αναρτηθεί στα social media όπως και τυχόν κάδοι ανακύκλωσης στον χώρο διεξαγωγής ως ιστορίες από τα παρασκήνια.

Επιπρόσθετα, η εκστρατεία για την ευρύτερη προώθηση της εκδήλωσης μπορεί να έχει ένα hashtag και συγκεκριμένες εικόνες/χρώματα/μηνύματα για να κάνει την εκδήλωση πιο ελκυστική για το κοινό.

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης

Η προώθηση κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης μπορεί να δώσει μεγαλύτερη ορατότητα στην πρωτοβουλία. Οι ζωντανές μεταδόσεις ή η δυνατότητα διαδικτυακού ακροατηρίου μπορούν να βοηθήσουν στην προώθηση περιβαλλοντικών θεμάτων. Μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις κατά τη διάρκεια αθλητικών εκδηλώσεων είναι η μεταφορά του κοινού και των συμμετεχόντων/ουσών και οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα (CO₂). Συνεπώς, ορισμένα ακροατήρια που θέλουν να παρακολουθήσουν αθλητικές εκδηλώσεις αλλά όχι απαραίτητα να συμμετάσχουν σε αυτές, μπορούν να το κάνουν μέσω διαδικτυακού streaming που προωθεί μια βασική πτυχή της κλιματικής αλλαγής, η οποία είναι η μείωση των περιττών μεταφορών.

Η προώθηση των περιβαλλοντικών θεμάτων θα πραγματοποιείται καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης. Για παράδειγμα, αν οι διοργανωτές/ριες προωθούν μια πολιτική για την απαλλαγή από



το χαρτί ή το πλαστικό κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, τότε, πριν από την εκδήλωση, θα πρέπει να προωθήσουν την πολιτική αυτή με τη βοήθεια των μέσων ενημέρωσης και να ενθαρρύνουν τους/τις συμμετέχοντες/ουσες να φέρουν τα δικά τους ποτήρια. Ακόμη, αν οι συμμετέχοντες/ουσες που πωλούν προϊόντα στην εκδήλωση δεν εκδίδουν χάρτινες αποδείξεις αλλά μόνο ψηφιακές, οι διοργανωτές/ριες μπορούν να ενημερώσουν τους/τις συμμετέχοντες/ουσες ότι θα τις λάβουν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email).

Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, ένα άτομο μπορεί να αναλάβει τον ρόλο του/της διαχειριστή/ριας των social media για να δημοσιεύει ανά πάσα στιγμή φωτογραφίες ή ιστορίες. Εκτός από αυτό, το εν λόγω άτομο μπορεί να πάρει συνεντεύξεις από τους/τις παρευρισκόμενους/ες ή τους/τις συμμετέχοντες/ουσες και να δημιουργήσει ένα βίντεο/reel ή μια ιστορία για τα social media. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να έχει λάβει τη συγκατάθεση του ατόμου από το οποίο θα πάρει συνέντευξη.

Παράλληλα, το κοινό μπορεί να φέρει τα δικά του υλικά προς ανακύκλωση, όπως μπαταρίες ή ρούχα, ή να φιλοξενήσει διάφορα εργαστήρια κατά τη διάρκεια της αθλητικής εκδήλωσης για τον τρόπο επαναχρησιμοποίησης πλαστικών μπουκαλιών ή παλιών τζιν.

Όλα αυτά τα περιβαλλοντικά στοιχεία που θα συμπεριληφθούν στη διάρκεια της εκδήλωσης θα πρέπει να προωθηθούν εκ των προτέρων, έτσι ώστε το κοινό να είναι πλήρως ενημερωμένο για όλες τις πτυχές της εκδήλωσης, αλλά και για να διευκολυνθεί η δημιουργία περιβαλλοντικής σκέψης σχετικά με το πώς κάθε πράξη μπορεί να έχει αντίκτυπο στο περιβάλλον.

Μετά την εκδήλωση

Η προώθηση θα πρέπει να συνεχιστεί και μετά το τέλος της αθλητικής εκδήλωσης. Η κοινοποίηση βίντεο ή φωτογραφιών των συμμετεχόντων/ουσών μετά την εκδήλωση μπορεί να βοηθήσει στην προώθησή της. Μια άλλη ουσιαστική προωθητική ενέργεια είναι η ενημέρωση του κοινού σχετικά με τον αντίκτυπο της εκδήλωσης στο περιβάλλον. Για παράδειγμα, η χρήση κάδων ανακύκλωσης κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης μπορεί να συμβάλει στην προώθησή της ακόμη και μετά τη λήξη της δείχνοντας στον κόσμο πώς αξιοποιήθηκαν τα υλικά που ανακυκλώθηκαν.

Εκπαίδευση

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, μέσω της προώθησης γίνεται μια πρώτη επαφή με τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Ωστόσο, σε αυτό το κεφάλαιο, η προώθηση γίνεται εργαλείο για την προώθηση της εκδήλωσης και της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης. Η εκπαίδευση όχι μόνο αποτελεί μέρος της προώθησης μιας πράσινης εκδήλωσης αλλά επίσης είναι δύο έννοιες αλληλένδετες. Η μία δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς την άλλη. Καθ' όλη τη διάρκεια της προώθησης της εκδήλωσης, η εκπαίδευση θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα.

Πρώτον, η εκπαίδευση θα πρέπει να αφορά το τι πρέπει να γίνει. Για παράδειγμα, εξηγώντας εκ των προτέρων τι πρέπει να κάνουν οι συμμετέχοντες/ουσες ή αν χρειάζονται εκπαίδευση για να ασκήσουν ένα άθλημα και, μέσω της εκπαίδευσης σε ένα άθλημα, να αναπτύξουν τυχόν δεξιότητες και ικανότητες.



Δεύτερον, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί περιβαλλοντική εκπαίδευση. Το κοινό θα πρέπει να γνωρίζει πώς οι ενέργειές του μπορούν να επηρεάσουν το φυσικό περιβάλλον ή το οικοσύστημα και πώς μπορεί να αποφύγει τις επιπτώσεις σε αυτές τις περιοχές. Ορισμένες από αυτές τις πληροφορίες θα παρέχονται κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, ενώ άλλες πληροφορίες θα παρέχονται εκ των προτέρων ή εκ των υστέρων.

Τι μπορεί να συμπεριληφθεί στην εκπαιδευτική προώθηση μιας πράσινης αθλητικής εκδήλωσης;

Αύξηση της ευαισθητοποίησης:

- Ενημέρωση των αθλητικών ομάδων σχετικά με τη βιοποικιλότητα στον χώρο διεξαγωγής και στην τοπική περιοχή και τον τρόπο προστασίας της.
- Άμεση αποστολή μηνυμάτων προς τους/τις φιλάθλους και τους/τις θεατές/ριες σχετικά με το οικοσύστημα και την άγρια ζωή στον χώρο διεξαγωγής. Μοιραστείτε με τους/τις συμμετέχοντες/ουσες τι πρέπει να κάνουν για την προστασία του οικοσυστήματος κατά τη διάρκεια της αθλητικής εκδήλωσης.
- Αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης για διάφορα θέματα που σχετίζονται με την αθλητική εκδήλωση. Αν η εκδήλωση σχετίζεται με τη συλλογή απορριμμάτων, τότε η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση μπορεί να αφορά τη διαχείριση απορριμμάτων ή πλαστικών.
- Ευαισθητοποίηση του προσωπικού, των εθελοντών/ριών ή οποιουδήποτε άλλου εμπλεκόμενου προσώπου σχετικά με τη βιοποικιλότητα της περιοχής.
- Επικοινωνία με την περιβαλλοντική ή δασική υπηρεσία (οικοσύστημα ή βιοποικιλότητα μιας συγκεκριμένης περιοχής ή ενός χώρου) στην περιοχή ή τη χώρα που μπορεί να παράσχει πρόσθετες συμβουλές για να τις μοιραστείτε με το κοινό πριν από την εκδήλωση.
- Αστέρες του αθλητισμού μπορούν να κληθούν να μοιραστούν τις ιδέες τους για περιβαλλοντικά θέματα.
- Ενημέρωση του κοινού για τοπικές πρωτοβουλίες, περιβαλλοντικές εργασίες ή καταστήματα με προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον.

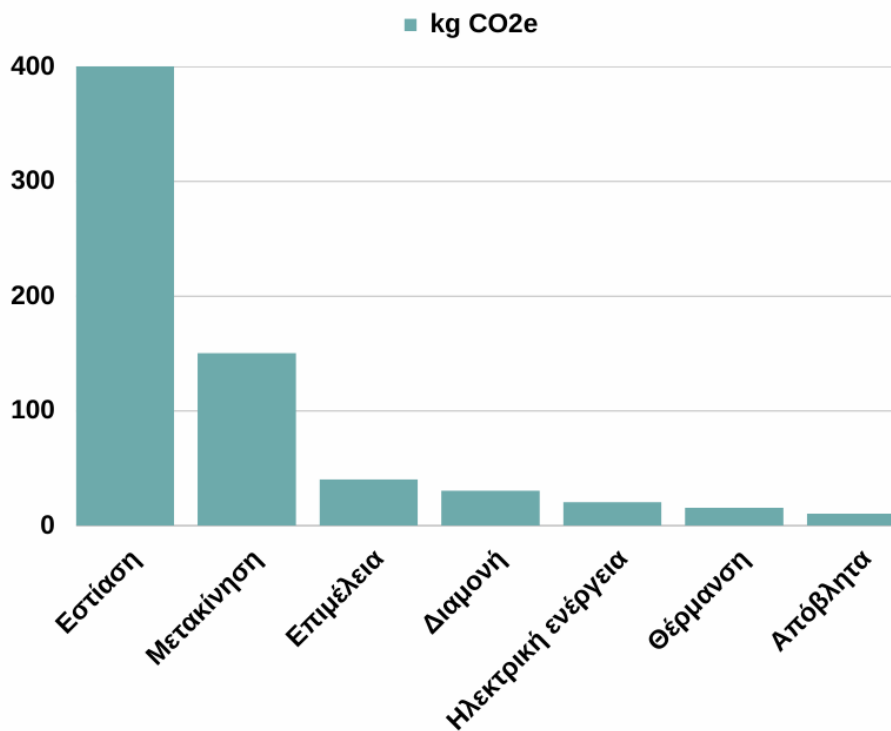
Παρακολούθηση και υποβολή εκθέσεων:

- Εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου: Μοιραστείτε με το κοινό πόσες εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου θα παραχθούν από τις μεταφορές και τις δραστηριότητες πριν και μετά την εκδήλωση.
- Τι είδους ενέργεια θα χρησιμοποιηθεί κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης (π.χ. πράσινες πηγές ενέργειας, γεννήτριες για προσωρινή παραγωγή ενέργειας, συσκευές και φωτισμός χαμηλής κατανάλωσης ενέργειας).
- Χώρος διεξαγωγής: Λεπτομέρειες σχετικά με τα χαρακτηριστικά του χώρου διεξαγωγής, τυχόν οικότοποι ή δέντρα που είναι ευαίσθητα στη διάβρωση.
- Περιβαλλοντικοί κίνδυνοι από τη διοργάνωση της εκδήλωσης στον/στην χώρο/περιοχή.
- Πώς θα προστατεύσουν οι διοργανωτές/ριες το οικοσύστημα ή τυχόν περιβαλλοντικά χαρακτηριστικά της περιοχής.

- Πώς θα αποφευχθεί η ρύπανση.
- Μοιραστείτε τις γνώσεις και τα επιτεύγματά σας - καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας.

Αυτό το website (<https://plana.earth/product>) βοηθά τους/τις διοργανωτές/ριες εκδηλώσεων να υπολογίσουν τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα που παράγουν. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, οι διοργανωτές/ριες ζητούν από κάθε συμμετέχοντα/ουσα να συμπληρώσει μια έρευνα μέσω ενός κωδικού QR. Συλλέγουν δεδομένα σχετικά με τα τρόφιμα, τη χρήση ενέργειας κ.λπ.

Κατανομή εκπομπών Scope 3 (kg CO₂e)



Συνηγορία

Η συνηγορία μπορεί να περιγραφεί ως μια δραστηριότητα που αποσκοπεί στην άσκηση επιρροής σε δράσεις και αποφάσεις εντός του πολιτικού, κοινωνικού ή οικονομικού συστήματος που αφορούν ένα συγκεκριμένο ζήτημα. Μπορεί να ξεκινήσει από ένα άτομο, έναν οργανισμό ή μια ομάδα. Αυτή η δραστηριότητα εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης στηρίζεται σε γεγονότα και μπορεί να περιλαμβάνει εκστρατείες στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, δημοσίευση ερευνών, συγκέντρωση κεφαλαίων και δημόσιες ομιλίες.

Όταν σχεδιάζετε μια διαδικασία συνηγορίας, είναι απαραίτητο να ξεκινήσετε με μια **εκτίμηση αναγκών** προκειμένου να γνωρίζετε ποιο άτομο είναι αρμόδιο και έχει τη δικαιοδοσία να λάβει τις αποφάσεις σχετικά με το αίτημα που θα υποβάλλετε. Επιπλέον, ερευνήστε τους νομικούς κανονισμούς σε τοπικό και πολιτειακό επίπεδο των κανόνων για τη συνηγορία. Αναζητήστε πιθανούς/ές συμμάχους και, αν είναι δυνατόν, οικοδομήστε και αξιοποιήστε στρατηγικά αυτή τη σχέση.

Οι πιο σημαντικές ερωτήσεις στις οποίες θα πρέπει να έχετε σαφείς απαντήσεις είναι οι εξής: **«Τι θέλω να πετύχω;»** και **«Πώς θα το πετύχω αυτό;»** Κατά τη λεπτομερή απάντηση αυτών των ερωτημάτων, θα έχετε ένα σαφές όραμα των δραστηριοτήτων και των επιμέρους στόχων που πρέπει να ολοκληρώσετε για να πετύχετε τον επιθυμητό απώτερο στόχο σας. Καθορίστε το επίπεδο της δραστηριότητάς σας (τοπικό/εθνικό/διεθνές). Ερευνήστε τι έχει ήδη γίνει και ενδεχομένως βασιστείτε σε αυτό.

Υπάρχουν δύο κύριες ομάδες-στόχοι. Η πρωταρχική ομάδα-στόχος είναι οι **υπεύθυνοι/ες λήψης αποφάσεων** (π.χ. υπουργοί, πρωθυπουργός, τοπικοί/περιφερειακοί υπεύθυνοι/ες λήψης αποφάσεων), καθώς αυτά τα πρόσωπα έχουν την εξουσία να αποδεχθούν και να ενεργήσουν σύμφωνα με το αίτημά σας.

Η δευτερεύουσα ομάδα-στόχος είναι οι **φορείς επιρροής/influencers** (π.χ. άτομα και οργανώσεις, εμπειρογνώμονες, ερευνητές/ριες, μέσα ενημέρωσης κ.λπ.), καθώς μπορούν να επηρεάσουν την πρωταρχική ομάδα-στόχο. Καλό είναι να αναλύσετε ποια είναι τα κίνητρά τους, τα ενδιαφέροντά τους και ποιες πληροφορίες πρέπει να τους παρέχετε για να συμμετάσχουν στην προσπάθειά σας.

Το **μήνυμα** που διατυπώνετε θα πρέπει να είναι σαφές και δομημένο, ούτως ώστε να μην αφήνει περιθώρια παρεξηγήσεων, καθώς θα αντικατοπτρίζει τον σκοπό και τους στόχους σας. Προσπαθήστε να παρουσιάσετε το θέμα, να μοιραστείτε την ιστορία που θέλετε να ακουστεί, να εμπλέξετε το ακροατήριο και να συνδέσετε τις αξίες και τα προσωπικά του ενδιαφέροντα με τον σκοπό σας.

Κατά την επιλογή των **διαύλων επικοινωνίας**, λάβετε υπόψη σας το επίπεδο των δραστηριοτήτων συνηγορίας σας (π.χ. τοπικό, περιφερειακό, διεθνές) και δημιουργήστε ένα σχέδιο επικοινωνίας. Καταγράψτε τα ενδιαφερόμενα μέρη που θέλετε να προσεγγίσετε και πώς μπορείτε να τα προσεγγίσετε καλύτερα. Για παράδειγμα, αν θέλετε να συνηγορήσετε σε τοπικό επίπεδο, στοχεύστε σε τοπικούς φορείς επιρροής, τοπικές ΜΚΟ και ΟΚΠ, τοπικά μέσα ενημέρωσης και εκδηλώσεις.

Η **συγκέντρωση κεφαλαίων** για τη δράση σας μπορεί να γίνει μέσω εκδηλώσεων συγκέντρωσης πόρων, ατομικών συνεισφορών, επιχορηγήσεων ιδιωτικών ή δημόσιων ιδρυμάτων. Το σημαντικό στοιχείο που πρέπει να θυμάστε είναι ότι οι δωρητές/ριές σας κατανοούν τον στόχο σας και μοιράζονται τις ίδιες αξίες με εσάς. Οι εκδηλώσεις συγκέντρωσης χρημάτων μπορούν να έχουν

οποιαδήποτε μορφή θέλετε, αρκεί να ταιριάζουν στη δράση σας. Γι' αυτό, να είστε δημιουργικοί/ές και να εξετάσετε τη χρήση ψηφιακών εργαλείων, τη διοργάνωση δημοπρασίας ή μαραθωνίου, παρουσιάσεις σε άλλες δημόσιες εκδηλώσεις, προκλήσεις, παραστάσεις, flashmobs κ.λπ. Η διαδικασία δωρεάς θα πρέπει να είναι εύκολη και διαφανής. Αποδώστε δημόσιο φόρο τιμής στους/στις δωρητές/ριές σας και επιδιώξτε να διατηρήσετε καλές σχέσεις για περαιτέρω συνεργασίες και θετική αναφορά.

Η **παρακολούθηση** της διαδικασίας συνηγορίας και των αποτελεσμάτων του σχεδίου σας είναι απαραίτητη για να βεβαιωθείτε ότι είστε συνεπείς στην υλοποίηση και εναρμονισμένοι με τους πόρους που διαθέτετε. Το σχέδιό σας χρειάζεται να είναι ευέλικτο λαμβάνοντας υπόψη τις συνεχείς αλλαγές στο περιβάλλον, ενώ εσείς θα πρέπει να είστε προετοιμασμένοι/ες να κάνετε όλες τις απαραίτητες προσαρμογές. Στην αρχή του σχεδιασμού, σκεφτείτε όλους τους πιθανούς κινδύνους που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τον στόχο σας και σκεφτείτε τρόπους διαχείρισής τους για να τον ελαχιστοποιήσετε.

Τώρα που έχετε εξοικειωθεί με τα βασικά στοιχεία της συνηγορίας, σας καλούμε να διερευνήσετε περαιτέρω αυτό το θέμα:

Πηγές για περαιτέρω ανάγνωση:

- [How to Create a Great Social Media Strategy Plan in 2023 and free Global Social Media Trends Report.](#)
- [How to plan a social media campaign, step by step.](#)
- [A 10 Step Guide to a Successful Fundraising Event.](#)
- [Three Best Practices for Sustaining Interest in Advocacy Efforts.](#)
- [Using Local Outreach to Engage the Online Generation.](#)

Συμπέρασμα

Εν κατακλείδι, η δημιουργία ενός βιώσιμου και πράσινου περιβάλλοντος στον τομέα του αθλητισμού είναι ζωτικής σημασίας για την ευημερία του πλανήτη μας και των μελλοντικών γενεών. Αν και η μετάβαση μπορεί να απαιτεί προσπάθεια και πόρους, τα οφέλη της επεκτείνονται πέρα από το να είναι φιλική προς το περιβάλλον. Με την υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών, οι αθλητικοί οργανισμοί μπορούν να αναδειχθούν σε ηγέτες του παγκόσμιου πράσινου κινήματος, προσελκύοντας τη θετική προσοχή, προωθώντας τη δέσμευση της κοινότητας και εμπνέοντας άλλους ανθρώπους να ακολουθήσουν το παράδειγμά τους. Η έννοια του βιώσιμου πράσινου αθλητικού περιβάλλοντος αποτελεί μια ευκαιρία για θετικό αντίκτυπο σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, η οποία ευθυγραμμίζεται με τους παγκόσμιους στόχους και αποτελεί παράδειγμα για τους άλλους. Είναι μια πορεία προς ένα πιο υπεύθυνο και συμπεριληπτικό μέλλον, στο οποίο ο αθλητισμός και η περιβαλλοντική διαχείριση συμβαδίζουν.

Η έννοια του βιώσιμου πράσινου αθλητικού περιβάλλοντος αφορά στην ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής ευθύνης στις αθλητικές δραστηριότητες. Υιοθετώντας βιώσιμες πρακτικές, οι αθλητικοί οργανισμοί μπορούν να συμβάλουν σε έναν υγιέστερο πλανήτη, να εμπνεύσουν θετικές αλλαγές και να αποκομίσουν οικονομικά οφέλη και οφέλη για τη φήμη τους. Το μοντέλο εμπλοκής περιλαμβάνει τη συμμετοχή σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο για την αλλαγή νοοτροπίας, την υλοποίηση συμπεριληπτικών προγραμμάτων, τη συνεργασία με τις κοινότητες και τον ρόλο των προτύπων για τους άλλους.

Η δυναμική του αθλητισμού έγκειται στην ικανότητά του να ενώνει τους ανθρώπους, να ευαισθητοποιεί και να δημιουργεί διαρκή αντίκτυπο στον πλανήτη. Μέσω της συλλογικής δράσης, μπορούμε να αξιοποιήσουμε τη δύναμη του αθλητισμού για την οικοδόμηση ενός πιο βιώσιμου και πιο πράσινου μέλλοντος.