



KARTY PRACY



GREEN
INDUSTRY
FOUNDATION



Co-funded by
the European Union

Karta Pracy 1

Poniżej przedstawiamy kluczowe elementy komunikacji, które stanowią układankę naszej podróży po świecie zielonego przywództwa. Twoim zadaniem jest niczym tworzenie mostów – połączyć słowa z ich znaczeniem, tworząc harmonijną i pełną sensu całość.

Klarowność	Wymaga umiejętności wczuwania się w perspektywę drugiej osoby.
Aktywne Słuchanie	Pomagają jaśniej zrozumieć intencje i potrzeby drugiej strony
Empatia	opiera się na jasnym i zrozumiałym przekazie.
Komunikacja Pozawerbalna	Nie spieszy się, udziela odpowiednich wyjaśnień i poświęca uwagę potrzebom rozmówcy.
Pytania i Informacje Zwrotne	Skupienie się na słuchaniu drugiej osoby z pełnym zaangażowaniem.
Czas i Cierpliwość	Część komunikacji, czyli gesty, mimika, ton głosu i inne sygnały niezwiązane bezpośrednio z mówionymi słowami

Karta Pracy 2

W świecie dynamicznych zmian i wyzwań nawet najbardziej zaangażowane projekty zrównoważonego rozwoju mogą znaleźć się w punkcie kryzysu. Projekt „Czysta Przyszłość” jest inicjatywą, która angażuje lokalną społeczność w aktywne działania na rzecz ochrony środowiska poprzez regularne sprzątanie terenów zanieczyszczonych. Zespół zielonych liderów, w tym także Marlena, jest zdeterminowany do tworzenia pozytywnych zmian i edukowania o znaczeniu zrównoważonego postępowania. W trakcie jednej z akcji sprzątania doszło do niespodziewanego konfliktu między Moniką a Pawłem — wolontariuszami. Paweł wyraził swoje niezadowolenie wobec organizacji akcji, twierdząc, że jego pomysły były lekceważone i dodatkowo, że Monika je sobie zawłaszczyła.

Konflikt zaczął narastać. Monika była początkowo zaskoczona reakcją Pawła, ale mocno zaczęła bronić swojego stanowiska. Paweł podkreślił, że czuje się niedoceniony i okradziony ze swoich pomysłów, co sprawiło, że sytuacja stawała się coraz bardziej napięta.

Napisz jakie kroki powinna powziąć Marlena w celu rozwiązania konfliktu ?

Karta Pracy 3

Bycie zielonym liderem to wyjątkowe powołanie. Dobry zielony lider nie tylko jest oddany idei zrównoważonego rozwoju, ale także jest w stanie zainspirować nią inne osoby z otoczenia. To osoba, która prowadzi działania na rzecz ochrony środowiska dając swoimi działaniami dobry przykład, mobilizując innych do pozytywnych zmian. Rozważając jakie są cechy zielonego lidera, pojawiają się takie słowa jak: determinacja, zdolność do współpracy, empatia i zdolność do inspirowania i inne.

Choć wszystkie te cechy są ważne, jedna z nich zdaje się wyróżniać nad innymi — umiejętność komunikacji. Komunikowanie się to nie tylko przekazywanie informacji, ale także zdolność budowania mostów między różnymi grupami interesariuszy. To umiejętność jasnego wyrażania wizji, przekonywania innych do swoich wartości i słuchania potrzeb oraz pomysłów innych. Właśnie w tej umiejętności kryje się potencjał do kształtowania wspólnych celów i budowania skutecznych projektów na rzecz ochrony środowiska.

Przygotuj swoją opinię na temat co czyni zielonego lidera wyjątkowym? Jakie cechy sprawiają, że osiąga on sukces, oraz jakie konkretne aspekty komunikacji uważasz za kluczowe w kontekście zrównoważonego przywództwa. Swoje wybory potwierdź przykładami.

Karta Pracy 4

W ramach przedmiotowego zadania, każda drużyna tworzy unikalną kampanię o tematyce ekologicznej.

Zadania dla Zespołu:

- Wszystkie zespoły muszą wyznaczyć własne cele dla swoich kampanii, takie jak zwiększanie świadomości na temat ograniczania plastiku, promowanie recyklingu, oszczędzania energii czy też propagowanie sadzenia drzew itp.
- Każda z grup formuje wizję kampanii, w której zawarte są istotne przesłania, cele do osiągnięcia oraz wybrane ścieżki realizacji zamierzonych efektów.
- W ramach projektu każda drużyna rozpracowuje plan, w jaki sposób wpłynąć na innych, aby włączyli się w działania ekologiczne oraz jak zachęcić ich do zaangażowania się w akcję – jak zbudować komunikację z otoczeniem zewnętrznym.
- Po zakończeniu zadania każdy zespół będzie poproszony o prezentację wyników swojej pracy z pozostałymi grupami.
- W trakcie prezentacji istotne jest uwzględnienie
 - celu kampanii,
 - głównego przekazu,
 - strategii komunikacyjnej,
 - środków mobilizujących do działania
 - spodziewanych efektów kampanii.

Karta Pracy 5

Czas na głęboką rozmowę i aktywne słuchanie! Dobieracie się w pary.

Każdy otrzymuje swoją rolę:

Osoba pierwsza będzie dzielić się swoimi osobistymi doświadczeniami, działaniami, wartościami związanymi z ochroną środowiska, ekologią, zrównoważonym rozwojem. Możesz opowiedzieć o swoich zrealizowanych projektach lub ogólnie przedstawić swoją opinię na tematy zielone – czym dla Ciebie są, jakie masz pomysły.

Druga osoba w parze będzie osobą słuchającą. Zadaniem będzie aktywne słuchanie i koncentrowanie się na tym, co mówi twoja partnerka lub twój partner; jak mówi. Istotne jest, aby zwrócić uwagę na cały przekaz: werbalny i niewerbalny.

Po wysłuchaniu opowieści, osoba druga przedstawia osobie pierwszej, co usłyszała, zrozumiała. Staraj się oddać istotne punkty, emocje i przekaz, które usłyszałeś.

Pamiętajcie, że celem tego ćwiczenia jest nie tylko wysłuchanie słów historii drugiej osoby, ale także odnotowanie mowy niewerbalnej (gestów, mimiki, tonu, emocji itp.)

Po zakończeniu zamieńcie się rolami i powtórzcie ćwiczenie.

Karta Pracy 6

Przygotuj kwestionariusz dla współpracujących wolontariuszy, który posłuży Ci jako podstawa do gromadzenia opinii od członków Twojego zespołu na temat zrealizowanego projektu „Sprzątanie świata”. Ważne jest, aby ankieta była starannie zbudowana i pozwalała otrzymać informację zwrotną od grupy tzw. Feedback, co pozwoli naprawić wszelkie niedociągnięcia.

Do dzieła!

Karta Pracy 7

Każdy z uczestników przygotowuje krótką prezentację na temat wybranej inicjatywy ekologicznej, hasła ekologicznego, procesu ekologicznego.

Przed rozpoczęciem prezentacji, wylosuj karteczkę z opisem określonego rodzaju gestu niewerbalnego od prowadzącego.

Musisz zaprezentować temat, starając się wykorzystać przypisany gest niewerbalny.

Karta Pracy 8

Ćwiczenie polega na analizie i klasyfikacji interesariuszy na dwie główne kategorie: wewnętrznych i zewnętrznych w ramach prowadzonej akcji ekologicznej (do wyboru, na przykład sadzenia drzew w waszym miejscu zamieszkania).

- Korzystając z pytań pomocniczych, podejść do identyfikacji interesariuszy:
- Kto wykazuje zainteresowanie naszą akcją ekologiczną?
- Kto posiada potencjał wpływu na pomyślne przeprowadzenie akcji?
- Kto ma zdolność wywierania wpływu na rezultaty tego projektu?
- Kto ma możliwość zaakceptowania lub odrzucenia naszego plan

Karta Pracy 9

To ćwiczenie nawiązuje do poprzedniego zadania, w którym zidentyfikowałeś/łaś różne grupy interesariuszy. Teraz twoim zadaniem jest utworzenie mapy interesariuszy. Możesz wybrać jeden z rodzajów mapy przedstawiony poniżej, aby lepiej zrozumieć dynamikę wpływu i zaangażowania interesariuszy w projekt. Proponowane rodzaje map analizy interesariuszy:

- **Macierz Stopnia Kontroli i Korzyści** — W tym podejściu interesariusze są klasyfikowani na podstawie tego, jak duży wpływ mogą mieć na projekt oraz jakie korzyści mogą odnieść z jego realizacji. To pozwala na określenie, kto ma zdolność do kształtowania projektu oraz kto może odnieść korzyści z jego efektów.
- **Macierz Stopnia Kontroli i Wpływu** — Ten model również koncentruje się na poziomie wpływu i kontroli interesariuszy, ale dodatkowo uwzględnia, jak bardzo są zaangażowani w projekt. Dzięki temu można lepiej zrozumieć, kto ma zdolność podejmowania decyzji oraz jak silne jest ich zainteresowanie rezultatami projektu.
- **Macierz Wpływu i Wprowadzanych Zmian** — W tym przypadku interesariusze są grupowani na podstawie ich aktywnego zaangażowania w projekt oraz zdolności do wprowadzania zmian w jego przebiegu. To pozwala zidentyfikować osoby, które rzeczywiście mogą wpłynąć na kształt projektu oraz jakie zmiany są w stanie wprowadzić.
- **Model Istotności** — Ten model grupuje interesariuszy według trzech kluczowych aspektów: zdolności kontroli, ważności ich zaangażowania oraz etycznego uzasadnienia tego zaangażowania. To pozwala na zrozumienie, kto ma zdolność do wpływu, kto jest kluczowy dla projektu i kto może być autorytetem moralnym w kontekście jego realizacji.

Karta Pracy 10

Jesteśmy podekscytowani, że możemy kontynuować naszą podróż ekologicznego przywództwa! Nasze wcześniejsze ćwiczenia z wdrożenia inicjatyw związanych z ochroną środowiska były niesamowite, teraz przyszedł czas, aby podzielić się Waszym sukcesem z szerokim światem za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Waszym zadaniem jest stworzenie trzech kreatywnych i inspirujących postów, które można opublikować na platformach społecznościowych. Pamiętajcie, że celem jest nie tylko dotrzeć do naszych obecnych zwolenników, ale także przyciągnięcie nowych osób do Waszej ekologicznej społeczności.