



SISÄLLYS

Johdanto

MENETELMIÄ GLOBAALIN TAJUNNAN RÄJÄYTTÄMISEEN - 5

1.

ELÄMYSRATA, ARVOJANA, MURRESLOGAN – KIKKOJA JA NIKSEJÄ VIESTIEN ESIINTUOMISEKSI - 7

1. Arvonta - 9
2. Erikoiset tavarat - 10
3. Julisteterveiset - 11
4. Kuvaan kera sloganin - 12
5. Lompakkokortit - 13
6. Lupauskortit - 14
7. Murreflaierit - 15
8. Oma nimi erikoisella kielellä - 16
9. Pahvihahmot - 17
10. Postikorttikampanja - 18
11. Sananlaskujen jako - 19
12. Testaa itsesi - 20
13. Arvojana - 22
14. Kämmenten jäljet kankaalla - 24
15. Puhekuplakilpailu - 25
16. Symboli-installaatio - 26
17. Tarrat - 27
18. Yhdistä parit - 28
19. Muotishow - 30
20. Onnenpyörä - 32
21. Piirustuskilpailu - 34
22. Sanaselityskisa - 35
23. Tanssin opetus - 37
24. Tietovisa - 38
25. Elokuvanurkka - 40
26. Elämysrata - 41
27. Keskustelutilaisuus - 43
28. Teatteri - 44

29. Työpaja - 46
30. Teemapäivät ja -viikot - 47
31. Tavarantvaihto- ja keräyspiste - 49
32. Näyttely - 51
33. Väittämät - 53
34. Minuuttipuhe - 54
35. Väittely - 56
36. Tempaus - 58
37. Paneelikeskustelu - 61
38. Urheiluottelu ja köydenveto - 64
39. Haastattelu - 66
40. Kunnianimi tai lähettiläs - 68
41. Tietoisku - 70
42. Asiantuntijavieras etelästä - 72
43. Ostoskoju - 75
44. Kulttuuriesiintyjilläkin on asiaa - 77
45. Seminaari - 79
46. Kehitysyhteistyöhankkeen esittely - 82
47. Julkinen kulutusvalinta ja sen arviointi - 84

2.

MINIMETODEJA A:STA Ö:HÖN

ELI ARPAJASISTA ÖISEEN TEMPAAKSEEN - 86

A-D - 87

E-G - 88

H-J - 89

K-L - 90

M - 91

N-O - 92

O-P - 93

Q-T - 94

T-U - 95

V-X - 96

Y-Ö - 97



ISBN: 978-952-200-101-6

ISBN: 978-952-200-102-3 (pdf)

ULKOASU:

Anu Vironmäki

PUHEKUPLIEN MIETELMÄT:

Raimo Harjula: Parempi pakaroitta kuin päätä vailla.

500 itäafrikkalaista sananlaskua hyvästä elämästä.

Yliopistopaino 2000

Julia Cameron: Kultasuoni – matka luovuuden sydämeen (Like)

Loesje: www.loesje.fi.



Tämän julkaisun teksti on tuotettu Euroopan unionin tuella.

Sen sisällöstä vastaa yksin Kepa ry, eikä sen voida katsoa edustavan Euroopan unionin mielipiteitä.

Kepan toimintaa tuetaan ulkoministeriön kehitysyhteistyöosaston kansalaisjärjestömäärärahoista.



Menetelmiä globaalin tajunnan räjäyttämiseen

Kansainvälisyyskasvatusta, kehitysyhteistyötä ja yhteiskunnallista vaikuttamista tekevien järjestöjen tavoitteena on herättää suomalaisia maailmanlaajuiseen yhteisvastuuseen ja suvaitsevaisuuteen. Tähän oppaaseen on koottu keinoja asiapitoisen ohjelman toteuttamiseksi. Ajatuksena on ollut esitellä erityisesti sellaisia ideoita, jotka sopivat toteutettaviksi yleisötapahtumissa: ohjelmavalla, yleisön keskuudessa ja järjestöjen esittelypisteissä. Monet keinoista ovat toteuttamiskelpoisia myös erillisinä tilaisuuksina ja tempauksina.

Menetelmiä ei ole tarkoitettu sovellettavaksi kirjaimellisesti vaan enemmänkin oman ideoinnin ja suunnittelun virikkeeksi. Yleisötapahtumien ohjelmavalla toimivat parhaiten lyhyet keskustelut, väittelyt ja haastattelut. Oheistapahtumana järjestettävässä paneelikeskustelussa tai seminaarissa voi olla useampia puhujia, ja ne voivat olla kestoaltaan pidempiä. Miettikää uusia toteutustapoja ja viekää ohjelmaa yleisön keskuuteen. Keskustelutilaisuuksia ja tempauksia voi käyttää myös yleisötapahtumasta tiedottamiseen. Järjestäkää yleisötapahtumaan liittyvä seminaari ennen tapahtumaa ja mainostakaa siellä, mitä on tulossa.

Järjestötilaisuudet ja tempaukset järjestetään pääsääntöisesti vapaaehtoisvoimin. Järjestäjien voimavarat kuluvat usein tapahtuman käytännön järjestelyihin. Muistakaa kuitenkin miettiä, miksi ylittäänsä toimitte. Suomalaisten kannustamisen maailmanlaajuiseen yhteisvastuuseen tulisi säilyä tapahtumien ja tempausten järjestämisen ytimessä. Sen ei tarvitse olla vaikeaa tai ryyppyot-saista! Uudet ideat ja näkökulmat ja oma kokeminen herättävät ihmisen ajattelemaan ja toimimaan esitteiden jakamista tehokkaammin. Maailmantuskan lisäämisen sijasta on hyvä korostaa sitä, mitä jokainen ihminen voi halutessaan tehdä epätasa-arvon syiden, globaalien ja paikallisten ongelmien poistamiseksi.



Kaikkea ei tarvitse tehdä itse. Monilla järjestöillä ja viranomaisilakin on tiedotuskampanjoita ja näyttelyitä, jotka ovat saatavilla ilmaiseksi. Paikallisosastojen kattojärjestöillä on usein yleisötahtumiin tarkoitettua esittelymateriaalia järjestöjen kehitysteistyöhankkeista kampanjoihin. Käyttäkää tämän oppaan ideoita yleisön houkuttelemiseksi ja aktivoimiseksi myös hyödyntäessänne valmiita materiaaleja.

Suurin osa tämän oppaan menetelmistä on poimittu suomalaisilta kansalaisjärjestöiltä – kiitos kuuluu siis heille. Järjestöjen tuottamia materiaaleja, joita voi yleensä vapaasti lainata tai tilata ja siten hyödyntää tempauksissaan, löytyy sivuilta www.kansainvalisyyskasvatus.net. Olemme jättäneet teille tilaa myös omien ideoiden ja muunnelmien kirjaamiseen.

Oppaassa olevat itäafrikkalaiset mietelauseet on lainattu Raimo Harjulan teoksesta *Parempi pakaroitta kuin päätä vailla* ja muut Julia Cameronin teoksista.

Kiitämme lämpimästi kaikkia näitä tässä esiteltyjä menetelmiä kehittäneitä järjestöihmisiä. Lisäksi kiitämme meitä tämän oppaan työstämisessä auttaneita eli Matti Cantellia, Katariina Hilloa, Sanna Rekolaa ja Anna-Maija Sorjasta. Meillä oli hauskaa tätä tehdessä ja toivomme sen välittyvän teillekin!

*Astu varovasti toisten ihmisten maailmaan,
niin ettei se mene rikki.*

Elämysrata, arvojana, mureslogan – kikkoja ja niksejä viestien esiintuomiseksi

Järjestöille on tarjolla useita tilaisuuksia esitellä toimintaansa aina maaseutumessuista Mahdollisuuksien toreihin. Ryppyinen pöytäliina ja pari esitettä järjestön esittelypöydällä kuuluvat menneeseen maailmaan aivan kuten käsitys siitä, että aikuisten ihmisten asenteisiin ja käytökseen vaikutetaan tehokkaimmin jakamalla pelkkää tietoa. Elämyksellisyys ja osallistaminen ovat myös aikuisten kohdalla taikasanat; tie aivoihin ja käden jälkeen käy sydämen ja oman kokemuksen kautta.

Tähän osioon olemme koonneet suhteellisen helposti ja verraten vaivattomasti toteutettavia osallistavia menetelmiä lähinnä aikuisille. Lähtökohtana on, että aikuinen pysähtyy järjestön pöydän/tempauksen äärelle vain pieneksi hetkeksi ja siinä ajassa on saattava syntymään jonkinlainen yhteys järjestön asian ja ihmisen välille. Tärkeintä on aina aito kohtaaminen, mutta sen tueksi on hyvä olla perusteellisesti suunniteltu ja toteutettu menetelmä. Menetelmät on järjestetty niin, että lyhytkestoiset menetelmät on esitelty ensin ja pidemmät sitten. Pitkiin tapahtumiin voi ja kannattaakin yhdistää jotain lyhyitä menetelmiä yleisön aktivoimiseksi.

Kehityskasvatuksessa on pitkälti kysymys asenteista ja mielipiteistä, joihin ei puhtaalla tiedolla vaikuteta kovinkaan tehokkaasti. Tavoitteena onkin siksi haastaa ihminen kokemaan ja kokeilemaan jotain uutta ja sitä kautta peilaamaan omia asenteitaan. Lopullisena tavoitteena on käytöksen ja valintojen muuttaminen, joka saattaa viedä paljonkin aikaa.



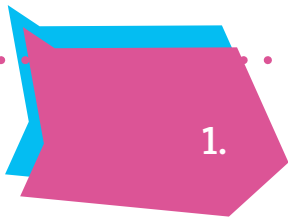
Järjestöillä on usein enemmän sanottavaa ja tehtävää kuin tekijöitä. Siksi kannattaa suunnitella ja rakentaa niin kiinnostava esittelypiste ja muutama sovellettavissa oleva tempaus tämän ympärille siten, että niitä voi käyttää monia kertoja. Näin järjestö on valmis osallistumaan tapahtumiin lyhyelläkin varoitusajalla. Tärkeää on myös se, että tapahtumiin sijoitettu aika tulee tavoitteiden kannalta tehokkaasti hyödynnettyä.

Helppo on oikein.

Aloita oikein niin pääset helpolla.

Jatka helposti, niin olet oikeassa.

Chuang Tsu



1.

Arvonta

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, interaktiivisuus, rahan kerääminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

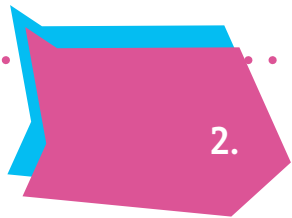
TARVIKKEET: Arvontalippuja ja palkintoja.

KUVAUS: Hankkikaa valmiita arpajaislippuja tai tehkää ne itse. Arvonta voi olla ilmainen tai maksullinen, jolloin tuotot voidaan ohjata järjestön toimintaan. Vuonna 2007 voimassa olevien säädösten mukaan arpajaislupa poliisilta tarvitaan, jos arpojen yhteenlaskettu myyntihinta on yli 2000 euroa. Palkintoina voi olla järjestön tuotteita sekä kierrätettyjä tai lahjoitettuja palkintoja. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti mahdollisimman kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus muuhun toimintaan, saatu palaute, kerätty rahasumma.

MUUNNELMAT: Samalla periaatteella voidaan järjestää myös esimerkiksi ongintaa, narunvetoa, ”purkkiin kurkkaamista” ja niin edelleen.





2.

Erikoiset tavarat

TAVOITE: Havainnollistaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

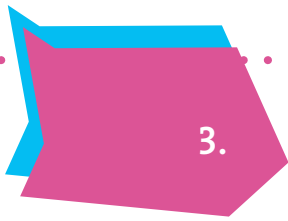
KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Mitä tahansa erikoisia tavaroita, jotka liittyvät kampanjoihinne tai ajamaanne asiaan.

KUVAUS: Kerätkää esille erilaisia erikoisia tavaroita, joita ihmiset saavat katsella ja arvuutella, mitä ne ovat tai mitä niillä tehdään. Tavaroiden on joku yhteys ajamaanne asiaan tai kampanjaan; esimerkiksi kehitysyhteistyötä tekevä järjestö voi tuoda kohteeseen tavaroita tai ympäristöjärjestö erilaisia ekologisia tuotteita. Näin huomiota keräävien tavaroiden kautta voitte havainnollistaa, konkretisoida ja tuoda asiaanne lähemmäksi ihmisiä.

ARVIOINTI: Kiinnostuneiden määrä, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Jos aitoja tavaroita ei ole mahdollista saada, voitte myös tehdä pienoismalleja tai mallikappaleita.



3.

Julisteterveiset

TAVOITE: Interaktiivisuus, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, vaikuttaminen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

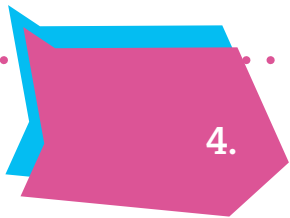
TARVIKKEET: Yksi tai useampi paksu paperi tai kartonki ja eri värisiä tusseja, jotka kiinnitetty naruun.

KUVAUS: Ihmiset kirjoittavat ajatuksensa eri värisillä tusseilla alustalle. Ison julisteen voi tehdä teippaamalla monta julistetta yhteen. Juliste voi olla tapahtuman ajan esillä, ja sitä voidaan käyttää myöhemmin tai se voidaan luovuttaa kampanjoinnin kohteelle.

ARVIOINTI: Kirjoitusten yhteen sopiminen tavoitteidenne kanssa, osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Julisteen sijaan voidaan käyttää muuta kirjoitus-pohjaa, kuten lakanaa, paperia tai banderollia.





4.

Kuvaan kera sloganin

TAVOITE: Osallistaminen, vaikuttaminen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

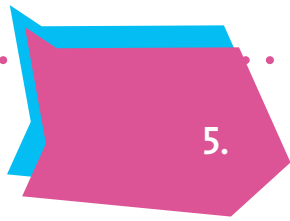
TARVIKKEET: Digikamera ja kylttejä.

KUVAUS: Tehkää valmiita kylttejä, joissa on aiheeseen liittyviä sloganeita. Ihmiset valokuvauttavat itsensä valitsemansa kyltin kanssa, ja lopulta kaikki valokuvat voidaan koota verkkosivuille tai tuleviin tapahtumiin näyttelyksi. Valokuvat voidaan myös luovuttaa kampanjoinnin kohteelle.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaan kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Ihmiset voivat myös tehdä itse sloganit kyltteihin. Kyltit tehdään paperista ja osallistajat kirjoittavat tusseilla viestinsä. Voitte myös käyttää magneettitaulua tai pientä liitutaulua. Valmiita ehdotuksia voi silti olla saatavilla.





5.

Lompakkokortit

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Itse tehtyjä tai painettuja lompakkokortteja ja pieni kulho.

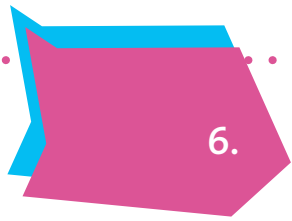
KUVAUS: Tehkää valmiiksi kortteja, joissa lukee joku aiheeseen liittyvä slogan tai ajatus, kuten "Onni tulee kokemuksista, ei materiasta" tai "Tänään minun ei tarvitse ostaa mitään", ja laittakaa ne pieneen kulhoon, josta ihmiset voivat ottaa yhden itselleen. Hyviä vinkkejä löytyy verkko-osoitteesta www.loesje.fi. Jakaessanne kortteja pyytäkää ihmisiä laittamaan ne lompakkoihinsa muistutamaan siitä, mikä on tärkeää.

Lompakkokortit voivat myös olla boikottilistoja tai vinkkikortteja, esimerkiksi "10 tapaa elää ekologisemmin". Vastaavasti lompakkokortit voivat toimia välttä ja suosi -kortteina niin, että toisella puolella lukee vältettäviä ja toisella suosittavia asioita.

ARVIOINTI: Saatu palaute.

MUUNNELMAT: –





6.

Lupauskortit

TAVOITE: Osallistaminen, vaikuttaminen.

KOHDERYHMÄ: Aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

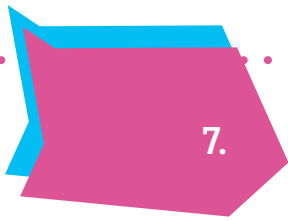
TARVIKKEET: Lupauskortit, kyniä, rei'itin, sakset, narua ja iso verkko.

KUVAUS: Lupauskortit ovat kortteja, joissa on valmiina erilaisia lupauksia, kuten "Lupaan pyöräillä enemmän" tai "Lupaan käyttää Reilun kaupan tuotteita", sekä useampi kortti, johon osallistuja saa itse kirjoittaa lupauksensa. Valitkaa valmiit lupaukset niin, että ihmiset voivat toimillaan luvata edesauttaa tavoitteidenne toteutumista. Pyytäkää osallistujia allekirjoittamaan lupauksensa.

Lupauskortit ovat hyvä väline keskustelun ja kysymysten herättämiseen. Lupauskortin voi ottaa mukaansa tai tehdä rei'ittimellä reiän ja kiinnittää pienellä narulla isoon verkkoon tai naruun, joka on ripustettu näkyvästi esille. Näin kaikkien osallistujien lupaukset voidaan koota yhteen mahdollista myöhempää käyttöä varten.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: –



7.

Murreflaierit

TAVOITE: Aiheen tuominen lähelle, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

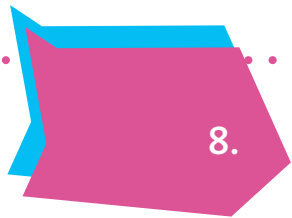
TARVIKKEET: Murreflaiereita tai julisteita.

KUVAUS: Tehkää järjestönne kampanjoimasta aiheesta pieniä paikallisella murteella kirjoitettuja tietolappusia, joita voitte jakaa ihmisille. Tarkoitus on ajaa asiaanne ja jakaa tietoa paikallisella murteella niin, että ihmiset voivat kokea sen läheiseksi ja myös humoristiseksi. Flaiereissa voi olla pidempi teksti tai ne voivat olla pieniä kortteja, joissa on vain iskevä slogan ja muutama rivi tietoa.

ARVIOINTI: Saatu palaute.

MUUNNELMAT: Murreflaierit voivat olla myös esimerkiksi pieniä kortteja, julisteita tai tarroja.





8.

Oma nimi erikoisella kielellä

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen asiaa kohtaan.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

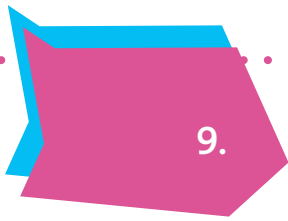
KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Kortteja, sivellin ja väriä sekä henkilö, joka hallitsee kalligrafian.

KUVAUS: Tämä metodi sopii lähinnä järjestöille, joilla on maa-kohtaisia kehitysyhteistyöhankkeita, sekä ystävyysjärjestöille tai järjestöille, joiden toiminta voidaan liittää tiettyyn maahan, jossa on käytössä erilainen kirjainjärjestelmä. Joukossanne täytyy myös olla henkilö, joka osaa kirjoittaa tätä kieltä. Pyytäkää ihmisiä kertomaan nimensä ja kirjoittakaa nimi kortille kyseisellä kielellä. Kortin toisella puolella voi olla järjestönne nimi, tietoa toiminnastanne ja esimerkiksi verkkosivujen osoite.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Metodi voidaan toteuttaa eri kielillä, esimerkiksi venäjällä tai thaikielellä.



9.

Pahvihahmot

TAVOITE: Houkuttelu aiheen pariin.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Pahvista tai puusta tehtyjä näköisihmisiä.

KUVAUS: Tehkää pahvista tai puusta isoja ihmisen kokoisia näköispatsaita, ja tukekaa ne hyvin, jotta ne pysyvät pystyssä itsensä. Patsaat voivat esittää jotain järjestönne toimintaan liittyvää henkilöä tai kampanjoinnin kohdetta. Teemastanne riippuen ne voivat esittää esimerkiksi poliittisia hahmoja tai EU:n tai G8-kokouksen keskeisiä henkilöitä. Jos käytätte hahmojen teossa valokuvia, muistakaa, että tarvitsette oikeudet kuvaan. Ottakaa pahvi-ihmiset mukaan tapahtumaan rekvisiitaksi. Ihmiset voivat halutessaan valokuvauttaa itsensä hahmojen kanssa.

ARVIOINTI: Saatu palaute.

MUUNNELMAT: Voitte tehdä ihmishahmot mistä vain materiaalista. Voitte myös tehdä esimerkiksi rakennuksia, eläimiä tai karttoja.





10.

Postikorttikampanja

TAVOITE: Osallistaminen, vaikuttaminen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

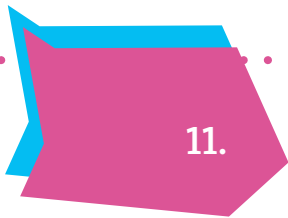
KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Postikortteja, kyniä ja palautuslaatikko.

KUVAUS: Tehkää tai tilatkaa aiheeseen liittyviä postikortteja. Pyytäkää ihmisiä kirjoittamaan kampanjaanne koskevat terveisensä korttiin nimien kera ja kertokaa, että toimitatte kaikki kortit kampanjoinnin kohteelle. Teillä voi myös olla valmiita tervehdys-ehdotuksia esillä. Ottakaa mukaan palautuslaatikko, johon ihmiset voivat laittaa valmiit kortit. Toimittakaa kortit kampanjan loppuksi saajalle. Suunnitelkaa myös, miten tiedotatte korttien kirjoittajille tuloksista.

ARVIOINTI: Postikorttien määrä, saatu palaute, osallistujien kiinnostus muuhun toimintaan, kampanjan kohteen mahdollinen reagointi, mahdolliset saavutukset kampanjoinnissa menetelmän avulla.

MUUNNELMAT: Yhden saajan lisäksi voi olla myös useampia saajia, joista kortin kirjoittaja voi itse valita haluamansa henkilön, esimerkiksi kansanedustajat.



11.

Sananlaskujen jako

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Eri maista peräisin olevia sananlaskuja pienillä paperilapuilla ja lisäksi iso astia tai esimerkiksi hattu.

KUVAUS: Kootkaa sananlaskuja eri maista ja kirjoittakaa niitä pienille lapuille. Merkitkää lapuille myös maa, mistä sananlasku on peräisin. Rullatkaa jokainen lappu kerälle ja laittakaa laput suureen astiaan, joka voi olla esimerkiksi kulho tai hattu. Voitte asettaa astian pöydällemme tai voitte kierrellä astian kanssa pöytänne lähellä. Ihmiset saavat noukkia astiasta itselleen yhden sananlaskun. Sananlaskut herättävät ihmisten mielenkiinnon ja välittävät myös pieniä vihjeitä eri maiden ihmisten ajatusmaailmasta.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Voitte jakaa myös esimerkiksi pieniä runoja, vitsejä, ekovinkkejä, energiansäästöideoita tai luomuruokareseptejä.



12. Testaa itsesi!

TAVOITE: Interaktiivisuus, visualisointi, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 5 minuuttia.

TARVIKKEET: Testilappuja, kyniä ja vastauslappuja.

KUVAUS: Tehkää valmiiksi testi- ja vastauslaput. Testin on hyvä liittyä järjestönne aiheeseen, kuten "Testaa miten vaikutat ilmastomuutokseen?" tai "Oletko kiinnostunut kehityspolitiikasta?" Testilapuissa on kysymyksen jälkeen kolme vastausvaihtoehtoa, joista vastaaja valitsee yhden.

Lopuksi lasketaan, mitä kolmesta vaihtoehdosta vastaaja valitsi eniten, minkä jälkeen hän saa vastauslapun, jossa lukee tulokset. Tulokset voivat olla esimerkiksi ilmastomuutostestissä: "Eniten A-vastauksia: Olet ilmaston ystävä", "Eniten B-vastauksia: Hyvän suuntaan menossa", "Eniten C-vastauksia: Nyt on aika muuttaa elintapoja!" Jokaisesta vaihtoehdosta löytyy vastauslapussa tarkempi kuvaus.

Kaikkien tuloksien on hyvä olla enimmäkseen positiivisia ja kannustaa toimimaan enemmän. Antakaa vastauslaput eli testin tulokset vastaajalle mukaan.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

*Tarvitsemme enemmän ihmisiä,
jotka erikoistuvat mahdottomaan.*

Theodore Roethke



MUUNNELMAT: Eri vastausvaihtoehtoja voi olla useampi, ja kysymysten määrä on samoin vapaasti määriteltävissä. Jos aiheena on ympäristö tai kuluttaminen, voi erilaisista kulutustavoista myös tehdä visuaalisia karikatyyrihahmoja - esimerkiksi keksittyjä henkilökuvia tai kuvia erikokoisista ekologisista jalanjäljistä. Nämä hahmot sekä hahmojen tunnuspiirteet voivat olla seinällä vapaasti nähtävissä, ja testin avulla osallistujat voivat selvittää, mitä hahmoa he itse ovat lähinnä.



TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus, kokemuksellisuus.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Väittämiä kirjoitettuna paperille sekä rajattu alue.

KUVAUS: Arvojana-menetelmän tarkoituksena on käsitellä osallistujien mielipiteitä, asenteita ja käsityksiä järjestönne työhön ja kampanjoihin liittyvistä aiheista. Varatkaa menetelmää varten tila, jossa osallistujat mahtuvat liikkumaan. Tilan toisessa päässä on 'täysin samaa mieltä' -alue ja toisessa 'täysin eri mieltä' -alue. Näiden alueiden puolessavälissä on 'en osaa sanoa' -alue.

Aloitustilanteessa osallistujat seisovat rivissä tilan eli arvojanan puolessavälissä. Osallistujien määrällä ei ole väliä. Pelin vetäjä lausuu ääneen väittämän, jonka jälkeen jokainen osallistuja valitsee arvojanalla sen kohdan, joka parhaiten vastaa hänen mielipidettään. Ohjaaja voi esimerkiksi sanoa: "Vastustan ydinvoiman lisärakentamista" tai "Jos olisin pakolainen, toivoisin saavani turvapaikan Suomesta".

Tämän jälkeen osallistujia voidaan pyytää perustelemaan, miksi he menivät valitsemaansa kohtaan, ja varsinkin eriäviä mielipiteitä kannattaa nostaa esille. Perusteluiden aikana osallistujat voivat muuttaa paikkaansa janalla, jos jonkun toisen perustelut vakuuttavat. Halutessanne joku järjestönne henkilöistä voi myös osallistua, jolloin hänen perusteluillaan voi olla vaikutusta ihmisten mielipiteisiin. Perusteluiden aikana voi siis syntyä liikettä puoleen ja toiseen montakin kertaa.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaan kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Kestoa ja kysymysten laatua voi vaihdella osallistujien mukaan. Menetelmän voi toteuttaa myös niin, että esimerkiksi seinäpaperille vedetään pitkä arvojana koskien tiettyä teemaanne liittyvää väittämää. Väittämä kirjoitetaan näkyvään paikkaan janan lähelle. Janan toiseen reunaan merkitään “täysin eri mieltä” ja toiseen reunaan “täysin samaa mieltä”. Jokainen osallistuja saa kiinnittää yhden post-it -lapun siihen kohtaan arvojanaa, mitä mieltä hän asiasta on. Halutessaan osallistuja voi myös kirjoittaa perustelunsa lappuun; tällöin seuraavat osallistujat voivat tutustua edellisten osallistujien näkökantoihin.

Yllätyminen ja ihmettely on ymmärtämisen alku.

Jose Ortega Y Gasset





14.

Kämmenten jäljet kankaalla

TAVOITE: Interaktiivisuus, osallistaminen, vaikuttaminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

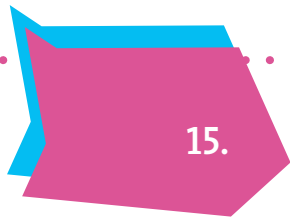
TARVIKKEET: Iso kangas, ihoa ärsyttämätöntä väriä, siveltimiä, vettä ja käsipaperia.

KUVAUS: Tarvitaan iso kangas, jonka voi levittää maahan tai pöydälle. Kirjoittakaa kankaaseen otsikoksi aiheenne, tyyliin: "Me pidämme tärkeänä/vastustamme..." Otsikon alle ihmiset saavat painaa kädenjälkensä ja viereen he voivat kirjoittaa nimensä ohuella siveltimellä. Opastakaa ihmisiä sivelemään väriä kämmeneen ohuesti ja sen jälkeen painamaan kätensä varovasti kankaalle ja pitämään sitä hetki paikallaan. Tarvitaan myös paikka, jossa osallistujat voivat pestä kätensä maalaamisen jälkeen. Valmista kangasta voi pitää esillä myöhemmissä tapahtumissa tai luovuttaa kampanjoinnin kohteelle.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Kämmenenjäljen sijaan voi pyytää ihmisiä antamaan esimerkiksi sormen- tai jalanpohjan jäljen tai maalaamaan oman merkkinsä tai nimikirjaimensa.





15.

Puhekuplakilpailu

TAVOITE: Osallistaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Valmiita sarjakuvia ilman puhekuplien sisältöä, kyniä sekä mahdolliset palkinnot.

KUVAUS: Tehkää muutaman ruudun sarjakuvia järjestönne aihealueista, mutta jättäkää puhekuplat tyhjiksi. Pyytäkää osallistujia keksimään sisältö puhekupliin niin, että tarina etenee loogisesti. Kilpailussa voi myös olla vain yksi sarjakuvaruutu, jonka puhekupliin keksitään sisältö. Laittakaa valmiit kuvat esille kaikkien nähtäväksi ja mahdollisesti äänestettäväksi. Jos vastaajien kesken arvotaan palkinto, muistakaa pyytää vastaajien yhteystiedot. Kätevä palkinto on esimerkiksi järjestönne tuote, lahjakortti tai elokuva liput.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Voitte myös esimerkiksi pyytää osallistujia piirtämään koko sarjakuvan itse, lisäämään valmiiseen valokuvaan tai lehtikuvaan puhekuplat tai jatkamaan sarjakuvaa haluamallaan tavalla.





16.

Symboli-installaatio

TAVOITE: Interaktiivisuus, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, mediajulkisuus omalle viestille.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Pahvilaatikoita, sanomalehtiä, liisteriä, rautalankaa, rautalankaverkkoa, maalia, siveltimeä ja askartelutarvikkeita.

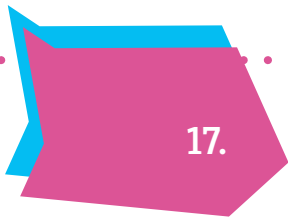
KUVAUS: Rakentakaa erilaisia tarvikkeita käyttäen kampanjoimastanne tai vastustamastanne asiasta pienoismalli. Sodanvastaisiin tapahtumiin voi rakentaa esimerkiksi ison rauhanmerkin tai pommin. Viimeksi mainitun symbolin voi rakentaa muotoilemalla rautalankakehikosta pallon, jonka päälle on liisteröity sanomalehtiä ja joka on lopuksi maalattu päältä pommin näköiseksi.

Tuokaa valmiiksi rakennettu symboli tapahtumaan, missä ihmiset voivat osallistua kirjoittamalla siihen iskulauseita ja ajatuksia tai esimerkiksi maalaamaan siihen. Valmis teos voi olla esillä muissakin tapahtumissa tai se voidaan luovuttaa kampanjoinnin kohteelle.

ARVIOINTI: Installaation hallittavuus ja symboliikan avautuminen, osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Symbolin voi rakentaa myös esimerkiksi muovailuvahasta tai savesta.





17.

Tarrat

TAVOITE: Interaktiivisuus, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Lapset, nuoret.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Valmiita tarrapohjia, kyniä sekä pöytä.

KUVAUS: Leikatkaa tarrat valmiiksi tarra-arkkipohjista ja laittakaa esille erilaisia kyniä piirtämistä varten. Voitte halutessanne ehdottaa piirustusaiheita "Piirrä nepalilainen vuoristokylä!" Ehdotukset voivat olla mitä vain riippuen tavoitteistanne, ja voitte myös ottaa valmiita kuvia malliksi. Halutessanne voitte kirjoittaa järjestönne nimen tai jonkun sloganin valmiiksi tarroihin niin, että ylä- tai alapuolelle jää tilaa piirtää. Osallistujat saavat pitää valmiit tarrat.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Tarrojen lisäksi voitte tehdä pinssejä tai vesitatuointeja tai jakaa kaulakoruja tai heijastimia.





18.

Yhdistä parit

TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus, visualisointi.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Erilaisia kuvia ja tekstejä tai muuta aiheeseen liittyvää materiaalia.

KUVAUS: Menetelmän ideana on käsitellä järjestönne aihetta erilaisten kuvien ja tekstien ja ongelmanratkaisun kautta. Hankkikaa useita erilaisia kuvia ja tekstejä järjestönne toimintaan liittyvistä aiheista. Osallistujan tehtävänä on osata yhdistää oikeat kuvat ja tekstit toisiinsa.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Yhdistellä voi myös esimerkiksi erilaisia kuvia toisiinsa, tekstejä tunnettuihin henkilöihin tai syitä seurauksiin.

Yksi tapa on yhdistää kuuluisia aktivisteja heidän lausahduksiinsa tai elämänvaiheisiinsa. Toinen tapa on yhdistää eri kulttuureja niille tyypillisiin teksteihin, makuihin, musiikkiin, hajuihin tai muuhun vastaavan. Ympäristöjärjestö voi esimerkiksi muokata menetelmää niin, että osallistujia pyydetään tunnistamaan lajeja, yhdistämään eläimet ja niiden jäljet, yhdistämään jokin yritys sen aiheuttamaan ympäristöongelmaan tai yhdistämään jokin muu syy ja seuraus toisiinsa.

Kuvat voi merkitä numeroin ja tekstit kirjaimin. Osallistujat kirjoittavat mielestään oikeat numero-kirjain-parit paperilapulle.



*Auta minua aurinkoisena päivänä,
minä autan sinua kun sataa.*





19.

Muotishow

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, havainnollistaminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Muutama henkilö mannekiineiksi, eri maista peräisin olevia vaatteita, kenkiä, kankaita ja käyttöesineitä sekä mahdollisesti peruukkeja. Tarvitsette pienen lavan tai muun avaran paikan, jossa ihmiset näkevät esiintyjät. Voitte ottaa mukaan musiikkia valitsemistanne maista tai soittimen.

KUVAUS: Muotishow on hyvä tapa houkutella ihmisiä lähelle järjestönne pistettä, sillä erilaiset kauneusihanteet kiinnostavat. Valitkaa ensin maat, joiden muotia haluatte esitellä. Mielenkiintoista on, jos valitsette joukkoon keskenään hyvin erilaisia maita esimerkiksi Afrikasta, Latinalaisesta Amerikasta, Aasiasta ja Euroopasta. Toisaalta voitte myös keskittyä johonkin tiettyyn kulttuurialueeseen esimerkiksi sen mukaan, millä alueella järjestöllänne on projekteja. Esiintyjät voivat olla kotoisin maista, joiden muotia esitellään, mutta tämä ei ole välttämätöntä.

Pukekaa esiintyjät asuihin, jotka seurailevat mahdollisimman täydellisesti heidän esittelemiensä maiden muotia. Kiinnittäkää huomiota myös esimerkiksi kenkiin, hiustyyliin ja koruihin. Kun mannekiinit esittelevät vaatteitaan, voitte soittaa taustalla musiikkia, joka on peräisin samasta maasta kuin vaatteet. Voitte myös kertoa samalla maan/kulttuurialueen historiasta, pukeutumiskulttuurista tai vaateteollisuuteen liittyvistä asioista.

*Opi näkemään, niin opit että näköpiirissämme
olevien maailmojen määrä on rajaton.*

Carlos Castaneda





ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: –

Onnenpyörä

TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Onnenpyörä, kysymyskortit sekä mahdolliset palkinnot.

KUVAUS: Onnenpyörä on iso sektorein jaettu ympyrä, jota osallistujat pyöräyttävät niin, että nuoli pysähtyy yhden sektorin kohdalle. Onnenpyörän voi rakentaa esimerkiksi puusta tai paksusta pahvista, maalata ja kiinnittää tolppaan, jossa osoitinnuoli on myös kiinni. Jokaisen sektorin kohdalla on joku kysymys, asia tai kuva. Nimetkää onnenpyörä aiheenne mukaan.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaan kohtaan, saatu palaute.

Vesi kookospähkinän kuoressa on muurahaiselle valtameri.

MUUNNELMAT: Onnenpyörälle on monia käyttömahdollisuuksia. Jos pyörän sektorit merkitään asioin, voi onnenpyörällä havainnollistaa erilaisten tapahtumien, asioiden ja seurausten todennäköisyyksiä. Asioiden keskinäisten suhteiden on oltava sektoreissa samanlaiset kuin niiden suhteet ovat todellisessa elämässä.

Onnenpyörää voidaan myös käyttää tietovisassa siten, että pyörän sektorit jaetaan tietosektoreihin, asennesektoreihin, toimintatehtäviin ja ongelmanratkaisutehtäviin. Osallistuja pyöräyttää



pyörää, ja joka sektorissa hän kohtaa eri kysymyksen, väittämän, tehtävän tai ongelman, joka liittyy aiheeseenne. Kysymykset voi kirjoittaa suoraan sektoriin tai tehdä erilliset kysymyskortit, jotka valitaan sektorien mukaan; esimerkiksi asennekortti luetaan, kun pyörä pysähtyy asennesektoriin. Pitkäkestoisessa pelissä kerätään tietty määrä pisteitä, mutta lyhyemmässä versiossa voi vastata esimerkiksi vain yhteen kysymykseen.



Palkintoina voi olla järjestön tuotteita, kierrätettyjä tai lahjoitettuja palkintoja. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja.



21.

Piirustuskilpailu

TAVOITE: Interaktiivisuus, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Paperia, kyniä ja kilpailulaatikko sekä pöytä ja tuoleja.

KUVAUS: Keksikää kilpailulle aihe, joka liittyy järjestönne ajamiin asioihin. Pyytäkää ihmisiä osallistumaan ja varatkaa tila, jossa he voivat piirtää. Varatkaa mukaan erilaisia kyniä ja paperia. Muistakaa pyytää osallistujien yhteystiedot. Palkintoina voi olla järjestön tuotteita sekä kierrätettyjä tai lahjoitettuja palkintoja. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja. Voitte myös käyttää valmiita töitä myöhemmin kampanjoissanne ja koota niistä esimerkiksi näyttelyn.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute, piirustusten yhteen sopiminen tavoitteidenne kanssa.

MUUNNELMAT: Piirustuksien sijaan voitte järjestää kilpailun, johon osallistutaan runolla, sarjakuvalla, kirjoituksella, laululla, maalauksella, katumaalauksella tai muulla tuotoksella.





22.

Sanaselityskisa

TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Itse tehdyt aihekortit, ajastin, kirjoitusvälineet pisteenlaskua varten, mahdolliset palkinnot ja lava.

KUVAUS: Sanaselityskisan ideana on käsitellä aihettanne leikkimielisen kilpailun kautta. Tehkää etukäteen valmiiksi kortteja, joissa on järjestönne kampanjointiin liittyviä sanoja ja niiden selitykset. Esimerkiksi ympäristöjärjestö voi kerätä kortteihin ilmastomuutokseen liittyviä sanoja, kuten kasvihuoneilmiö, hiilidioksidi, jääkarhu, päästökauppa ja hallitustenvälinen ilmastopaneeli.

Peli on hyvä järjestää lavalla, jolloin ihmiset voivat helpommin seurata kilpailua. Osallistujat muodostavat joukkueet ja kilpailevat muita joukkueita vastaan. Joukkueet kilpailevat toisiaan vastaan vuorotellen. Yksi vuorossa olevan joukkueen jäsenistä on selitysvuorossa ja saa kortit itselleen. Hänen tehtävänsä on saada muut joukkueen jäsenistä arvaamaan, mikä sana on kyseessä ilman, että paljastaa sitä. Arvuuttajalla on apunaan selitykset. Varsinkin, jos sanat ovat vaikeita, on selitykset hyvä olla olemassa, mutta hyvin yleisten sanojen yhteydessä ei niitä välttämättä tarvita.

Joukkue saa yhden pisteen jokaisesta oikein arvatusta sanasta, ja jokaisella joukkueella on tietty aika käytettävänä arvaamiseen. Pelin ohjaaja laskee ajan ja pisteet. Voittajajoukkue on se, joka saa ensimmäisenä sovitun pistemäärän. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja.

Hyvä kieli ajaa käärmeenkin kolostaan.



ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Pelin keston voitte määritellä tavoiteltavan pistemäärän mukaan. Jos joukkueita ei saada kasaan, voi pelin ohjaaja toimia arvuuttajana niin, että kaikki osallistujat kilpailevat samanaikaisesti siitä, kuka ensimmäisenä arvaa sanan.



23.

Tanssin opetus

TAVOITE: Havainnollistaminen, interaktiivisuus, kokemuksellisuus, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Musiikkia sekä mahdollisesti jotain rekvisiittaa kuten lannehuiveja, koristeita tai soittimia.

KUVAUS: Yleisölle voi opettaa tansseja, jotka liittyvät järjestönne teemoihin tai ulkomaisten yhteistyökumppanienne kulttuuriin. Isojen tapahtumien yhteyteen sopii lyhyt opetustilanne, jossa osallistujille opetetaan muutamia perusaskeleita, joita he voivat harjoitella musiikin säestyksellä. Halutessanne voitte pitää pidempiäkin tanssitunteja, mutta nopeisiin kohtaamisiin sopii paremmin lyhyt esittely ja muutaman tanssikuvion opettelu. Tehkää tilanteesta mahdollisimman rento ja mukava.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Tanssin sijaan voi opettaa myös kieltä, runoja, lauluja, kädentaitoja, käsitöitä, tapoja tai ruoanlaittoa.



TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Noin 30 minuuttia.

TARVIKKEET: Kysymys- ja vastauskortteja sekä mahdolliset palkinnot.

KUVAUS: Tehkää kysymys- ja vastauskortteja etukäteen ja monistakaa niitä tarpeeksi mukaan tapahtumaan. Keksikää kysymykset niin, että ne liittyvät kampanjoimaanne aiheeseen. Kysymykset voivat olla kohderyhmästä riippuen vaikeita, helppoja tai esimerkiksi humoristisia. Kysymyksillä voidaan selvittää myös mielipiteitä ja asenteita.

Osallistujat voivat vastata kysymyksiin myös suullisesti, jolloin vastauskortteja ei tarvita. Jos osallistujia on paljon, voidaan kilpaila ryhmissä. Jos tapahtumassa on muitakin järjestöjä, voitte järjestää kiertävän tietovisan, jossa vastaukset löytyvät järjestöjen pöydiltä ja osallistujat etsivät vastaukset tutustumalla järjestöihin.

Palkintoina voi olla järjestön tuotteita, kierrätettyjä tai lahjoitettuja palkintoja. Pienempinä voitoina voi olla vaikka järjestönne tarroja, julisteita tai pinssejä. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

Ei maskara silmäpuolta paranna.



MUUNNELMAT: Tietovisan voi muuntaa esimerkiksi levyraadiksi, jossa soitetaan aiheeseen liittyvää musiikkia, ja puretaan auki, mitä mielikuvia se herättää osallistujissa. Toinen tapa kisalla on pyytää osallistujia yhdistämään toisiinsa oikeat syyt ja seuraukset tai esimerkiksi sanaparit, kuvat tai tapahtumat. Liittäkää oma aiheenne näihinkin.





25.

Elokuvanurkka

TAVOITE: Tiedon levittäminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 60 minuuttia.

TARVIKKEET: Näytettävä filmi, valkokangas, dataprojektori ja DVD-soitin sekä tuoleja tai tyynyjä katsomoon.

KUVAUS: Elokuvanurkassa voidaan näyttää dokumentteja, elokuvia, piirrettyjä, järjestönne omaa nauhaa tai pyörittää kuvakoosteita. Eri elokuvia voidaan joko esittää tiettyihin kellonaikoihin tai pyörittää niitä non-stopina ympäri, jolloin katsojat voivat tulla ja lähteä milloin haluavat.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: Välineinä voi myös käyttää TV:tä ja videoita.





26.

Elämysrata

TAVOITE: Aiheen käsittely, kokemuksellisuus.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 60 minuuttia.

TARVIKKEET: Tilaa radalle sekä tarvikkeita aiheen ja tehtävien mukaan.

*Kokemuksessa ei ole kysymys siitä,
mitä ihmiselle tapahtuu, vaan siitä,
mitä ihminen tekee kokemuksellaan.*

Aldous Huxley

KUVAUS: Elämysradan ideana on tarjota osallistujille jännittävä retki käsiteltävän aiheen pariin. Elämysrata voidaan rakentaa omaksi tilakseen, jossa osallistujat kiertävät tehtäväraastilta toiselle kulkien näin koko radan läpi. Rata voidaan rakentaa esimerkiksi järjestönne esittelyteltan ulkoseiniä myötäileväksi tai sisätiloissa omaksi radakseen. Jos olette ulkona tai luonnon äärellä, voi radan rakentaa vaikka metsään tai puistoon.

Voitte tehdä erillisiä rasteja niin, että edelliseltä saa aina ohjeet seuraavan rastin löytämiseksi. Voitte myös kuljettaa osallistujia narua seuraten tai rakentaa putken, jonka sisällä kuljetaan. Vinkkejä eri rasteille löydätte tämän oppaan muista menetelmistä.

Elämysradan kohderyhmää voi muokata rasteilla käytettävien menetelmien ja aiheen käsittelyn vaativuuden kautta. Osallistujille voi luvata palkinnon radan läpäisemisestä. Valitkaa eettisesti ja ekologisesti kestäviä sekä muutenkin periaatteidenne mukaisia palkintoja.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Tapahtumissa, joihin osallistuu muitakin järjestöjä, voitte tehdä yhteistyötä ja rakentaa yhteisen radan, jossa jokaisella järjestöllä on oma rasti.

Hyvä idea on rakentaa erilaisia kokemusratoja, jotka havainnollistavat osallistujille esimerkiksi sokeiden, näkö- ja liikuntavammaisten, pakolaisten tai kidutuksesta kärsivien ihmisten elämää.

Sokean tilakokemusta voi havainnollistaa pimeässä huoneessa, jossa osallistujat joutuvat näkemättä toimimaan normaalisti: heille esimerkiksi tarjoillaan ruokaa ja juomaa. Liikuntavammaisen oloja voi havainnollistaa rakentamalla jokapäiväiseen elämään kuuluvista asioista rata, jonka osallistujat joutuvat kulkemaan esimerkiksi pyörätuolilla.

Elämysradan voi järjestää myös niin, että siihen sisältyy useita kokemuksellisia pisteitä.





27.

Keskustelutilaisuus

TAVOITE: Interaktiivisuus, tiedon levittäminen, mediajulkisuus omalle viestille.

KOHDERYHMÄ: Aikuiset.

KESTO: Noin 60 minuuttia.

TARVIKKEET: Pieni koroke tai pöytä ja tuolit keskustelijoille. Mahdollisesti myös mikrofoni ja äänentoistolaitteet, sekä nimilaput.

KUVAUS: Keskustelutilaisuuden järjestäminen on hyvä tapa levittää tietoa kampanjastanne ja saada ihmiset pysähtymään järjestönne luokse. Voitte järjestää yhden keskustelun koko päivän aikana, useamman samasta aiheesta eri keskustelijakokoonpanoilla tai eri aiheista eri keskustelijoin. Keskustelutilaisuuteen voi pyytää puhujiksi ihmisiä, jotka toimivat kampanjanne puolesta tai joiden elämään kampanjointinne vaikuttaa. Myös tunnetut ihmiset vetävät kuulijoita paikalle.

Hyvä tapa osallistaa ihmisiä on pyytää yleisöltä kysymyksiä ja varata aikaa avoimelle keskustelulle. Kysymyksiä voi pyytää myös etukäteen ja paperilla ujomprien osallistamiseksi.

ARVIOINTI: Kuuntelijoiden määrä, keskustelun laatu, yleisökysymysten määrä, saatu palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Keskustelutilaisuuden muoto voi olla esimerkiksi paneelikeskustelu, väittely tai haastattelu.



TAVOITE: Aiheen käsittely, havainnollistaminen, kokemuksellisuus.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 60 minuuttia.

TARVIKKEET: Puvut, rekvisiitta, lavasteet, lava sekä katsomoon tuoleja tai patjoja.

KUVAUS: Teatteriesitys on hyvä tapa havainnollistaa ajamaanne aihetta sekä kerätä paljon yleisöä. Halutessanne voitte panostaa esitykseen aikaa ja resursseja, mutta myös yksinkertaiset esitykset toimivat yleisötapahtumissa hyvin; välttämättä ei tarvita muuta kuin vähän rekvisiittaa ja tilaa näytellä. Voitte esittää lyhyitä kohtauksia useamman kerran tai pidemmän esityksen vain kerran päivän aikana.

Katsojien osallistamiseksi voitte esittää kohtauksia ongelmista, joita kohtaatte järjestönne työssä, ja pyytää yleisöltä vastauksia tilanteiden ratkaisemiseksi. Yleisöstä voi myös ottaa henkilöitä näyttelijöiksi. Voitte myös näytellen esittää tosielämän tapahtumia, jotka käsittelevät järjestönne toimintaa ja asioita, joihin haluatte vaikuttaa.

*Todellinen löytöretki ei ole
uusien maisemien etsimistä
vaan uusien silmien saamista.*

Marcel Proust



ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Teatteriesitys voi olla myös esimerkiksi improvisaatio, jossa aiheet kerätään osallistujilta, pantomiimi, forumteatteri, varjoteatteri, nukketeatteri tai naamioteatteri.



29.

Työpaja

TAVOITE: Aiheen käsittely, interaktiivisuus.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Noin 60 minuuttia.

TARVIKKEET: Riippuen työpajasta.

KUVAUS: Työpajan ideana on koota yhteen ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneita jostain tietystä aiheesta. Vetäjät suunnittelevat työpajan kulun etukäteen. Se voi olla teoriapainotteinen ja keskusteleva tai toiminnallinen työpaja. Työpaja-aihetta käsitellään yhdessä, ja vetäjien tehtävänä on ohjata työpajan kulkua ja huolehtia hyvästä ilmapiiristä. Pajassa voidaan esimerkiksi keskustella järjestönne aihepiiristä, rakentaa, maalata, tanssia, kirjoittaa, tehdä ruokaa, harjoitella toimintaa tai luoda jotakin. Lopputuloksena voi olla jotain konkreettista kuten banderolleja, mielipidekirjoituksia, esityksiä tai kannanottoja.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus toimintaanne kohtaan, saatu palaute.

MUUNNELMAT: –





30.

Teemapäivät ja -viikot

TAVOITE: Aiheen tuominen lähelle, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, yhteiskunnallinen vaikuttaminen, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

TARVIKKEET: Riippuu toteutustavasta.

KUVAUS: Järjestäkää tapahtuma kansainvälisenä teemapäivänä tai -viikkona. Esimerkkejä YK:n julistamista teemapäivistä ja -viikoista:

21.3. Kansainvälinen päivä rotusyrjinnän poistamiseksi

5.6. Maailman ympäristöpäivä

24.10. YK-päivä

23.-27.5 Kansainvälinen koulutus kaikille -viikko

Listaus YK:n teemavuosista, -vuosikymmenistä, -viikoista ja -päivistä löytyy osoitteesta: <http://www.ykliitto.fi/tiedottaa/ykpaivat>

Linkittäkää omassa tapahtumassanne globaalit asiat paikalliselle tasolle. Esimerkiksi maailman ympäristöpäivänä haastakaa ihmiset tietovisalla, katuteatterilla tai installaatiolla pohtimaan omaa kulutustaan ja tuokaa esille ilmastonmuutoksen vaikutukset Pohjoisessa ja Etelässä. Nostakaa tapahtumanne yhteydet maailmanlaajuiseen teemapäivään esille tiedotuksessa. Monet toimijat kuten YK-liitto ja RASMUS-verkosto tuottavat teemapäiviin liittyvää taustatietoa.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja osoittama kiinnostus, saatu mediajulkisuus ja sen laatu, saatu palaute.

MUUNNELMAT: –



**JOS ELÄMÄSI
ON TÄYNNÄ
VELVOLLISUUKSIA
RYHDY
VAPAAHTOISEKSI**

Loesje





31.

Tavaranvaihto ja -keräys

TAVOITE: Havainnoillistaminen, varainkeruu, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Muutamasta tunnista useaan päivään.

TARVIKKEET: Keräyslaatikot ja vaihtopöydät kerättävän tavaran koosta riippuen.

KUVAUS: Haastakaa ihmiset tuomaan omat tarpeettomat, mutta käyttökelpoiset, tavaransa vaihto- tai keräyspisteeseen. Vaihtopisteen ideana on, että kukin voi tuoda omat tarpeettomiksi käyneet tavaransa ja ottaa halutessaan itse tarvitsemaansa. Liittäkää vaihtopisteeseen tietoa kestävästä kuluttamisesta ja kulutuksen globaaleista vaikutuksista. Vaihtopisteen voi tarvittaessa rajata esimerkiksi vaatteisiin tai leluihin. Keräyspisteessä voitte joko kerätä tarpeellista tavaraa eteenpäin toimitettavaksi tai kerätä tavaraa myytäväksi hyvään tarkoitukseen. Liittäkää keräyspisteeseen tieto siitä, mihin ja miksi tavaraa kerätään ja miten ihmiset voivat jatkossakin osallistua. Kaksi peräkkäistä vaihto- tai keräyspäivää tai viikonloppua takaavat sen, että ensimmäisestä saadun julkisuuden turvin ihmiset osaavat toisena päivänä tulla paikalle. Pistettä voi käyttää myös yleisötapahtumasta tiedottamiseen!

*Joka syö kahdella kädellä,
sillä ei ole hyvä loppu.*



ARVIOINTI: Vaihdetun ja kerätyn tavaran määrä, saatu palaute, saatu mediajulkisuus.

MUUNNELMAT: Järjestäkää ajatustenvaihtopiste. Haastakaa kävijät kirjoittamaan paperille oma idea esimerkiksi ilmastonmuutoksen torjumiseksi omassa arjessa ja ottamaan jonkun toisen kirjoittama idea mukaansa. Kirjatkaa ideoita valmiiksi mukaan otettaviksi.





32. Näyttely

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, interaktiivisuus, tiedon jakaminen, oman kokemuksen herättäminen.

KOHDERYHMÄ: Aikuiset.

KESTO: Noin 15 minuuttia.

TARVIKKEET: Näyttelyn lajista riippuen esimerkiksi esineitä, kehystettyjä valokuvia, piirustuksia tai sarjakuvia. Lisäksi kiinnitystarvikkeet ja seinä- tai pöytätilaa.

*Suuren puun varjo ulottuu niihinkin,
jotka ovat kaukana.*

KUVAUS: Näyttelykuvien tai esineiden välityksellä voitte havainnollistaa ja konkretisoida globaaleja asioita. Voitte joko toteuttaa valmiin kiertonäyttelyn tai koota omanne. Tarvitsette tilaa, johon kuvat voi ripustaa tai esineet asettaa näytteille. Miettikää tila, jossa tavoitatte mahdollisimman suuren määrän ihmisiä kuten kirjasto, koulu tai muu julkinen tila kuten kunnantalo. Varatkaa tila hyvissä ajoin, jopa puoli vuotta aikaisemmin.

Ripustustila voi sisätiloissa olla päätyänne lähinnä oleva seinä. Jos teillä on teltta tai muu vastaava koju, voi kuvat tai piirustukset ripustaa esimerkiksi teltan/kojun ulko- tai sisäseiniin. Esineet voitte asettaa näytteille pöydille. Festivaaleille ja muihin ulkotapahtumiin kannattaa ottaa mukaan laminoidut kopiot alkuperäisistä valokuvista, jolloin ne on helppo kuljettaa mukana ja alkuperäiset pysyvät varmasti tallessa. Aktivoikaa ihmiset ajattelemaan liittämällä kuviin tai esineisiin tehtävä. Valitkaa kuva tai esine, johon





kävijät tekevät kuva- tai esittelytekstin. Kootkaa tekstit kuvan yhteyteen kollaasiin. Ihmisten osallistumista voi kannustaa usealla tämän oppaan menetelmällä kuten tietovisalla, erikoisilla tavaroilla, lompakkokorteilla, tarroilla ja puhekupla- tai piirustuskilpailulla.

ARVIOINTI: Kävijöiden määrä ja saatu palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.



MUUNNELMAT: Näyttelyn aiheissa vain mielikuvitus on rajana: sen voi koota esimerkiksi eri maiden lasten piirustuksista, runoista tai kertomuksista.



33.

Väittämät

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen asiaan, omakohtaisen kokemuksen herättäminen, tiedon jakaminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5–10 minuuttia.

TARVIKKEET: Kansainvälisen kaupan tuote, tietokortit.

KUVAUS: Valitkaa jokin yleinen tuote kuten jalkapallo, kahvipaketti tai vaate. Kootkaa väittämiksi tuotteeseen liittyviä tosiasioita paikallisella, kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Pyytäkää ihmisiä tutkimaan kortteja ja valitsemaan oikeat väittämät seinällä tai pöydällä olevaan julisteeseen tai isoon paperiin.

Korteissa on hyvä käsitellä asiaa monipuolisesti ja haastavasti. Esimerkkejä jalkapalloon liittyvistä väittämistä: kuinka moni nuori harrastaa jalkapalloa Suomessa, kuinka suuri osuus jalkapalloista on tehty lapsityövoimalla, mikä kansainvälinen sopimus säätelee lapsityövoiman käyttöä, mistä raaka-aineista pallo tehdään, kuka voitti jalkapallon edelliset MM-kilpailut, mikä on tuotteen elinikä jne. Vastanneiden kesken voidaan arpoa kyseinen reilun kaupan periaatteiden mukaisesti tuotettu tuote. Kaikille osallistuneille voidaan antaa mukaan lompakkokortti, jossa kannustetaan kestävään kulutukseen.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja saatu palaute.

MUUNNELMAT: Väittämät voidaan toteuttaa myös vertailuna, jossa pohditaan oman toiminnan myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia kyseiseen tuotteeseen liittyvään ilmiöön kuten lapsityövoimaan.



Minuuttipuheet

TAVOITE: Tiedon jakaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, mielipiteiden muokkaaminen, keskustelun herättäminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 1 minuutti/puhe.

MITÄ TARVITSETTE: Puheenaiheet paperilapuilla, pilli tai lehmänkello, yleisön äänestyskyltit, suuressa tapahtumassa äänentoisto ja puhujakoroke.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaava, juontaja.

KUVAUS: Minuuttipuheet ovat minuutin pituisia valmistelemattomia puheita annetusta aiheesta.

TOTEUTUS: Valitkaa sanavalmiita henkilöitä, esimerkiksi paikallisia päättäjiä tai järjestöedustajia, ja antakaa heille satunnaisia puheenaiheita ja minuutti aikaa puhua mahdollisimman tyhjentävästi annetusta aiheesta. Puheenaiheet voi listata papereille, jotka puhujat nostavat esimerkiksi hatusta. Ideoikaa aiheet liittyen tilaisuuden teemaan, tempauksenne viestiin ja järjestönne työhön. Muistakaa hauskuus! Esimerkkejä puheenaiheista:

- Miten maailma pelastetaan?/Maailmanparannuksen ABC
- Tehdäänkö Suomessa vielä lumiukkoja vuonna 2020?
- Miksi Suomen kehitysapu ei vielääkään yllä 0,7 %:iin bruttokansantuotteesta?

Juontaja antaa puhujille puheenaiheet ja osoittaa ajan päättymisen esimerkiksi lehmänkellolla tai pillillä. Yleisö voi osallistua arvioimalla puheenvuoroja esimerkiksi taputtamalla tai osoittamalla mielipiteensä punaisilla ja vihreillä värikylteillä.

ARVIOINTI: Kuulijoiden määrä ja antama palaute.



MUUNNELMAT: Minuuttipuheita voi pitää myös ennalta valmistelluista aiheista esimerkiksi osana paneelikeskustelua. Puheenpidosta voi järjestää lisäksi väittelykilpailun kaltaisen kilpailun, jossa valitaan paikkakunnan paras puhuja.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Ideoikaa puheenaiheet ja kirjoittakaa ne lapuille tai pahvikylteille.
- Kutsukaa puhujiksi paikallisten järjestöjen edustajia, kunnallisvaltuutettuja, paikallisia tunnettuja henkilöitä tai oppilaitoksen nuoria.
- Tehkää minuuttipuheiden idea selväksi puhujille eli he saavat tapahtumassa puheenaiheen, josta heidän tulee pitää minuutin pituinen puhe.
- Hankkikaa kello tai pilli, jolla osoitetaan puheenvuoron kesto.

TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Ottakaa puhujat vastaan ja ohjatkaa heidät ohjelmalavalle tai -nurkkaukseen.
- Kiittäkää rohkeita puhujia!



Väittely

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, keskustelun herättäminen, mielipiteiden muokkaaminen, aiheen esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5–30 minuuttia.

MITÄ TARVITSETTE: Pieni koroke väittelijöille, äänentoistolaitteet suuressa tilassa tai tilaisuudessa.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat, väittelevät osapuolet tai joukkueet, tuomari tai tuomaristo.

KUVAUS: Väittelyssä kaksi eri osapuolta pyrkii puolustamaan omaa kantaansa. Väittelyn voi toteuttaa pari- tai joukkueväittelyinä. Väittelyn aiheet edustavat selkeämmin kantoja käsiteltävään aiheeseen. Esimerkkejä aiheista:

- Teollisuusmaiden on vastattava ilmastonmuutoksen torjumisesta
- Yksittäisellä kuluttajalla ei ole vaikutusvaltaa
- Kuntien tulee huomioida eettiset periaatteet hankinnoissaan

TOTEUTUS: Valitkaa väittelyn vastapuoliksi eri mielipiteitä edustavat henkilöt tai joukkueet. Sijoittakaa väittelijät vastakkain keskustelun tehostamiseksi. Väittelijöille voi aluksi antaa lyhyen puheenvuoron oman kantansa selvittämiseksi. Sen jälkeen väittely jatkuu joko vapaana keskusteluna tai muutaman minuutin (kellotettuina) puheenvuoroina.

Varmistakaa etukäteen, että osallistujat tietävät väittelyn pelisäännöt ja mitä heiltä odotetaan.

Tuomari osoittaa puheenvuoron tai väittelyn päättymisen esimerkiksi puhaltamalla pilliin. Tuomari voi myös puuttua väittelyyn, mikäli se menee asiattomaksi esimerkiksi jonkun osapuolen herjaamiseksi tai solvaamiseksi.

ARVIOINTI: Kuuntelijoiden määrä ja osallistuminen, väittelijöiltä ja yleisöltä saatu palaute, mediajulkisuus.



MUUNNELMAT: Järjestäkää väittelykilpailu! Kilpailun osallistujiksi voi kutsua esimerkiksi paikallisen oppilaitoksen nuoria tai kunnanvaltuutettuja. Arpokaa väittelyn aiheet ja kuka puoltaa ja kuka vastustaa kyseistä kantaa. Väittelyn voittaja kohtaa aina uuden osapuolen. Tuomaristona voi toimia yleisö, joka osoittaa mielipiteensä värillisillä papereilla tai huutoäänestyksenä. Valinnan voi tehdä myös valmiiksi valittu nimekäs raati.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Ideointi: Väittelyn aihe, aika ja paikka ja keitä kutsutaan väittelijöiksi.
- Vastuuhenkilöt: Kuka ottaa yhteyttä väittelijöihin? Kuka huolehtii käytännön järjestelyistä? Entä tiedotuksesta? Kuka toimii tuomarina?
- Käytännön järjestelyt: paikka, tarvittavat tarvikkeet.
- Sopikaa väittelijöiden kanssa pelisäännöistä ja siitä, mitä heiltä odotetaan.



TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Väittelijöiden vastaanottaminen ja ohjaaminen paikoilleen.
- Väittelyn tallentaminen (valokuvat, video).



Tempaus

TAVOITE: Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, mielipiteiden muokkaaminen, tiedon jakaminen, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä, vuorovaikutteisuus.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5 minuuttia–neljä tuntia.

MITÄ TARVITSETTE: Tempaukseen toteuttamiseen tarvittavat tarvikkeet, tietolehtinen tempauksen kohderyhmälle (esim. ohikulkijat, päättäjät, tiedotusvälineet).

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista ja tiedotuksesta vastaavat, riittävästi ihmisiä tempauksen toteuttamiseen.

KUVAUS: Tempauksella kiinnitetään huomio johonkin tärkeänä pidettyyn asiaan. Tempaus voi olla mitä tahansa performanssista mielenosoitukseen tai katukarnevaaliin, ja ne ovat tehokas keino tiedotusvälineiden huomion herättämiseksi. Esimerkkejä tempauksista:

- Luontoliittolaiset järjestivät Metsänääni-tempauksen uhanalaisien lajien puolesta kokoamalla mielenosoituskulkueen, jossa tempauksen osallistujat edustivat kukin jotain uhanalaista metsälajia kantamalla sen nimikylttiä.
- Maan ystävien Lumiukkotempauksella vaadittiin päästövähennyslakia rakentamalla eri puolille Suomea lumiukkoja ja -akkoja tavoitteeseen liittyvien viestien kera.

TOTEUTUS: Mikä on tavoitteenne? Mihin asiaan haluatte kiinnittää huomiota? Kuka on tavoitteenne saavuttamisen kannalta keskeisin kohderyhmä? Jos haluatte vaikuttaa ihmisten asenteisiin, toteuttakaa tempaus, jolla tavoitetaan mahdollisimman suuri määrä ihmisiä. Mikäli avainasemassa ovat kunnan päättäjät, mietikää, mikä on tehokkain tapa saavuttaa heidän huomionsa.

Ideoita tempauksen toteuttamiseksi voitte hakea tästä oppaasta. Yksinkertainen viesti toimii tempauksissa parhaiten. Panostakaa visuaalisuuteen!



Kun tempauksen idea on valmis, on aika päättää, missä ja milloin se toteutetaan ja hankkia varusteet. Kaikkien osallistuvien on hyvä perehtyä ajoissa tempauksen tavoitteisiin ja taustoihin. Huolehtikaa vaadittavista luvista. (Lisätietoa: http://www.mahdollisuuksientori.fi/jarjestoille/jarjestajan_opas/luvut)

Päätäkää, kuka huolehtii tiedotuksesta. Tiedottakaa tiedotusvälineille tempauksesta ja sopikaa valmiiksi, kuka antaa lisätietoja. Tehkää kohderyhmällemme flaiერი tai tietolehtinen tavoitteistanne.

Oma kamera ja kuvaaja on hyvä olla mukana, jotta tempaus voidaan ikuistaa järjestön verkkosivuille tai muualle verkkoon.

ARVIOINTI: Kohderyhmän osoittama kiinnostus, tavoitteiden saavuttaminen, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Tempaus voi olla osa oman tai jonkin muun järjestön laajempaa kampanjaa. Kampanjointi on tavoitteellista ja aikataulutettua toimintaa jonkin asiantilan muuttamiseksi ja se sisältää usein poliittisiin päättäjiin kohdistuvaa suoraa vaikuttamista. Esimerkkejä kampanjoista:

- Maan Ystävien Polttava kysymys -kampanjalla vaaditaan Suomen hallitukselta ilmastolakia päästöjen vähentämiseksi.
- Amnestyn Joku raja! -kampanjan tavoitteena on saada tehokkaampaa tukea ja apua Suomen kunnilta ja valtiolta naisiin kohdistuvan väkivallan uhreille.
- Globbarien Tiedä mitä tankkaat -kampanjalla nostettiin esille biopolttoainetuotannon yhteyksien köyhyyteen.





JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

- Ideointi: Minkä asian puolesta haluatte tempaista? Onko käynnissä paikallisia, valtakunnallisia tai kansainvälisiä kampanjoita, joihin voitte liittää tempauksenne? Esimerkiksi Kepan koordinoimalla valtakunnallisen globbarit-verkoston kampanjoihin sisältyy valmiit kampanjamateriaalit ja taustatietoja paikallisten tempaus-ten toteuttajille. Lisätietoa: www.globbarit.fi.
- Suunnittelu: Mikä on tavoitteenne? Entä sen saavuttamisen kannalta olennainen kohderyhmä? Päätäkää toteuttamistavasta ja kuka vastaa ennakkovalmisteluista ja tiedotuksesta.
- Tiedotus: Laatikaa lehdistötiedote ja kohderyhmälle jaettava flaieri.
- Käytännön järjestelyt: tarvikkeiden hankinta, luvat, valmistelu.
- Valmistautuminen: tempaukseen osallistuvien perehtyminen tempaukseen tavoitteisiin.





37.

Paneelikeskustelu

TAVOITE: Tiedon jakaminen, mielipiteiden muokkaaminen, keskustelun herättäminen, aiheen esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: 30 minuuttia–kaksi tuntia.

MITÄ TARVITSETTE: Pieni koroke tai pöytä ja tuolit ja nimilaput keskustelijoille, kysymyslaput yleisölle, äänentoistolaitteet suuressa tilassa tai tilaisuudessa.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat, puheenjohtaja ja kahdesta kuuteen keskustelijaa.

KUVAUS: Paneelissa eri näkökulmia edustavat henkilöt keskustelevat sovitusta aiheesta yleisön edessä. Tarkoituksena on tuoda esille eri mielipiteitä ja näkökulmia.

TOTEUTUS: Huomioikaa aiheen valinnassa sen ajankohtaisuus ja tuoreus. Mikä herättää tavoittelemanne kohderyhmän ja tiedotusvälineiden mielenkiinnon? Mihin asiaan voi vaikuttaa järjestämällä keskustelun? Millaisia uusia näkökulmia keskustelun järjestäminen voisi tuoda aiheeseen? Esimerkkejä paneelikeskustelun aiheista:

- Päästöt puihin
- Tekeekö verkko lääkäristä tarpeettoman?
- "Aurinkopaneeli" – Energiaongelmien ratkaisut

Paneelikeskustelun onnistumisen kannalta avainasemassa ovat keskustelun osallistujat ja puheenjohtaja. Valitkaa paneelikeskustelun osallistujat niin, että erilaiset näkökulmat tulevat esille. Keskustelijoiden on hyvä edustaa erilaisia tahoja, esimerkiksi viranomaisia ja poliittisia päättäjiä, kansalaisjärjestötoimijoita, tutkijoita ja aihetta omakohtaisesti tuntevia. Muistakaa, että tunnetut nimet tuovat kuulijoita paikalle.

Suunnitelkaa keskustelun kulku miettimällä ensin aiheeseen liittyviä aihekokonaisuuksia ja sen jälkeen niihin liittyviä kysy-



myksiä. Kaikkia kysymyksiä ei tarvitse esittää, mutta niitä on hyvä olla varalla. Varmistakaa, että osallistujat tietävät, mistä paneelissa keskustellaan ja mitä heiltä odotetaan. Tehkää keskustelijoille selväksi tilaisuuden tarkoitus, kesto ja sisältö. Tiivis kirjoitettu esittely paneelin aiheesta ja keskusteltavista aihepiireistä on tässä suureksi avuksi.

Keskustelu onnistuu parhaiten, kun osallistujilla on mahdollisuus katsekontaktiin keskenään. Sijoittakaa siis keskustelijat esimerkiksi puolikaaren muotoon yleisön eteen.

Paneeli aloitetaan usein puheenjohtajan lyhyen alustuksen jälkeen antamalla jokaiselle keskustelijalle lyhyt aloituspuheenvuoro aiheesta. Muistakaa esitellä keskustelijat ja kertoa heidän taustastaan. Keskustelu jatkuu puheenjohtajan ja yleisön esittämien kysymysten kautta.

Hyvä ja napakka puheenjohtaja pitää keskustelun kurissa. Puheenjohtajan tehtävänä on pitää keskustelijoiden puheenvuorot lyhyinä ja ytimekkäinä ja estää keskustelun ajautuminen muihin aiheisiin. Puheenvuoroille voi määrätä enimmäiskeston, esimerkiksi kaksi minuuttia. Puheenjohtajalla voi olla apunaan tiimalasi tai kello, jolla hän ilmoittaa ajan päättyneen.

Elävöittäkää keskustelua pyytämällä keskustelijoita esittämään mielipiteensä äänestämällä, nousemalla seisomaan, piirtämällä tai asettumalla kuvitellulle mielipidejanalle. Antakaa yleisön esittää kysymyksiä ja varatkaa aikaa avoimelle keskustelulle. Kysymyksiä voi pyytää myös jakamalla kysymyslappuja kuuntelijoille ja keräämällä kirjoitetut kysymykset puheenjohtajalle.

ARVIOINTI: Kuuntelijoiden määrä ja osallistuminen, keskustelijoilta ja yleisöltä saatu palaute, mediajulkisuus.

MUUNNELMAT: Paneelikeskustelua voi käyttää osallistujien mielipiteiden selvittämiseksi esimerkiksi kunnallisvaalien alla järjestettävässä paikallisten ehdokkaiden vaalipaneelissa.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

Ideointi: aiheen, paikan ja ajankohdan valinta. Keitä pyydetään keskustelijoiksi ja puheenjohtajaksi? Tehkää pitkä idealista, koska kaikille ehdotettu ajankohta ei sovi.





Vastuuhenkilöt: Kuka on yhteydessä keskustelijoihin ja puheenjohtajaan? Kuka huolehtii tiedotuksesta? Entä käytännön järjestelyistä?

KÄYTÄNNÖN JÄRJESTELYT:

- Paikan varaaminen, tarvittavista laitteista ja tarvikkeista sopiminen, nimikyltit puhujille.
- Yhteydenotot keskustelijoihin ja puheenjohtajaan ja keskustelusta sopiminen.

SISÄLTÖ:

- Keskustelun suunnittelu yhteistyössä puheenjohtajan kanssa, kysymysten ideointi.
- Panelistien informointi keskustelun kulusta.
- Tiedotus paneelista yleisölle ja tiedotusvälineille.

TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Käytännön järjestelyt: tuolit ja pöydät paikoilleen, mahdollisen äänentoiston testaus.
- Keskustelijoiden vastaanottaminen ja ohjaaminen paikoilleen.
- Yleisön vastaanottaminen ja mahdollisten yleisökysymysten kerääminen.
- Keskustelun tallentaminen (valokuvat, video).



Urheiluottelu ja köydenveto

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, tiedon jakaminen, keskustelun herättäminen, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5 minuuttia–usean tunnin peliturnaus.

MITÄ TARVITSETTE: Pelitila, köysi tai peliväline (esim. jalka-, kori- tai lentopallo), palkinto.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista ja tiedotuksesta vastaavat, pelaajat, tuomari.

KUVAUS: Köydenvedolla tai urheiluottelulla voi nostaa esille järjestön viestiä ja/tai kerätä varoja toimintaan. Esimerkkejä urheilun keinoin toteutetuista kehityskasvatushankkeista: Osana Reilu peli, samat säännöt -kampanjaa on järjestetty jalkapalloturnauksia ympäri Suomea. Pelit pelataan Reilun kaupan jalkapalloilla. Kampanjan tavoitteena on parantaa työoloja kehitysmaiden urheiluvälineteollisuudessa. Porin Mahdollisuuksien torilla ”järjestöjyrät” haastoivat kunnanvaltuutetut köydenvetoon ja saivat siten päättäjiä osallistumaan tapahtumaan.

TOTEUTUS: Järjestäkää köydenveto tai reilun pelin turnaus viestinne esiin nostamiseksi. Viestinne voi näkyä vaikka pelaajien t-paidoissa, banderolleissa ja pelivälineessä!

Mikäli ottelu on osa yleisötapahtumaa, nostakaa se esille tapahtuman tiedotuksessa. Kutsukaa pelaajia haastateltavaksi ohjelmalavalle ja pyytäkää heitä tempauksenne tai kampanjanne tukijaksi.

Voitte myös järjestää ystävyysottelun tai köydenvedon paikallisten päättäjien ja järjestöväen avulla. Siten houkuttelette sekä päättäjiä että yleisöä osallistumaan tapahtumaan.

Yksittäisen köydenvedon tai jalka-, kori- tai lentopallo-ottelun sijasta voi toteuttaa kokonaisen turnauksen, jossa sarjan voittajat palkitaan.



ARVIOINTI: Yleisön osoittama kiinnostus, saatu palaute yleisöltä ja pelaajilta, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Havainnollistakaa kansainvälisen kaupan epätasa-arvoisia rakenteita järjestämällä jalkapalloturnaus kaltevalla alustalla niin, että Etelän edustajat pelaavat ylämäkeen. Kutsukaa paikalliset kunnanvaltuutetut pelaamaan Etelän edustajina ja keskustelkaa sen jälkeen kuntanne eettisten hankintojen tärkeydestä.

Ottelun voi toteuttaa myös pöytäjalkapallo- tai jääkiekkopelinä joko suoralla tai kaltevalla Etelä vs. Pohjoinen -asetelmalla.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Ideointi: Millainen ottelu sopii viestiin parhaiten? Keitä pyydetään pelaajiksi? Miten viesti nostetaan esille?
- Pelistä sopiminen pelaajien kanssa.
- Käytännön järjestelyt: pelipaikka, pelivälineet ja -paidat.
- Tiedotus: banderollien, pelipaitojen yms. valmistus, yhteydet tiedotusvälineisiin.

TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Käytännön järjestelyt: pelipaikka kuntoon.
- Pelaajien vastaanottaminen ja ohjaaminen paikalleen.
- Viestin välittäminen.



TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, tiedon jakaminen, aiheen esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5–15 minuuttia.

MITÄ TARVITSETTE: Pieni koroke tai haastattelunurkkaus, äänentoistolaitteet suuressa tilassa tai tilaisuudessa

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat, haastattelija

KUVAUS: Haastattelussa välitetään tietoa jostakin aiheesta vuorovaikutteisella tavalla.

TOTEUTUS: Ideoikaa kiinnostavia ja esiintymiskykyisiä haastateltavia tapahtuman viestiin tai teemaan liittyen. Mikä herättää ihmisten ja tiedotusvälineiden mielenkiinnon? Kenellä on kiinnostavaa kerrottavaa? Haastatelkaa esimerkiksi tietyn aiheen kuten reilun kaupan asiantuntijaa. Tai kutsukaa kehitysmaassa vapaaehtoistöissä tai omassa elämässään ilmastonmuutosta aktiivisesti torjuva henkilö kertomaan kokemuksistaan.

Kysykää haastattelijaksi paikallista toimittajaa tai muuta sanavalmista henkilöä. Paikallinen radiokanava voi innostua yhteistyöstä ja raportoida samalla tapahtumasta kuulijoilleen.

Haastattelija valmistautuu ennalta tutustumalla haastateltavan edustamaan aiheeseen ja tekemällä kysymyksiä. Antakaa yleisölle mahdollisuus kysyä.

Samana haastattelun voi toistaa pitkäkestoisen yleisötapahtuman aikana useasti.

Pyytäkää haastateltavia henkilöitä osallistumaan tilaisuudessa esillä olevaan tempaukseen tai kampanjaan.



ARVIOINTI: Kuuntelijoiden määrä ja yleisön osoittama kiinnostus, saatu palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Käyttäkää haastatteluita tapahtumassa esittävien järjestöjen työn esittelyyn. Haastatelkaa järjestöjen edustajia esimerkiksi tapahtuman teemaan liittyen tai keksikää huumoripitoisia kysymyksiä tapahtuman keventämiseksi.

Voitte myös järjestää haastatteluita esittelypöytänne tai kojune luona ihmisten houkuttelemiseksi.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Ideointi: Keitä pyydetään haastateltaviksi? Entä haastattelijaksi?
- Sopikaa haastatteluista haastateltavien kanssa. Huolehtikaa, että haastateltavat tietävät, mitä heiltä odotetaan ja missä heidän tulee olla ja mihin aikaan.
- Miettikää haastattelukysymyksiä yhteistyössä haastattelijan kanssa. Kaikkia kysymyksiä ei tarvitse esittää, mutta niitä on hyvä olla runsaasti varalla.

TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Testatkaa äänentoistolaitteet.
- Väittelijöiden vastaanottaminen ja ohjaaminen paikalleen.
- Keskustelun tallentaminen (valokuvat, video).



Kunnianimi tai -lähettiläs

TAVOITE: Asian esille nostaminen tiedotusvälineissä, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, tiedon jakaminen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: –

MITÄ TARVITSETTE: Jaettava palkinto ja/tai kunniakirja.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista ja tiedotuksesta vastaavat, valintaraati.

KUVAUS: Luokaa paikallinen perinne valitsemalla keulakuva tietylle asialle joka vuosi. Palkinnon julkistamisen voi liittää vuosittaiseen tapahtumaan kuten Mahdollisuuksien toriin. Kunnianimi voidaan myöntää esimerkiksi vuoden tai paikkakunnan reiluimmalle tyypille, mahdollistajalle, kierrättäjälle tai ilmastoerkille. Esimerkkejä järjestöjen myöntämistä palkinnoista:

- Käymäläseura Huussi ry palkitsee Kultaisella talikolla vuoden huussiteon.

- Pirkanmaalaiset kansalaisjärjestöt valitsevat Mahdollisuuksien torin yhteydessä Vuoden Mahdollistajan eli yksilön, yhteisön tai yrityksen, joka on edistänyt monikulttuurisuutta ja suvaitsevaisuutta Pirkanmaalla.

TOTEUTUS: Määrittäkää perusteet kunnianimen myöntämiselle ja muodostakaa valintaraati. Kutsumalla siihen tunnettuja henkilöitä saatte julkisuutta palkinnollenne, mutta valinnan voi tehdä myös järjestöväen kesken.

Tiedottakaa palkinnon myöntämisestä ja ilmoittakaa, että ehdotuksia otetaan vastaan määräaikaan mennessä. Tehkää valinnan julkistamisesta erillinen pieni tapahtuma tai lehdistötilaisuus tai liittäkää se suuremman tapahtuman yhteyteen.

Myöntäkää palkinnon saajalle kunniakirja ja/tai palkintoa symboloiva esine.



ARVIOINTI: Ehdotusten määrä, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Kunnianimen tai palkinnon lisäksi voitte hankkia järjestönne työlle tai kampanjalle tukijoita ja lähettiläitä, jotka nimellään tukevat työtänne. Tukijat voi listata esimerkiksi järjestön verkkosivulle.

Kunnianimen voi myöntää myös antipalkintona eli taholle, joka on toiminut haitallisimmin tietyn asian kannalta. Esimerkiksi Suomen Luonto-lehti valitsee vuosittain vuoden turhakkeen eli tarpeettoman tavararan tai hyödykkeen.





41.

Tietoisku

TAVOITE: Tiedon jakaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 2–10 minuuttia.

MITÄ TARVITSETTE: Pieni koroke tai ohjelmanurkkaus, äänentoistolaitteet suuressa tilassa tai tilaisuudessa.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaava ja aikataulusta vastaava.

KUVAUS: Tietoisku on tiivis esittely jostakin aiheesta tai toimijasta. Yleisötilaisuudessa se mahdollistaa järjestön viestille laajemman yleisön.

TOTEUTUS: Toteuttakaa tietoiskut yleisötapauksen ohjelmavallalla tai -nurkkauksessa. Tietoiskuja voivat pitää esimerkiksi tapahtumassa esittäytyvät järjestöt ja esiintyjät. Tehkää myös tapahtuman teemaan liittyviä tietoiskuja.

Ohjeistakaa tietoiskun pitäjiä miettimään tarkkaan omaa viestiään ja esittämään se lyhyesti ja tiiviisti.

Tietoiskuja voi sijoittaa ohjelmaan useaan eri kohtaan, esimerkiksi kun ohjelmavallalla ei muuten tapahtuisi mitään. Saman tietoiskun voi pitää useita kertoja yleisötapauksen aikana.

ARVIOINTI: Kuuntelijoiden määrä ja yleisön osoittama kiinnostus.

MUUNNELMAT: Rakentakaa tapahtumaanne paikallinen Hyde Park eli nurkkaus, jossa kaikki halukkaat voivat pitää tietoiskuja ja puheita haluamastaan aiheesta.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Ilmoittakaa tapahtuman toimijoille ja esiintyjille mahdollisuudesta tietoiskuihin. Kiinnostuneet voivat ilmoittautua määräaikaan mennessä.
- Ohjeistakaa tietoisken pitäjiä esittämään asiansa tiiviisti ja kertokaa, missä tulee olla ja mihin aikaan.
- Tehkää tapahtuman teemasta erilaisia tietoisukuja.

TAPAHTUMAPÄIVÄNÄ:

- Ohjatkaa tietoisukuja pitävät ajoissa ohjelmalavalle tai -nurkkuukseen. Mikäli tilaisuudessa on juontaja, hän voi esitellä tietoisukuja pitävät henkilöt.



Asiantuntijavieras Etelästä

TAVOITE: Aiheen esille nostaminen tiedotusvälineissä, mielipiteiden muokkaaminen, tiedon jakaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Riippuu ohjelmasta.

MITÄ TARVITSETTE: Riippuu ohjelmasta.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat, isäntä tai emäntä vieraalle.

KUVAUS: Etelän asiantuntijavieraita osallistuu vuosittain järjestöjen yleisötapahelmiin. Etelän äänen tuominen yleisötapahelmiin on tehokas ja ainutlaatuinen mahdollisuus tarjota suomalaisille tietoa Etelän todellisuudesta ja murtaa ennakkoluuloja. Esimerkkejä yleisötilaisuuksien Etelän vieraiden ohjelmasta:

- Hyvinkään Mahdollisuuksien torilla vuonna 2006 vierailut sambialainen järjestöaktiivi Saul Banda väitteli silloisen ulkoministeri Erkki Tuomiojan kanssa Suomen globaalista vastuusta.
- Reilun kaupan markkinoilla tuottajavieraat Etelästä ovat esitelleet kävijöille tuotteitaan ja kertoneet reilun kaupan hyödyistä.
- Suomalaisten kansalaisjärjestöhankkeiden yhteistyökumppanit Etelästä ovat Suomen vierailuillaan kertoneet hankkeesta ja paikallisesta todellisuudesta kouluissa, järjestöjen tilaisuuksissa, keskustelutilaisuuksissa ja yleisötapahelmissä.

TOTEUTUS: Etelän asiantuntijavieraan osallistuminen yleisötapahelmiin on ainutlaatuinen mahdollisuus, joka kannattaa hyödyntää mahdollisimman kattavasti.

Pohtikaa, mikä rooli Etelän vieraalla on tilaisuutenne ohjelmassa? Entä tiedotuksessa? Yleisötilaisuudessa voi järjestää Etelän vieraan edustamaan aihepiiriin liittyvän paneelikeskustelun tai väittelyn. Etelän vieras voi osallistua jonkin järjestön tempaukseen ja keskustella vapaamuotoisesti tapahtuman kävijöiden kanssa.



Mikäli vierailu kestää useamman päivän, harkitkaa erillisen seminaarin järjestämistä vaikka yleisötilaisuutta edeltävänä päivänä.

Nostakaa Etelän vieras esille tapahtumanne tiedotuksessa: ennakko-, tapahtuma- ja jälkitiedotuksessa. Liittäkää ennakkotiedotteeseen tieto, miten Etelän vieras on haastateltavissa, yhteystiedot yhteyshenkilölle ja julkaisukelpoinen valokuva. Tiedotusvälineiden kautta Etelän vieraan viesti tavoittaa yleisötilaisuuttakin suuremman yleisön.

Huomioikaa keskustelutilaisuuksissa ja tiedotusvälineiden haastatteluissa tulkkauksen järjestäminen. Varatkaa puheenvuoroille riittävästi aikaa ja antakaa yleisölle mahdollisuus kysymyksiin. Tulkatuille puheenvuoroille on hyvä varata kaksinkertaisesti aikaa.

Vältäkö vahvistamasta ihmisten ennakkoluuloja kehitysmaiden ihmisistä kärsivinä ja passiivisina avunsaajina. Etelän vieraat voivat osoittaa, että Etelässä on osaamista ja ihmisten omaehtoista aktiivista toimintaa elinolosuhteiden parantamiseksi.

Huomioikaa vieraan viihtyvyys. Sopikaa, kuka huolehtii vieraasta yleisötilaisuutta ennen, sen aikana ja jälkeen. Varatkaa ohjelmaan aikaa verkostoitumiselle ja lepotauoille ja huomioikaa vieraan toiveet ohjelman suhteen. Kunnioittakaa vieraan kulttuuria ja varmistakaa ohjelma ja aikataulu etukäteen häneltä ja vierailusta vastaavalta järjestöltä.

*Neroutta on se, kun uskoo omaan ajatteluunsa
ja uskoo, että se mikä on totta yksityisessä sydämessään,
on totta myös kaikkien ihmisten kohdalla.*

Ralph Waldo Emerson

ARVIOINTI: Tapahtuman kävijöiden osoittama kiinnostus, saatu palaute, Etelän vieraan palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Kutsukaa tapahtumaanne asiantuntijavieraaksi Suomessa asuva tai opiskeleva Etelästä kotoisin oleva kehityspolitiikan ja/tai kehityskasvatuksen asiantuntija.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

- Suunnitelkaa Etelän vieraan ohjelma muun muassa tämän oppaan ideoiden pohjalta.
- Sopikaa ohjelmasta, aikataulusta ja mahdollisista kustannuksista vieraan ja hänen vierailustaan vastaavan tahon kanssa.
- Hankkikaa taustatiedot vieraasta ja hänen työstään tiedotusta varten. Nostakaa vieras ja hänen asiansa esille tapahtuman tiedotuksessa. Muistakaa laittaa tiedotteisiin yhteystiedot henkilölle, jonka kautta vieraan tavoittaa haastatteluja varten. Jättäkää ohjelmaan aikaa haastatteluille.
- Sopikaa käytännön järjestelyistä vierailusta vastaavan henkilön kanssa ja päättäkää kuka toimii vieraan yhteyshenkilönä tapahtuman ajan.





43.

Ostoskoju

TAVOITE: Tiedon jakaminen, mielipiteiden muokkaaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, maailmankaupan rakenteiden havainnollistaminen, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: Yleisötilaisuuden keston mukaan.

MITÄ TARVITSETTE: Pöytä, kankaita, koreja, "myytävät" tuotteet, kylttejä, tarvittaessa telttakatos.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat, ostoskojun myyjät.

KUVAUS: Ostoskojussa havainnollistetaan kansainvälisen kaupan paikallisia vaikutuksia ja kehitysmaiden ihmisten arkea.

TOTEUTUS: Rakentakaa pöydän, kankaiden ja korien avulla afrikkalainen kyläkauppa tai itämainen basaari. Päätäkää, missä maassa kyseinen kauppa voisi sijaita ja valitkaa rekvisiitaksi myytäviä tuotteita sen mukaan. Voitte käyttää tyhjiä tuotepakkauksia, oikeita tuotteita kuten riisiä, bataattia, ruokaöljyä ja vihanneksia tai askarrella tuotteet esimerkiksi paperimassasta.

Ostoskojun ideana on osoittaa tietyn maan ihmisten todellinen ostovoima suhteessa esimerkiksi opettajan palkkaan. Tuotteiksi on hyvä valita perusruokakorin tuotteita. Vertailuksi voi myös ottaa vastaavan suomalaisen henkilön palkan ja ostovoiman.

Osallistujia on helpompi houkutella perehtymään asian esimerkiksi tietovisan tai kilpailun avulla.

Tietoa hinnoista ja palkoista voitte tiedustella kyseistä maata tuntevalta henkilöltä tai selvittää esimerkiksi YK:n tilastoista.



ARVIOINTI: Kävijöiden määrä ja osoittama mielenkiinto, saatu palaute.



MUUNNELMAT: Ostoskojua voi käyttää myös varainkeruuseen. Kiinnostavan näköinen myyntipiste houkuttelee ihmiset paikalle osallistumaan arpajaisiin tai ostamaan järjestön tuotteita.

KUMPI ON KÖYHÄ

HÄN JOKA EI OMISTA

VAI

HÄN JOKA EI ANNA

Loesje



44.

Kulttuuriesiintyjilläkin on asiaa

TAVOITE: Tiedon jakaminen, mielipiteiden muokkaaminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, vuorovaikutteisuus, asian esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Kaikki, tarvittaessa lapset voi huomioida erikseen.

KESTO: Riippuu ohjelmasta.

MITÄ TARVITSETTE: Riippuu ohjelmasta.

KEITÄ TARVITSETTE: Ohjelman esittäjät, juontajat, taustamateriaalien valmistelijat.

KUVAUS: Kulttuuriohjelmalla kuten tanssi-, musiikki- ja teatteri-esityksillä houkutellaan yleisötilaisuuteen kävijöitä ja elävöitetään tapahtumaa. Kulttuuriohjelmaan kannattaa liittää asiapitoinen viesti. Esimerkkejä kulttuurin keinoin toteutetusta kehitys- ja kansainvälisyyskasvatuksesta:

- Hyvinkään Mahdollisuuksien torilla 2008 esiintyjät tekivät oikeudenmukaiseen ja kestäväan kauppaan liittyviä lupauksia osallistumalla torilla olleeseen lupauskorttitempaukseen.

TOTEUTUS: Asiaviestin voi liittää kulttuuriohjelmaan monella eri tavalla. Ottakaa yhteyttä kansainvälisyyskasvatushankkeisiin ja tiedustelkaa esiintyjäitä sitä kautta. Ehdottakaa yhteistyötä paikalliselle monikulttuurikeskukselle. Haastakaa tapahtuman esiintyjät tukemaan tapahtumassa esillä olevaa tempausta ja kampanjaa.

Haastatelkaa esiintyjäitä tai pyytäkää heitä pitämään tietoisukuja tapahtuman teemaan liittyen. Haastattelut ja tietoisukat voidaan toteuttaa useita kertoja tapahtuman aikana. Rakentakaa esiintyjien viestiin liittyvä näyttely tai esittelypiste tapahtumaan. Viestin voi vaikka maalata banderolliin esityslavan taakse tai edustalle.

Nostakaa kulttuuriesiintyjät ja heidän viestinsä esille tapahtuman tiedotuksessa. Liitäkää ennakkotiedotteeseen tieto siitä, miten kulttuurivieraat ovat haastateltavissa, yhteystiedot yhteys henkilölle ja julkaisukelpoisia kuvia (esiintyjän luvalla).





Pyytäkää tapahtumanne esiintyjä puhumaan tapahtumassa esillä olevan kampanjan, tempauksen tai sen teeman puolesta. Nostakaa esiintyjien lupaukset esille tapahtuman tiedottamisessa.

Etelän kulttuurivieraiden osalta saatte lisävinkkejä kohdasta Etelän asiantuntijavieras.

Lisätietoa Ulkoministeriön tukemista kansalaisjärjestöjen viestintä- ja kehityskasvatushankkeista: www.formin.fi.

ARVIOINTI: Yleisön osoittama kiinnostus, yleisöltä ja esiintyjiltä saatu palaute, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Kutsukaa maahanmuuttajia mukaan suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtumaanne. Välttäkää kulttuuristen stereotyyppien vahvistamista ja miettikää, miten rikotte ennakkoluuloja.





45.

Seminaari

TAVOITE: Keskustelun herättäminen, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen, mielipiteiden muokkaaminen, tiedon jakaminen, yhteiskunnallinen vaikuttaminen, aiheen esille nostaminen tiedotusvälineissä.

KOHDERYHMÄ: Nuoret, aikuiset.

KESTO: Kaksi tuntia–useita päiviä.

MITÄ TARVITSETTE: Seminaaritalat, paikat puhujille ja osallistujille, opastekyltit, tarvittavat audiovisuaaliset laitteet (esim. datatykki, piirtoheitin).

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista vastaavat (käytännön järjestelyt, tiedotus, ohjelma). Seminaarin aikana vähintään puheenjohtaja ja käytännön järjestelyistä vastaava.

KUVAUS: Seminaari on keskustelutilaisuus, jossa paneudutaan perusteellisemmin tiettyyn aiheeseen. Seminaari koostuu usein aihepiirin asiantuntijoiden puheenvuoroista tai pidemmistä luennoista. Yleisö voi osallistua esittämällä kysymyksiä tai ryhmätöissä. Esimerkkejä seminaari aiheista:

- Lapsen haaveet Suomessa ja Sambiassa
- Yhdistystoiminta kulttuurin välittäjänä
- Kasvaminen globaaliin vastuuseen
- Yksityistämisestä ongelmia Latinalaisen Amerikan vesihuollolle

TOTEUTUS: Osana yleisötilaisuutta järjestettävä seminaari voi sijoittua tapahtumapäivään tai sen läheisyyteen. Yleisötapahtumiin liittyviä seminaareja on järjestetty esimerkiksi ulkotapahtuman läheisyydessä sisätiloissa tapahtumapäivänä tai ennakkotilaisuutena, jossa on samalla mainostettu tulevaa yleisötapahtumaa.

Seminaarin järjestäminen edellyttää etukäteissuunnittelua. Olkaa tarkkana miettiessänne puhujia. Mikä on tilaisuuden tarkoitus? Ketkä olisivat sopivia puhujia? Ottakaa selvää puhujien esiintymistaidoista, jos mahdollista.



*Viisaus on rikkautta,
jota vihollinen ei voi ryöstää.*

Sopikaa tilaisuudesta puhujien kanssa ja varatkaa tila hyvissä ajoin. Näin saatte ensimmäisen kutsun liikkeelle ajoissa. Mitä pidempi seminaari on, sitä aikaisemmin siitä tulisi olla tieto mahdollisilla osallistujilla. Yksityiskohtaisempi ohjelma voidaan julkistaa lähempänä seminaaria.

Huolehtikaa ohjelman suunnittelussa siitä, ettei aikataulusta tule liian tiukka. Varatkaa aikaa avoimelle keskustelulle, verkostoitumiselle ja tauoille. Miettikää ohjelman suunnittelussa, miten osallistujat osallistuvat keskusteluun. Osan ohjelmasta voi toteuttaa esimerkiksi ryhmätöinä tai paneelikeskusteluna. Pidempikestoisessa seminaarissa kannattaa panostaa osallistujien tutustumiseen ja hyvän ilmapiirin luomiseen.

Valmistelkaa puhujat hyvin. Kertokaa tilaisuuden tavoitteista ja osallistujista. Määritellä puhujan aihe mahdollisimman tarkkaan. Varmistakaa puheenvuoron kesto ja puhujan mahdolliset toiveet esimerkiksi audiovisuaalisiin laitteisiin liittyen.

Seminaari edellyttää erillistä tiedotusta. Yleisötilaisuuden kävijät eivät ole suunnitelleet osallistuvansa pidempikestoiseen tilaisuuteen.

Itse seminaarissa puheenjohtajan tehtävänä on pitää aikataulusta huolta ja jakaa puheenvuoroja. Käytännön järjestelyistä vastaava ohjaa puhujat ja osallistujat paikoilleen ja huolehtii järjestelyjen toimivuudesta.

ARVIOINTI: Osallistujien määrä, osallistujien ja puhujien antama palaute, osallistujien osoittama kiinnostus, saatu mediajulkisuus ja sen laatu.

MUUNNELMAT: Seminaari voi olla osa laajempaa tapahtumien sarjaa kuten rasismien vastaista viikkoa.



JÄRJESTÄJÄN MUISTILISTA

ENNAKKOVALMISTELUT:

- Seminaarin suunnittelu: aihe, puhujat, paikka ja aika.
- Aikataulutetun ohjelman suunnittelu.
- Puheenvuoroista sopiminen puhujien kanssa, muistakaa selvittää erityistoiveet.
- Seminaarista sopiminen puheenjohtajan kanssa.
- Tiedotus: ennakkokutsu, kutsu ja yhteydet tiedotusvälineisiin.
- Seminaaripaikan järjestelyt: opastekyltit, istumapaikat puhujille ja osallistujille, osallistujille kyniä, kumeja ja muistiinpanovälineitä, mahdolliset audiovisuaaliset laitteet (esim. datatykki), tarvittaessa kannettava tietokone muistiinpanoja varten.
- Usean päivän seminaarin järjestäjän on huolehdittava osallistujien yöpymisestä ja ruokailusta (mutta ei automaattisesti kustannuksista).

SEMINAARIPÄIVÄNÄ JA SEN JÄLKEEN:

- Tilajärjestelyt: tuolien asettelu, tietokoneiden ja muiden välineiden toimivuuden tarkistaminen.
- Osallistujien ja puhujien vastaanottaminen.
- Palautteen kerääminen osallistujilta ja puhujilta ja sen koostaminen.



Kehitysyhteistyöhankkeen esittely

TAVOITE: Tiedon jakaminen, varainkeruu, kiinnostuksen herättäminen aiheeseen.

KOHDERYHMÄ: Kaikki.

KESTO: 5–15 minuuttia.

MITÄ TARVITSETTE: Valokuvia kehitysyhteistyöhankkeesta, esittelykyltit, hankkeeseen liittyviä tavaroita, arvontalippuja ja/tai tietovisakysymyskortteja, palkintoja.

KEITÄ TARVITSETTE: Ennakkovalmisteluista ja käytännön järjestelyistä vastaavat, esittelypisteessä päivystävät henkilöt.

KUVAUS: Järjestön kehitysyhteistyöhankkeesta kannattaa rakentaa yleisötapahintaan monikäyttöinen esittelypiste.

TOTEUTUS: Tehkää järjestönne tukemasta kehitysyhteistyöhankkeesta esittelykyltit kiinnittämällä suuria valokuvia ja esittelytekstejä isoille pahveille tai kylteille. Tehkää kylteistä mahdollisimman kestävä ja pitkäikäiset.

Miettikää, miten herätätte ihmisten mielenkiinnon ja mahdollisesti myös keräätte varoja hankkeelle. Tästä oppaasta löytyy hyviä esimerkkejä osallistavista menetelmistä. Hankkeen esittelypisteessä voi hyödyntää muun muassa seuraavia menetelmiä: sananlaskujen jako, oma nimi erikoisella kielellä, arvonta, erikoiset tavarat, tietovisa ja elämysrata.

Tuokaa hankkeen todellisuutta lähelle ihmisiä. Esimerkiksi puiden istutusta tukevan hankkeen esittelypisteessä voi istuttaa puuntaimia tai kyläkehityshankkeiden osalta kokeilla paikallisten lasten leluja.



Arpajaisten lisäksi voitte kerätä varoja hankkeelle esimerkiksi myymällä kohdemaan leivonnaisia tai ruokaa. Varmista tapahtuman järjestäjältä tai paikalliselta ympäristö- tai terveystarkastajalta paikkakunnan ruoanmyyntiä koskevat lupa- ja terveystarkastukset.

ARVIOINTI: Kävijöiden määrä ja osoittama kiinnostus, kerättyjen varojen määrä.



MUUNNELMAT: Esittelyn voi tehdä myös tietokone-esityksenä, jota voi esitellä tietokoneruudulta tai datatykillä.

Julkinen kulutusvalinta ja sen arviointi

TAVOITE: Kiinnostuksen herättäminen kulutusvalintoihin, tiedon jakaminen.

KOHDERYHMÄ: Nuoret ja aikuiset.

KESTO: Noin 30 minuuttia, valmisteluun aikaa 2–12 tuntia.

MITÄ TARVITSETTE: –

KEITÄ TARVITSETTE: Kuluttajat, raati, juontaja.

KUVAUS: Julkisuuden henkilöiden tai alan asiantuntijoiden henkilökohtaiset kulutusvalinnat kiinnostavat yleensä suurta yleisöä ja mediaa. Haastakaa nimekkäitä henkilöitä tekemään kulutusvalintoja, joita monipuolinen asiantuntijaraati arvioi.

TOTEUTUS: Päätäkää ensin, mitä haluatte ihmisten oivaltavan eli mikä on näkökulmanne ja tavoitteenne. Määritelkää sen pohjalta, mitä tekijöitä tietyssä kulutusvalinnassa halutaan painottaa: ympäristö, lähituotanto, reilu kauppa yleensä, ekologinen jalanjälki, kierrätettävyys, pakkausten minimointi jne.

Valitkaa kahdesta viiteen paikallista julkisuuden henkilöä tai alan asiantuntijaa valitsemaan jotain tuotteita tai palveluita esimerkiksi sähkösopeutus, siivouspalvelu, päivittäinen ruokaostokori tai kesälomamatka. Kertokaa valituille ihmisille tarkkaan, mihin he ryhtyvät eli että tulokset ovat julkisia ja raati tulee niitä kommentoimaan.

*Käden sulkeminen ei tee rikkaaksi,
mutta antaminen on säästöön panemista.*



Valitkaa raatiin kahdesta neljään henkilöä siten, että he edustavat osaamista ja mielipiteitä mahdollisimman monipuolisesti. Kertokaa raadille sekä suullisesti että kirjoitettuna, mitä tekijöitä te toivotte heidän arvioivan. Kannustakaa heitä arvioimaan kulusvalintoja mahdollisimman konkreettisella tasolla.

Raati antaa arvosanansa ja kertoo mielipiteensä yleisötilaisuudessa, johon on kutsuttu myös paikalliset tiedotusvälineet. ”Kuluttajat” esittelevät itse valintansa perusteet ja raati arvioi heidät yksi kerrallaan. Arvioinnista voi tehdä myös visuaalisen eli antaa raadin jäsenille erilaisia numero tai hymiölappuja/keppejä arvostelua elävöittämään.



ARVIOINTI: Osallistujien määrä ja kiinnostus, yleisökysymysten määrä, saatu mediajulkisuus.

MUUNNELMAT: –

Minimetodeja A:sta Ö:hön eli arpajaisista öiseen tempaukseen


Tämän osion ideat on tehty pitkälti tajunnanvirtatekniikalla. Ne ovat esimerkinomaisia ja kertovat siitä, että mitä tahansa voi keksiä ja toteuttaa.

Monesti tuntuu, että “kaikki on tehty jo kertaalleen”, mutta tosiasiassa maailma koostuu tiettyjen teemojen variaatioista. Oman luovan panoksen lisääminen hyväksi todettuun tempuun tekee siitä tuoreen ja huomiota herättävän.


Hyödyntäkää luovan ajattelun menetelmiä. Omia suosikkejamme ovat esimerkiksi Loesjen tapa tehdä sloganeita ja Julia Cameronin kirjoissa esiteltyt tekniikat. Yksi helpoimmista on piirtää isolle paperille luvut 1–100 ja sen jälkeen alkaa kirjoittaa ratkaisuja ongelmaan tai ideoita tempaukseen. Ensimmäiset 20 ovat paljon käytettyjä, sen jälkeen tulee harvinaisempia ja viimeiset 10, joita saa puristaa tosissaan, ovat todennäköisimmin ne parhaimmat. Yksinkertaista ja kivaa! Numeroiden asemasta voi hyödyntää aakkosia, kuten me tässä osiossa, tai värejä, maan nimiä, lasten lorukirjoja tai lähes mitä tahansa.

*Päivä jonka kuljet alastomana
on päivä, jolloin kohtaan anoppisi.*





 **A AAMUKAHVIT.** Kutsukaa teemanne kannalta tärkeitä päättäjiä aamukahveille heitä lähellä olevaan kahvilaan tai omiin tiloihinne keskustelemaan ajankohtaisesta teemasta. Epäviralliset ja luottamuksellisena säilyvät keskustelut saattavat olla merkittäviä ituja uusille asioille.

ARPAJAISET. Järjestäkää teemaanne sopivat arpajaiset, joissa arpa on ilmainen ja voitot ovat esimerkiksi pikkuisia värillisiä lappusia, joihin on kirjoitettu asiaan liittyvä mietelmä, vinkki tai tieto.

 **B BILEET.** Järjestäkää iltabileet. Nostakaa viestinne esille banderoleilla, haastatteluilla, tietoisuuksilla ja flaierilla.

BINGO. Järjestäkää teemastanne bingotyypinen ohjelmanumero. Kopioikaa bingopohjia valmiiksi (ruudukko jossa yhtä monta ruutua pystyssä ja vaakatasossa). Bingoemäntä tai -isäntä lukee kysymyksiä, joihin on kolme vastausvaihtoehtoa. Jokaisella vaihtoehdolla on koodi x, y tai o. Se joka ensin saa merkkisuoran, on voittaja ja huutaa bingo.

 **C CD.** Tehkää teemalaulu tärkeänä pitämistänne asioista. Laulun tekoon on helppo osallistaa esimerkiksi koululaisia: sanoittamiseen, säveltämiseen, esittämiseen ja nauhoittamiseen. CD:lle voi tallentaa myös aamunavauksia, kuunnelmia, kuvia tai muita esityksiä. Niitä on helppo monistaa ja käyttää erilaisissa tilaisuuksissa.

 **D DUUNATKAA** järjestönne teeman ydinsana isolle lakanalle ja varatkaa ihmisille paperi ja tussi, jotta he voivat kirjoittaa, mitä sanasta tulee mieleen. Toimii keskustelun herättäjänä.

Järjestäkää teemastanne bingotyypinen ohjelmanumero.



**E**

EKOLOGISEN JALANJÄLJEN tai muuhun kestävään kehitykseen liittyvien asioiden henkilökohtaiseen testaamiseen on tehty paljon välineitä, joita voi kopioida luvalla sellaisenaan tai soveltaa itse. Näyttävän ja informatiivisen menetelmän saatte kokoamalla tulokset yhteen ja yleisön näkyville.

**F**

FACEBOOK. Perustakaa facebookkiin yhteisö ajamaan jotain tiettyä asiaa. Lähettäkää yhteisöön liittymiskutsuja, pitäkää blogia ja aloittakaa keskusteluja sivuilla. Levittäkää tietoa tapahtumistanne facebookissa.

FLAIERI. Tiivistäkää asianne yleisölle jaettaviin flaiereihin. Painattakaa teksti johonkin käyttökelpoiseen tuotteeseen (heijastin, pannulappu tai kondomipaketti).

FORMAATTIEN MONISTAMINEN. Valitkaa aihe ja tuunatkaa televisiosta tuttuja kilpailuformaatteja paikallismuottiin, esimerkiksi Kemin Idolit, Tanssii tähtien kanssa Oulussa, Utsjoen salsa-markkinat.


**G**


GAALA. Glamouria peliin. Järjestäkää tapahtuma, jossa tuote esiin jotain tiettyä ajamaanne asiaa. Kutsukaa tapahtumaan mielestänne asian hyväksi toimineita tahoja ja palkitkaa niistä muutama gaalamaisin ottein.


GLOBAALITEEMAINEN BIG BROTHER. Luokaa tilanne, jossa jokin ryhmä ihmisiä pääsee kokeilemaan jotain oikeasti olemassa olevaa tilannetta. Pystyttäkää esimerkiksi pakolaisteltoa ja pyytäkää sinne 3–10 vapaaehtoista elämään 2–7 päivää ”oikeata” pakolaiselämää ruokia ja saniteettitiloja myöden. Osallistujat voivat kertoa kokemuksistaan blogeissa ja/tai paikallismedian haastattelmina.

Valitkaa aihe ja tuunatkaa televisiosta tuttuja kilpailuformaatteja.



 **H** **HAUSKAA.** Tempauksia ei kannata tehdä ryppy otsassa! Huumori on hyvä tapa tavoittaa ihmisiä ja herättää heissä omakohtaisia kokemuksia. Järjestäkää vitsikilpailu tai tehkää reippaasti stand up -komiikkaa omasta aiheestanne. Itselleenkin voi nauraa.

 **I** **ILMAKUVIO.** Suunnitelkaa paperille kuvio, jonka haluatte ihmisten muodostavan. Pyytäkää paikalle tiettyyn kellonaikaan tarvittava määrä ihmisiä esimerkiksi mustissa tai punaisissa asuissa ja ohjatkaa heidät osaksi kuviota. Toimii parhaiten esimerkiksi korkeilla ja leveillä rappusilla tai tasanteella, johon on yläpuolelta hyvä näkyvyys.

 **J** **JAKAKAA** aiheeseen liittyviä "lahjoja" mielenkiinnon herättämiseksi. Esimerkiksi luomua, reilua kauppaa ja lähiruokaa edistämään jakakaa herkullisia reseptejä, ilmastonmuutoskampanjassa taas vinkkilistaa energiansäästöön. "Mitä minä tästä itse hyödyn" on monen perusasenne, ja se kannattaa ottaa huomioon.

Tehkää reippaasti stand up -komiikkaa omasta aiheestanne.



**K**

KATUTEATTERI. Suunnitelkaa näytelmä tai muokatkaa jotain vanhaa lyhyttä katuteatteriesitystä varten. Voitte esittää myös pantomiimin, joka liittyy esimerkiksi kulttuurienvälisen vuoropuhelun edistämiseen, aina ei tarvitse sanoja... Näytelmään voi pyytää myös osallistujia kouluista, yrityksistä ym. Värikkäät hahmot vetävät aina kiinnostuneita.

KULUTTAJAMERKKEJÄ. Suurentakaa erilaisia kuluttajamerkkejä (Joutsen-merkki, kierrätysmerkki, Reilun kaupan merkki, lapsityövoiman vastainen merkki jne.) näkyvälle paikalle ja numeroikaa ne. Pyytäkää yleisöä tai ohikulkijoita ruksaamaan heille annettuun listaan, mikä merkki on mikin. Hyvä keskustelun herättäjä.

KUOKKIMINEN. Pitäkää hyvin valmisteltu lyhyt puheenvuoro tai performanssi joidenkin toisten jo valmiiksi järjestämässä tilaisuudessa. Kysykää luonnollisesti lupa etukäteen.

KUVA. Sekoittakaa erilaisia kuvia keskenään kuvankäsittelytekniikoita hyödyntäen tai laittakaa kaksi kuvaa rinnakkain. Ajatuksena on, että tekstiä ei ole ollenkaan vaan kuva puhuu puolestaan. Vaihtoehtoisesti haastakaa ihmisiä kirjoittamaan kuvateksti kuvalle.

**L**

LIITTÄKÄÄ globaali paikalliseen historiaan tai nykypäivään. Jos kampanjoitte kouluja Mumbaihin, tehkää se juuri lakkautusuhan alla olevan kyläkoulun pihalla. Jos järjestätte tempauksen pikkulasten terveydenhuollon puolesta, ottakaa mukaan paikallinen kätilö/historian tuntija, joka kertoo, mitä ja millä tuloksilla paikkakunnalla 1940-luvulla ehkäistiin lapsikuolleisuutta.

Voitte esittää myös pantomiimin, aina ei tarvitse sanoja...



MAHDOLLISUUKSIEN TORIT ovat valtakunnan parhaita foorumeja kaikkien näiden kikkojen kokeiluun ja esittelyyn.

MAISTIAISET pysäyttävät ihmiset. Suolapähkinä, lakritsapala, kahvipapu, sokeroitu karpalo, kotimainen omena, rusina tai jokin pieni tavara kuten pyykkipoika ja tulitikkuaski toimii hyvänä keskustelun avaajana. Tuotteen täytyy jotenkin – edes huumorin tai vastakohtaisuuden kautta – liittyä aiheeseen.

MARATON. Haastakaa yrityksiä, kouluja, virastoja kävelymaratoniin jonkun asian puolesta. Kaikille osallistujille jaetaan joku näkyvä symboli, pinssi, uudet kengännauhat tms. sponsoroituina.

Haastakaa yrityksiä kävelymaratoniin jonkun asian puolesta.



**N**

NAAMIAISET. Järjestäkää teemanaamiaisit. Teemana voi toimia esimerkiksi joku maa tai maanosa. Juhlan kautta tuokaa esille maahan/maanosaan liittyviä ongelmia kuin myös kulttuurisia rikkauksia.

NARU tai köysi viritettynä näkyvälle paikalle toimii hyvin katseenvangitsijana. Laittakaa molempiin päihin vastakkaiset väitämät (tai kuvamateriaalia) ja pyytäkää ihmisiä laittamaan pyykkipoika narun siihen päähän, joka edustaa heidän mielipidettään. Antakaa jokaiselle osallistujalle vielä pyykkipoika mukaan; se toimii oivana muistivälineenä.

NUKKETEATTERI. Nyt on aika kaivaa varastosta vanhat nuket ja pehmolelut. Järjestäkää nukketeatterinäytös, jossa hahmot puhuvat globaaleista/paikallisista ongelmista huumorin keinoin. Esiytyksen jälkeen voitte huutokaupata tai myydä nuket/lelut. Kierrätys kunniaan.

NUMEROT peliin. Kirjoittakaa numero isolla lakanalle tai julisteeseen ja sen jälkeen vasta itse teksti. Numerot kertovat yhtä voimakkaasti kuin kuva. Esimerkiksi "0,77 kiloa on määrä, jonka varakkaan yhdysvaltalaisen perheen lapsi keskimäärin syö lihaan kuukaudessa". "20 vuotta on se aika, jolloin maailman vedenkulutus kaksinkertaistuu. 50 000 on maailman rakennettujen suurpatojen määrä. Padot ajavat ihmiset kotiseudultaan ja heikentävät elinkeinoja."

**O**

OPINTOPIIRI. Perehtykää ajankohtaisiin teemoihin yhdessä. Lopputuotteena voi olla vaikka kampanja! Kukin osallistuja kokoaa vuorollaan omaan teemaansa liittyvää taustamateriaalia muiden luettavaksi ja alustaa aiheesta tapaamisessa keskustelun pohjaksi. Opintopiireihin voi saada tukea vapaan sivistystyön liitoista tai niitä voi ehdottaa paikalliseen kansalais- tai työväenopistoon.

Järjestäkää nukketeatterinäytös, jossa hahmot puhuvat.



OPPIA Etelästä. Nostakaa esille näyttelyssä, haastatteluissa, työpa-
jassa tai piirustuskilpailussa asioita, joita me voimme oppia Eteläs-
tä. Lisäideoita esimerkiksi Luontoliiton julistesarjasta.



Å

ÅTERVINNING är alltid populär och drar folk. Fixa ett återvin-
ningsbord för gamla böcker eller leksaker och använd det för att
locka folk till era evenemang – även Åke och Åsa.



P


PEILI. Iso peili, jonka lähelle on kirjoitettu kysymys, kuten miten
näkemäni liittyy omaan elämään, mitä tunteita minussa heräsi,
mitä minä tekisin, jos olisin vastaavassa tilanteessa jne. Fyysinen
peilaaminen toimii linkkinä sielun peilaamiseen.

POLKUPYÖRÄMARSSI. Kiinnittäkää polkupyöriin viirejä, joissa on
erilaisia sloganeita, myös vaatteisiin ja pyöräilykypäriin voi laittaa
tekstejä. Tekstit on hyvä olla isokokoisia ja värikkäitä. Soittakaa
pyöränkelloja liikkeussanne ja valitkaa joku keskeinen pyöräily-
reitti. Pyöriä voi myös taluttaa ja esimerkiksi levähdyspaikalle voi
perustaa ständin, jossa jaetaan tietoa tempauksesta.


Kiinnittäkää polkupyöriin viirejä, joissa on erilaisia sloganeita.





 **Q** **QUIZ.** Pitäkää tietokilpailu, jossa on palkinnot. Tietokilpailun voi myös "myydä" paikallisradioon tai lehteen.


 **R** **RINTANAPPI.** Vuokratkaa rintanappikone ja tehkää yleisölle rintanappeja teemaan liittyen.

 **S** **SARJAKUVA.** Järjestäkää sarjakuvapaja, jossa osallistujat piirtävät omat sarjakuvansa johonkin tiettyyn teemaan. Voitte myös piirtää valmiiksi sarjakuvan suurelle lakanalle tai paperille ja pyytää osallistujia kirjoittamaan repliikit puhekupliin. Lisätietoa saa Maailman sarjakuvat ry:n sivuilta ja oppaasta.

SLOGANEITA ja huomiota herättävää kuvamateriaalia saa myös valmiina. Noudattakaa käyttöohjeita tarkasti ja käykää katsomassa ainakin Loesje, Adbusters ja Green Eminence.

STILL-KUVA / hahmopatsaat. Luokaa ajatuksia herättävä tilanne tai hahmo jähmettymällä patsaiksi. Viekää hahmopatsaat yleisön keskuuteen.

SYNTYMÄPÄIVÄ. Hyödynnä jonkun kansainvälisesti tai kansallisesti tunnetun hahmon (esimerkiksi Nelson Mandelan liittyen rotusortoon, Sakari Topeliuksen liittyen eläinten oikeuksiin) syntymäpäivää aiheeseen liittyvän tempauksen ja tiedotustilaisuuden järjestämiseksi.

 **T** **TEEMAVUODET JA -VIIKOT.** Hyödyntäkää kansallisia ja kansainvälisiä teemavuosia ja -viikkoja järjestämällä omia tempauksianne juuri silloin. Perustakaa omia paikallisia temaviikkoja, jotka toistuvat vuodesta toiseen.

TEKSTARI. Tekstareitakin voi hyödyntää kampanjoinnissa ja rimmaava slogan herättää ajatuksia.

Luokaa ajatuksia herättävä tilanne jähmettymällä patsaiksi.





TELTTA rajaa huomiota hyvin. Teltan suuaukon tulee olla isosti auki, jotta ihmiset uskaltavat tulla sisään. Kun heidät saa sisään, heidän huomionsa kiinnittyy tarkemmin itse asiaan.

TYÖPERFORMANSSI. Jonkin arkisen askareen tai työn tekeminen sille uudessa ympäristössä herättää huomiota eikä vaadi suuria valmisteluja. Keittäkää vaikka puuroa, syökää sitä kadun kulmassa ja viereen kyltti: "Epäreiluja hankintoja yliopistolla/päiväkodeissa". Tai istukaa kadunvarteen hiomaan katukiviä hiekkapaperilla ja laittakaa viereen kyltti, joka kertoo kivityöläisten työoloista.



URHEILUKISAT. Suomalaiset ovat hullaantuneet niin eukon kuin kiekonheittoonkin, sauvakävelystä puhumattakaan. Muuntakaa tempauksenne koko perheen liikuntatapahtumaksi, jossa näkyvä keulakuva ja/tai sponsori. Varmistukaa siitä, että tapahtuma on pelivälineitä ja tarjoiluja myöten globaalisti kestävä.

UTELIAISUUS. Valmistelkaa isommalla porukalla hyviä teräviä kysymyksiä omasta teemastanne ja käykää esittämässä niitä eri puolueiden vaalitilaisuuksissa, erilaisissa avajaisissa ja esimerkiksi kuntien järjestämissä kuulemis- tai tiedotustilaisuuksissa.

Muuntakaa tempauksenne koko perheen liikuntatapahtumaksi.



**V**

VALTAUS. Vallatkaa pieni julkinen tila, parkkiruutu, puiston nurkka. Istukaa hiljaa paikallanne ja laittakaa kyltti kertomaan asiastanne. Roskaaminen ja meluaminen tuovat vain negatiivista julkisuutta.

VIESTIJUOKSUKILPAILU. Viestinä toimii joku yhteiskunnallinen tavoite. Viestijuoksun etapeiksi merkitkää niitä asioita, joiden kautta päämäärä olisi toteutettavissa. Etappipisteillä voi olla lisätietoa kyseisestä välitavoitteesta. Viestinviejiksi voi haastaa ketä vaan, koululaisia, yritysten työntekijöitä, poliittisia vaikuttajia ym.

VISUAALISUUS on valttia. Jos on kyse vedestä, hankkikaa vesityynyri tai iso läjä vesipulloja. Jos kulutuksesta ja kaupasta, kerätkää parin kuukauden ajan kaikki pakkauksenne ja tehkää niistä iso installaatio. Jos eläinkuljetusten haittojen esiintuonnista, pyytäkää joku ihminen pieneen häkkiin istumaan.

VUOKRATKAA tai lainatkaa jokin huomiota herättävä asu teatterista tai joltain järjestöltä tai tehkää itse. Näkyvä hahmo ja sitä kautta sanoma saa paremmin huomiota tapahtumassa.

**W**


WTO:kin totesi, että kauppa on se mikä kannattaa – ja kiinnostaa. Järjestäkää tempauksenne yhteyteen vaikka kirjojen, taimien, lasten vaatteiden tai palvelujen vaihtopöytä, ruokapiirin perustaminen, antimainosnäyttely, kierrätysmuotinäytös tai reilun kaupan tuotemaistatus.


**X**


X JA Y-AKSELIT. Piirtäkää isolle kankaalle taulukko, jossa esitätte kahden tai useamman asian vaikutussuhteita toisiinsa X ja Y-akselien avulla. Tyhjään taulukkoon voi myös pyytää ensin osallistujia merkitsemään oman oletuksensa asiasta.


Vuokratkaa jokin huomiota herättävä asu teatterista.



 **Y** **YHTEISTYÖ** on valttia. Ottakaa tempauksiinne mukaan kouluja, opistoja, kursseja. Päiväkodit, peruskoulut ja lukiot, kansalais- ja työväenopiston erilaiset harrastuspiirit, teatterikerhot, ammatti-korkeakoulut ja ammattikoulut. Sopikaa yhteistyöstä hyvissä ajoin ennen lukukauden alkua, jotta yhteistyö mahtuu opetussuunnitelmaan.

 **Z** **zzz** – Kaikkia osallistujia pyydetään sulkemaan silmänsä ja kuvittelemaan itsensä johonkin toiseen tilanteeseen, esimerkiksi paikolaisleirille. Käyttäkää apuna ääninauhoja ja tuoksuja. Ääniä saa nauhoitettua netistä tai televisiosta. Tuoksuja mausteista ja aromaöljyistä. Käyttäkää zettiä hellävaraiseen zanoman kertomiseen.

 **Ä** **ÄÄNEEN** Järjestäkää teemaanne liittyen laulu- runo- tai räp-kilpailu. Tarjotkaa kilpailijoille yksi arkki tiivistä inspiroivaa tietoa aiheesta ja muutama viikko aiheen työstämiseen. Miettikää hyvissä ajoin palkinto sekä tilaisuus, jossa kolme parasta pääsevät esiintymään yleisölle. Ottakaa paikallinen tiedotusväline mukaan jo suunnitteluvaiheessa, jos halajatte julkisuutta ja suurta yleisömäärää.

 **Ö** **ÖINEN** elokuva ulkoilmassa. Valitkaa lämmin ja pimeä loppukeskän ilta ja mahdollisimman keskeinen sijainti. Ulkoilmaelokuvat vetävät puoleensa uudenlaista yleisöä. Elokuvan jälkeen voi olla keskustelua, röölpelejä tms. teemaan liittyvää.

Järjestäkää teemaanne liittyen laulu- runo- tai räp-kilpailu.







Miten haastaa ihmiset innostumaan globaalista yhteisvastuusta?

Järjestöille on tarjolla useita tilaisuuksia esitellä toimintaansa aina maaseutumessuista ympäri Suomea järjestettäviin Mahdollisuuksien toreihin. Tämä opas tarjoaa 100 + 1 menetelmää osallistavaan kehityskasvatukseen. Menetelmät on tarkoitettu erityisesti aikuisten kiinnostuksen herättämiseksi.

Oppaan esittelemät menetelmät ovat käyttökelpoisia ensisijaisesti yleisötapahtumissa: järjestöjen esittelypisteissä, ohjelmalavalla ja yleisön keskuudessa. Esiteltyjen menetelmien yhdistävänä tekijänä ovat osallistaminen ja vuorovaikutteisuus. Ne ovat suhteellisen edullisia ja nopeita toteuttaa.

*Astu varovasti toisten ihmisten maailmaan,
niin ettei se mene rikki.*