



Kulturna osviještenost i uvažavanje

CA-03

WebQuest



Upoznavanje: QR kampanja

DODIJELJENA TEMA:	Kulturna svijest i uvažavanje
NAZIV WEBQUESTA:	Upoznavanje: QR kampanja
Uvod	
<p>Volite svoj grad i volite svoje susjedstvo; boravili ste na različitim mjestima u svom životu, ali ste se na kraju vratili u svoj rodni grad. Sjećanja i povezanost koju imate s ovim mjestom razlozi su zbog kojih ste zabrinuti zbog nedavnih napada na kulturne manjine, posebno na niskokvalificirane migrante, i naknadne polarizacije u zajednici.</p> <p><i>Međukulturna komunikacija</i> predstavlja temeljni koncept u utrci protiv polarizacije i u korist koherentnih zajednica. Interkulturalna komunikacija (za razliku od multikulturalne i međukulturalne komunikacije) usredotočena je na međusobnu razmjenu ideja i kulturnih normi te razvoj značajnih odnosa između ljudi iz različitih kulturnih sredina. Doista, te se kulturne razlike smatraju mogućnostima učenja za promjene i rast na individualnoj i društvenoj razini.</p> <p>Dobra interkulturalna komunikacija u osnovi zahtijeva <i>interkulturalnu svijest</i>, razumijevanje da različite kulture imaju različite standarde i norme. Kako ljudi vide, tumače i procjenjuju stvari na različite načine, ono što se smatra prikladnim u jednoj kulturi vjerojatno je neprikladno u drugoj, pa stoga nastaju nesporazumi. Komuniciranje s drugima je teško; zahtijeva osjetljivost i kreativnost. Ali štoviše, to</p>	



zahtijeva razumijevanje da smo svi oblikovani, ali ne ograničeni, našom kulturnom pozadinom i da, ponekad, moramo upoznati ljude više od pola puta.

Svi mi možemo poticati učinkovitu interkulturalnu komunikaciju u našim zajednicama; individualni i timski naponi mogu dovesti do podizanja svijesti i poduzimanja radnji prema koherentnim i podržavajućim zajednicama. Ovaj WebQuest ima za cilj upoznati vas s koracima potrebnim za razvoj QR kampanje tijekom koje možete ispisivati i lijepiti QR po gradu i omogućiti da se čuju različiti glasovi.

ZADATCI

Živiš u dinamičnoj zajednici s ljudima različitog porijekla i etničke pripadnosti, uglavnom nakon izbjegličkih i migracijskih tokova u posljednjih nekoliko godina. Počeli ste brinuti o pojmu "mi protiv njih" koji postaje sve rašireniji u lokalnim novinama i svakodnevnim raspravama i događajima. Također shvaćate da su negativni prikazi ljudi s različitim kulturnim podrijetlom uobičajeni, a ne pozitivni ili neutralni. Želite doprinijeti pokušajima jačanja društvenih veza u vašoj zajednici i interkulturalnoj komunikaciji. Odlučili ste kreirati vlastitu kampanju koja će promovirati različite glasove u vašem gradu i učiniti da se čuju. Želite raditi na inovativnoj ideji i zato se odlučite koristiti autobiografskom metodom pripovijedanja i širiti priče putem QR-ova na naljepnicama diljem grada.

Proces



1. korak: Upoznajte se s metodom!

Prvi korak u promicanju životnih priča ljudi iz vaše zajednice jest da postanete svjesni što je autobiografsko pripovijedanje! Ne morate postati stručnjak da biste ispričali priču ili izazvali priču od zainteresiranih ljudi, ali biste trebali znati osnovne informacije o metodi i kako je primijeniti u svom slučaju, temeljna pitanja koja će vam pomoći da nacrtate korisne elemente priče i savjete o tome kako postati dobar ispitivač za bolje rezultate i komunikaciju sa svojim sudionicima. Sljedeći resursi imaju za cilj pružiti vam podršku dok se upoznajete s pripovijedanjem pružajući vam praktične savjete i smjernice.

Što je Pripovijedanje i zašto je važno u društvenim promjenama?

- Što je pripovijedanje? - <https://storynet.org/what-is-storytelling/>
- Što je pripovijedanje i zašto biste ga trebali koristiti? - <https://yoast.com/what-is-storytelling-and-why-should-you-use-it/>
- [Video] PRIPOVIJEDANJE Što je pripovijedanje <https://www.youtube.com/watch?v=uAG8c-sapUE>
- [Video] Kako priče oblikuju naš um | Znanost pripovijedanja | BBC-jeve ideje <https://www.youtube.com/watch?v=vyZMSZG2Dmk>
- [Video] Umijeće pripovijedanja: Mehanika velike priče https://www.youtube.com/watch?v=D_J5SENQK6A

Pitanja za poticanje pripovijedanja

- 20 promišljenih pitanja za pisanje uvjerljive životne priče - <https://www.storii.com/blog/20-thoughtful-questions-writing-compelling-life-story>
- Pitanja za intervju za Life Story - <https://familytreevideo.com/life-story-interview-questions/>



- 67 Pitanja koja treba postaviti prilikom intervjuiranja nekoga o njegovom životu - <https://enlightio.com/questions-to-ask-when-interviewing-someone-about-their-life>

Savjeti za učinkovit razgovor

- Kako biti dobar anketar - <https://resources.workable.com/stories-and-insights/how-to-be-good-interviewer>
- Kako biti dobar intervjuer: Poboljšajte svoje kvalitativno intervjuiranje u 5 minuta - <https://maestrolearning.com/blogs/how-to-be-a-good-interviewer/>

2. korak: pronađite svoje sudionike!

Ključni (zapravo najvažniji) dio vaše inicijative za podizanje svijesti su vaši sudionici, ljudi koji će razgovarati s vama, oni koji će podijeliti svoje osobne priče, oni koji će voditi vašu kampanju. Imajte na umu da je vaš cilj dati prostor za različita iskustva, različita gledišta i stilove života; stoga se trebete obratiti predstavnicima svake društvene skupine (npr. muškarcima, ženama, tinejdžerima, djeci, starijima, migrantima, izbjeglicama, mještanima, pridošlicama, nezaposlenima, samozaposlenima, studentima, bijelcima, crncima, Afroamerikancima, Azijatima, osobama s invaliditetom itd.) kako biste razvili ovu jedinstvenu zagonetku svog grada.

- Jednostavan vodič za regrutiranje sudionika istraživanja - <https://maze.co/blog/recruit-research-participants/>
- Prikupljanje priča iz zajednice - <https://www.open.edu/openlearncreate/mod/oucontent/view.php?id=64806§ion=6>



- Angažiranje javnih grupa svojim istraživanjem -
<https://www.bath.ac.uk/guides/engaging-public-groups-with-your-research/>
- SMJERNICE ZA ZAPOŠLJAVANJE SUDIONIKA ISTRAŽIVANJA -
<https://www.torontomu.ca/content/dam/research/documents/ethics/guidelines-for-recruitment-of-research-participants.pdf>

3. korak: Počnimo s tehničkim rješenjima!

Nakon prikupljanja vaših priča, vrijeme je da im počnete davati određeni oblik koji bi bio privlačan i jednostavan za sve. U nastavku možete pronaći određene platforme na kojima možete dobiti inspiraciju i implementirati ih. Budite kreativni!

1. Google obrasci - <https://docs.google.com/forms/u/0/?tgif=c>
2. Storyboard That - <https://www.storyboardthat.com/>
3. Platno - <https://www.canva.com/>
4. WordArt (World Cloud Generator) - <https://wordart.com/>
5. Timetoast - <https://www.timetoast.com/>
6. Padlet - <https://padlet.com/>
7. Jamboard - <https://jamboard.google.com/>

Zatim ste pozvani stvoriti potrebne QR kodove koje ćete kasnije ispisati i staviti u središnje točke u gradu kako biste podigli svijest o kulturnoj zagonetki vašeg grada i njegovih ljudi. QR generatori mogu biti:

1. Qr.io - <https://qr.io/>
2. Generator Qr koda - <https://www.qr-code-generator.com/>
3. Adobe - <https://express.adobe.com/tools/qr-code-generator>



Naravno, vašoj inicijativi treba **ime**, privlačan naslov kojeg će se svi sjećati i o kojem će pričati. Pogledajte savjete u nastavku i kreirajte naziv kampanje koji će privući pažnju svih:

- Najbolje prakse za optimizaciju konvencija o imenovanju kampanja - <https://www.softcrylic.com/blogs/best-practices-for-optimizing-campaign-naming-conventions/>
- Ovih 6 pravila pomoći će vam da savladate konvencije o imenovanju kampanja - <https://admiral.media/these-6-rules-will-help-you-master-campaign-naming-conventions/>
- Što smijete, a što nesmijete imenovati svoju tvrtku [Infographic] - <https://www.socialmediatoday.com/marketing/dos-and-donts-naming-your-business-infographic>

4. korak: proširite poruku!

U ovoj fazi trebali biste biti spremni podijeliti svoju inovativnu kampanju sa svojom zajednicom. Naporno ste radili i vrijeme je da vaša kreacija ispuni svoju početnu svrhu. Postoji više načina na koje možete distribuirati svoje QR naljepnice i trebali biste iskoristiti ponuđene prilike koje vam najbolje odgovaraju. Međutim, jedan od nužnih koraka je lijepljenje QR-ova na mjesta s mogućnošću visoke vidljivosti, kao što su škole, društveni centri, parkovi i autobusna stajališta. Također možete početi razmišljati o korištenju online platformi i društvenih medija, kao što su Instagram, LinkedIn, Facebook, Twitter i potaknuti svoje sljedbenike da šire poruku. Za veću vidljivost i angažman na internetu pogledajte sljedeće savjete:

- 9 temeljnih savjeta za marketing na društvenim mrežama koje morate slijediti za poslovni uspjeh - <https://nealschaffer.com/5-tips-social-media-marketing-strategy/>



- Kako učinkovito oglašavati na društvenim mrežama - https://mailchimp.com/resources/how-to-market-on-social-media/?gclid=CjwKCAjwvsqZBhAlEiwAqAHEleW_cNEcqVZhAtFYxDu5BdSWi0NchnPxAjx4jjjR8ll8ah5v2tfk40xoCgVsQAvD_BwE&gclidsrc=aw.ds
- 10 strategija za povećanje vidljivosti na društvenim mrežama - <https://www.cyberclick.net/numericalblog/en/strategies-to-gain-visibility-on-social-media>

IZVEDBE

Kao vježbu samoprocjene za ovaj WebQuest, od vas se traži da dovršite kratku vježbu samorefleksije i napišete 350-400 riječi o tome kako ocjenjujete svoj uspjeh u zadatku, u kojim ste elementima uživali ili niste uživali itd. Sljedeća pitanja vodit će ovu samoprocjenu:

- U kojim sam elementima ove aktivnosti najviše uživao?
- Koji mi je aspekt bio najzahtjevniji i zašto?
- Koje ste vještine stekli ovom aktivnošću? Postoji li nešto u čemu sam bio/la dobar/la, a nisam mislio/la da ću biti? Kako bih ocijenio svoje istraživačke vještine? Kako bih ocijenio svoje digitalne vještine?
- Jesam li uživao u razgovoru s članovima svoje zajednice i podizanju svijesti o njihovim pričama?
- Želim li dalje razvijati svoje inovativno rješenje? Bih li razmotrio unapređenje ove ideje i dodavanje više inicijativa u okviru iste kampanje? Objasnite svoj odgovor.

ZAKLJUČAK



Kroz ovaj WebQuest imali ste priliku upoznati se s konceptom interkulturalne komunikacije i svijesti te načinima na koje oni utječu na vašu zajednicu. Opsežno ste radili na stvaranju vizualno privlačnog rezultata koji će potaknuti članove zajednice da razmisle o multikulturalizmu i razviju svoje stavove o kulturnom uvažavanju. Poruku ste prenijeli i razvojem internetske inicijative putem društvenih mreža.

Možda ste primijetili i kako vas je ovaj doživljaj počeo mijenjati. Možda ste primijetili da su se vaše istraživačke vještine počele poboljšavati; da znate kako apstrahirati životne priče, da znate gdje i kako pronaći zainteresirane sudionike i kako ih uključiti da podijele svoja iskustva. Možda ste shvatili da se vaše digitalne vještine poboljšavaju; da sada znate niz platformi za stvaranje sadržaja, da stvarate privlačne QR naljepnice i zanimljive priče, da ste samopouzdaniji u korištenju društvenih mreža i da vaši sljedbenici idu prema gore.

Ako ste inspirirani rješenjima do kojih ste do sada došli, zašto se zaustaviti na tome? Zašto ne biste razmotrili možete li financirati svoje rješenje putem lokalnog prikupljanja sredstava ili skupnog financiranja putem GoFundMe-a? Zašto ne biste podigli svijest među prijateljima, obitelji i članovima svoje zajednice? Kreirajte grupu na mreži, dijelite informacije, raspravljajte i raspravljajte o pitanjima i inspirirajte druge da uđu u utrku protiv diskriminacije, baš kao i vi!

Imajte na umu da *„prava zajednica nije samo geografska blizina s nekim ili dijelom iste društvene mreže. Radi se o osjećaju povezanosti i odgovornosti za ono što se događa. Čovječanstvo je naša krajnja zajednica i svatko igra ključnu ulogu”* (Yehuda Berg).

Pitanja koja bi nastavnik mogao koristiti u cijeloj raspravi na satu kako bi izvijestio o ovom WebQuestu:

- Kako biste ocijenili ukupan dojam? Jeste li uživali u učenju kroz ispunjavanje WebQuest izazova? Što ga je učinilo zabavnijim/manje zabavnim?



- Kako ste se snašli radeći u grupi/sami kako biste dovršili zadatak? Biste li radije radili sami/u grupi?
- Koja je najvažnija stvar koju ste naučili kroz ovaj zadatak?
- Kako vam se svidio zadatak kreiranja QR kampanje? Koje su prednosti i slabosti ove tehnike podizanja svijesti?
- Osjećate li se kao da ste stekli nove vještine? Ako da, koje su to?
- Na koje načine mislite da ste pridonijeli kulturnom uvažavanju?
- Osjećate li da biste mogli iznijeti ovu ideju i pokrenuti širu kampanju? Zašto da ili zašto ne?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CQ+

De-escalating Polarisation in Europe



USTANOVA ZA
OBRAZOVANJE
ODRASLIH | ADULT
EDUCATION
INSTITUTION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"Podrška Europske komisije ovoj publikaciji ne znači odobravanje njezinog sadržaja, koji odražava isključivo mišljenja autora, a Komisija se ne može smatrati odgovornom za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u njoj." Broj projekta: 2021-BE02-KA220-ADU-000033662