



Příručka pro advokacii mládeže

Autor: WeLearn

CULTURAL BRIDGES

Engaging Young People and Youth Workers to develop their Cultural Intelligence for Diverse Online Communities

Obsah

Obsah

Obsah	2
Úvod	5
Začínáme: Klíčové pojmy a koncepty v oblasti advokacie mládeže	6
Klíčové pojmy	6
Etické pokyny pro digitální advokacii	7
Porozumění síle digitální advokacie a roli pracovníků s mládeží	8
Uvedení do praxe: Jak mohou pracovníci s mládeží a mladí lidé začít	10
Pro pracovníky s mládeží	10
Pro mládež	10
Kapitola 1: Závěr	11
Kapitola 2: Mobilizace příznivců a budování online komunity	12
Úvod	12
Kde probíhá digitální advokacie	12
Proč je digitální advokacie efektivní	13
Budování online komunity založené na hodnotách	14
Nástroje a techniky pro zvýšení angažovanosti	15
Online komunity, které mění svět k lepšímu	16
1. Kids for a Better World	17
2. WeStopHate	17
Proč tyto komunity fungují	17
Kontrolní seznam: Vytvoření inkluzivní a vlivné online komunity	18
Kapitola 2: Závěr	19
Kapitola 3: Udržení vaší advokacie prostřednictvím vhodných strategií a spolupráce	21

Úvod	21
Stanovení cílů a vytvoření strategie prosazování zájmů	22
Budování smysluplných partnerství a spolupráce	23
Udržování tempa a předcházení vyhoření	25
Kapitola 3: Závěr	27
Kapitola 4: Případové studie a úspěšné příběhy	28
Úvod	28
Případová studie 1: #FridaysForFuture	29
Přehled:	29
Klíčové prvky:	29
Případová studie 2: #IAmRemarkable (Google Initiative)	30
Přehled:	30
Klíčové prvky:	30
Srovnávací tabulka	30
Závěr	32
Úvod	32
Nová éra pro advokacii	33
Váš hlas má význam	33
Co dál?	34
Seznam referencí	34
Přílohy	39
Kapitola 1 Přílohy	39
Příloha I: Pracovní list pro reflexi v oblasti prosazování zájmů mládeže	39
Kapitola 2 Přílohy	41
Příloha I: Pracovní list k reflexi	41
Příloha II: Kalendář plánování obsahu	43
Příloha III: Sledování zapojení	43



Kapitola 3 Přílohy	44
Příloha I: SMART cíle	44
Příloha II: Šablona pro plánování strategie prosazování zájmů	45
Příloha III: Šablona zprávy pro oslovení	46
Příloha IV: Nástroj pro reflexi syndromu vyhoření	47

Úvod

Tato příručka pro mládežnické aktivisty byla vypracována v rámci projektu Cultural Bridges s cílem podpořit mladé lidi a pracovníky s mládeží, aby se stali aktivními, informovanými a inkluzivními digitálními aktivisty. V době, kdy se diskuse o identitě, rozmanitosti a inkluzi stále častěji odehrávají online, se digitální platformy staly prostorem, kde mladí lidé sdílejí své příběhy, bojují proti diskriminaci a vedou kampaně za kulturní toleranci. Obhajoba dnes není omezena na ulice nebo parlamenty, ale odehrává se na sociálních médiích, v skupinových chatech a prostřednictvím virálních kampaní. Tato příručka si klade za cíl zachytit tuto dynamiku a poskytnout nástroje pro smysluplné a etické zapojení do digitální obhajoby.

Příručka je určena dvěma hlavním skupinám čtenářů: pracovníkům s mládeží a mladým lidem ve věku 15–25 let, kteří se nadšeně zasazují o pozitivní změny. Pracovníci s mládeží v ní najdou pokyny a zdroje, které jim pomohou podporovat mladé lidi v rozvoji advokačních dovedností, orientaci na online platformách a zapojení se do mezikulturního dialogu s citlivostí a sebevědomím. Mladým lidem příručka nabízí praktického průvodce pro zahájení vlastních digitálních kampaní, mobilizaci online komunit a využití jejich hlasů k podpoře kulturní inteligence (CQ) a sociálního začleňování v různých digitálních prostorech a platformách.

V příručce se čtenáři seznámí se základními principy digitální advokacie, včetně toho, jak mobilizovat příznivce, budovat inkluzivní online komunity, rozvíjet strategické kampaně a udržovat dynamiku prostřednictvím spolupráce a péče o sebe sama. Příručka také obsahuje skutečné příběhy o úspěchu kampaní vedených mladými lidmi, které měly dopad na místní i mezinárodní úrovni. Očekáváme, že díky čtení a používání této příručky získají pracovníci s mládeží i mladí aktivisté hlubší pochopení role, kterou může digitální advokacie hrát při překonávání kulturních rozdílů, a toho, jak tyto znalosti využít k vytvoření trvalé a inkluzivní změny ve svých komunitách – jak na místní úrovni, tak online.

Začínáme: Klíčové pojmy a koncepty v oblasti advokacie mládeže

Než se pustíme do toho, jak vytvořit a udržet účinné digitální kampaně na podporu zájmů, je důležité pochopit některé klíčové pojmy a myšlenky, které se v této příručce budou objevovat. Tyto pojmy tvoří základ pro prosazování zájmů mládeže v digitálním věku a pomohou vám cítit se jistěji při procházení následujících kapitol.

Advokacie znamená používat svůj hlas a své činy k tomu, abyste se zastali něčeho, na čem záleží. Pro dnešní mladé lidi se to často děje online. Ať už prostřednictvím krátkého videa, příspěvku na sociálních médiích, podcastu nebo digitálního uměleckého díla, advokacie spočívá v zvyšování povědomí, ovlivňování změn a povzbuzování ostatních k akci. Když mluvíme o digitální advokacii, máme na mysli konkrétně to, jak se tyto zprávy sdílejí pomocí online nástrojů a platform, aby se vytvořila dynamika a oslovilo širší publikum.

Následující slovníček představuje klíčové pojmy, které vám pomohou při čtení této příručky. Porozumění těmto slovům vám nejen pomůže při učení, ale doufáme, že také posílí vaši schopnost jasně a sebevědomě komunikovat jako zastánce kulturní inteligence a inkluze.

Klíčové pojmy

- **Advokacie:** Podnikání akcí na podporu věci, myšlenky nebo skupiny s cílem dosáhnout pozitivní změny. Obhajoba může být osobní, komunitní nebo globální.
- **Digitální advokacie:** Používání online platform, jako jsou sociální média, blogy nebo stránky pro sdílení videí, ke zvýšení povědomí a ovlivnění ostatních o problému, na kterém vám záleží.
- **Kampan:** Plánovaná řada činností, které mají vést k dosažení určitého cíle. V rámci propagace kampaně často zahrnují sdělení, obrázky, videa a výzvy k akci.



- **Kulturní inteligence (zkratka CQ):** Schopnost porozumět lidem z různých kulturních prostředí, ocenit je a efektivně s nimi pracovat. Zahrnuje uvědomění si vlastního kulturního pohledu a otevřenost učit se od ostatních.
- **Inkluze:** Vytváření prostorů, online i offline, kde se každý cítí ceněn, respektován a může se zapojit bez ohledu na svůj původ nebo identitu.
- **Aktivismus pomocí hashtagů:** Používání hashtagů na sociálních sítích s cílem upozornit na problém, zvýšit povědomí a spojit lidi se společnou věcí (např. #EndRacism, #PrideMonth).
- **Ally/spojenec:** Někdo, kdo podporuje komunitu nebo věc, ke které osobně nepatří, tím, že naslouchá, učí se a jedná s respektem.
- **Call to Action (CTA):** Jasné sdělení, které vyzývá ostatní, aby udělali něco konkrétního, například podepsali petici, zúčastnili se akce, sdíleli příspěvek nebo se dozvěděli více o tématu propagace.

Etické pokyny pro digitální advokacii

Než začnete plánovat svou kampaň, je důležité se nejprve zastavit a zvážit etické důsledky vaší advokační činnosti. Je také důležité si uvědomit, že advokacie není jen o tom, co říkáme, ale také o tom, jak to říkáme. Když k vyjádření svého názoru používáme digitální nástroje, máme moc ovlivňovat ostatní, sdílet důležité příběhy a budovat hnutí. S touto mocí však přichází i odpovědnost. Tyto etické pokyny vám – ať už jste mladý člověk nebo pracovník s mládeží – pomohou orientovat se v digitální advokacii s opatrností, integritou a dopadem.

- **Buďte pravdomluvní a ověřujte si fakta:** Před sdílením příspěvku nebo upozorněním na problém se ujistěte, že jsou vaše informace přesné. Nepravdivý nebo zavádějící obsah může poškodit vaši důvěryhodnost a



poškodit věc, na které vám záleží. Vždy si ověřte své zdroje, a pokud uděláte chybu, otevřeně ji opravte.

- **Myslete kriticky, jednejte laskavě:** Digitální advokacie může být emotivní, zejména v souvislosti s obtížnými tématy. Je v pořádku cítit vášně pro své téma nebo věc, ale vyvarujte se šíření nenávisti, hanby nebo dezinformací. Používejte svůj hlas ke vzdělávání a inspiraci, nikoli k útokům. Vždy se ptejte: "Je to fér? Je to užitečné?"
- **Ochrana soukromí a souhlas:** Nikdy nesdílejte něčí příběh, fotografie nebo osobní údaje bez jeho jasného svolení. Pokud vyprávíte svůj vlastní příběh, zamyslete se nad tím, co vám vyhovuje zveřejnit. Co se dostane na internet, může na internetu zůstat. Respektujte své vlastní hranice i hranice ostatních.
- **Buďte inkluzivní a přístupní:** Tvořte svůj obsah vstřícný ke všem. Vyhněte se žargonu, používejte popisy obrázků (alt text) a myslete na to, jak budou vaše sdělení vnímat lidé z různých prostředí, kultur nebo s různými schopnostmi. Propagace by měla povznášet různé hlasy, ne je umlčovat.
- **Přiznávejte si zásluhy a budujte komunitu:** Pokud sdílíte práci někoho jiného, připište mu zásluhy a nezapomeňte, že spolupráce je důležitější než konkurence. Digitální propagace funguje nejlépe, když se lidé navzájem povznášejí a společně budují. Vaše platforma může být světlem reflektorů nejen pro váš hlas, ale i pro ostatní.
- **Zůstaňte v bezpečí a nastavte hranice:** Nemusíte se dělit o všechno a můžete si dělat přestávky. Můžete také zablokovat nebo nahlásit škodlivý obsah. Na vašem duševním zdraví záleží víc než na jakémkoli online trendu; nezapomeňte se proto bezpečně vyjadřovat a udělejte si prostor pro odpočinek, když ho potřebujete. Více o této problematice se dozvíte v kapitole 3 níže.

Porozumění síle digitální advokacie a roli pracovníků s mládeží

V dnešní digitální společnosti jsou lidé všech věkových kategorií online více než kdykoli předtím. Platformy, které se kdysi používaly pro zábavu a komunikaci s přáteli, se nyní díky některým mladým influencerům proměnily v digitální prostory, kde

dochází k ovlivňování a formování politiky. Sociální média, podcasty, blogy, video kanály a další digitální nástroje umožňují šíření zpráv rychleji a dále než kdykoli předtím. Pro generaci Z, která vyrostla s technologií v rukou a ponořená do digitální kultury, může být prosazování zájmů prostřednictvím těchto kanálů zcela přirozené. Mnoho mladých lidí se již vyjadřuje online, upozorňuje na nespravedlnost, oslavuje rozmanitost, zpochybňuje škodlivé narativy a buduje komunity péče a odporu.

Digitální prosazování zájmů zahrnuje strategické využívání online nástrojů k zvyšování povědomí, formování veřejného mínění, ovlivňování rozhodovacích orgánů a podněcování k akci. Může se jednat o mediálně známé kampaně s tisíci sledujícími, ale také o něco tak jednoduchého a účinného, jako je sdílení osobního příběhu, repostování užitečného zdroje nebo zahájení konverzace v malé online komunitě. Důležité je záměr: vytvořit pozitivní a smysluplnou změnu. V kontextu projektu Cultural Bridges znamená digitální advokacie také využívání těchto nástrojů k podpoře kulturní inteligence (CQ), boji proti diskriminaci a budování mostů mezi různorodými komunitami.

Mládežnickí pracovníci hrají v této oblasti klíčovou roli. Jako důvěryhodní průvodci a mentoři mají mládežnickí pracovníci jedinečnou pozici, aby pomáhali mladým lidem orientovat se v digitálním světě s důvěrou a cílem. Mohou mladým lidem pomoci objevovat jejich hodnoty, najít svůj hlas a rozvíjet dovednosti pro účinnou online advokacii. To zahrnuje podporu mladých lidí v následujících oblastech:

- Porozumět kulturním rozdílům a zamýšlet se nad nimi s otevřeností a empatií
- Vytvářet digitální obsah, který je etický, inkluzivní a působivý
- Uznávat potenciál a rizika online platforem
- Spolupracovat s ostatními a vést kampaně za kulturní porozumění

Projekt Cultural Bridges poskytuje pracovníkům s mládeží praktické nástroje, vzdělávací zdroje a reflexní cvičení, které jim tuto práci usnadňují. Prostřednictvím propagace kulturní inteligence a podpory mladých lidí při vytváření vlastních digitálních advokačních kampaní lze podpořit pracovníky s mládeží, aby se stali spolutvůrci inkluzivního online prostoru. Tyto prostory mají sílu zpochybňovat

stereotypy, odbourávat bariéry a podporovat rozmanité hlasy mladých lidí v celé Evropě.

Uvedení do praxe: Jak mohou pracovníci s mládeží a mladí lidé začít

Porozumění digitálnímu aktivismu je prvním krokem, ale teprve jeho uvedení do praxe přináší skutečný dopad. Ať už jste pracovník s mládeží, který podporuje mladé lidi, nebo mladý člověk, který se ujal role digitálního tvůrce změn, zde je několik praktických tipů, jak začít:

Pro pracovníky s mládeží

- Vytvářejte prostor pro dialog a usnadňujte otevřené rozhovory bez odsuzování o sociálních otázkách, které jsou pro mladé lidi důležité, včetně kultury, identity, diskriminace a sounáležitosti.
- Představte klíčové pojmy, jako je CQ, a pomozte mladým lidem pochopit kulturní inteligenci prostřednictvím aktivit, příběhů a příkladů ze života. Využijte je jako základ pro obhajobu zájmů.
- Podpořte budování dovedností a poskytněte školení nebo workshopy o tvorbě digitálního obsahu, online bezpečnosti, mediální gramotnosti a odpovědném chování na internetu.
- Podporujte vůdcovství a nechte mladé lidi, aby se ujali vedení při navrhování advokačních akcí. Nabídněte vedení, ale ustupte, abyste umožnili převzít odpovědnost.
- Buďte mentorem a prokazujte inkluzivní komunikaci, aktivní naslouchání a etické rozhodování ve své vlastní online přítomnosti.

Pro mládež

- Zaměřte se na to, co je pro vás nejdůležitější - na něco, co ve vás vyvolává pocit inspirace, frustrace nebo naděje. To je váš výchozí bod.

- Začněte v malém; nepotřebujete mít obrovské množství příznivců, abyste mohli něco ovlivnit. Sdílení příspěvku, zahájení konverzace nebo vytvoření jednoduché kampaně ve vaší škole nebo komunitě může mít velký význam.
- Využijte své silné stránky; ať už rádi píšete, navrhuje, mluvíte nebo vytváříte videa, existuje způsob, jak svůj talent využít v advokacii.
- Spolupracujte s ostatními a spojte se s přáteli, spolužáky, skupinami mládeže nebo dokonce s lidmi z jiných zemí. Společné hlasy jsou hlasitější.
- Zachovejte bezpečnost a respekt a přemýšlejte o tom, co sdílíte, jak reagujete na neshody a jak chránit svou emocionální a duševní pohodu online..

Kapitola 1: Závěr

Digitální advokacie není jen o ovlivňování ostatních, ale také o objevování vlastního hlasu a jeho účelovém využívání. Pro mladé lidi to může být příležitost vést důležité rozhovory. Pro pracovníky s mládeží to může znamenat podporu projevů vedení ze strany mladých lidí prostřednictvím péče a povzbuzování. Tato příručka vás provede touto cestou krok za krokem.

Věnování času reflexi pomáhá prohloubit vaše porozumění a utvářet váš přístup k advokacii. Tyto otázky lze také vyplnit v příloze v kapitole 1 Přílohy, příloha 1 na konci této příručky.

Jaká témata zajímají mladé lidi, se kterými pracuji, nejvíce?
Jak mohu podpořit jejich zájmy, aniž bych převzal nebo vedl celý proces?

Jsem si jistý, když mluvím o kulturní inteligenci, inkluzi a sociálních změnách? Pokud ne, jaké školení nebo zdroje bych mohl potřebovat?

Jak inkluzivní je prostor, který vytvářím pro mladé lidi, aby se mohli vyjádřit?

Jsem ve svých online aktivitách vzorem respektujícího digitálního chování

Co mě motivuje k tomu, abych se vyjádřil/a nebo podnikl/a nějaké kroky?

Sdílel/a jsem někdy něco online, abych zvýšil/a povědomí nebo podpořil/a nějakou věc? Jaká byla reakce?

Jaké dovednosti již mám, které bych mohl/a využít pro prosazování svých názorů?

Kapitola 2: Mobilizace příznivců a budování online komunity

Úvod

Každé vlivné hnutí, ať už online nebo offline, začíná nějakým druhem propojení. Advokacie není sólová činnost, ale spíše výsledek sdílených hodnot, vzájemného respektu a podpory komunity. Jedním z nejzajímavějších aspektů digitální advokacie je to, jak umožňuje mladým lidem oslovit ostatní, kteří se zajímají o stejná témata, bez ohledu na to, kde žijí. Při budování angažované a inkluzivní online komunity mohou mladí aktivisté zvyšovat povědomí, inspirovat k akci a dosáhnout skutečné změny na místní, národní nebo dokonce globální úrovni.

Tato kapitola představuje některé klíčové informace o digitálních prostorech, kde se advokacie odehrává, a o tom, proč jsou tyto platformy pro mladé lidi tak účinné. Kapitola 2 se také zabývá tím, jak začít budovat silnou komunitu založenou na hodnotách kolem témat, která jsou pro mladé lidi a pracovníky s mládeží nejdůležitější.

Ať už se jedná o zahájení kampaně, zvyšování povědomí o kulturní inteligenci nebo jednoduše sdílení životních zkušeností, aby se ostatní cítili viděni, digitální aktivismus začíná oslovením ostatních a vytvořením prostoru, kde se k vám mohou připojit.

Kde probíhá digitální advokacie

Digitální advokacie se odehrává na celé řadě platform, z nichž každá má svůj vlastní styl, publikum a silné stránky. Sociální média jako Instagram, TikTok, X (dříve Twitter) a YouTube patří mezi nejoblíbenější prostory pro advokacii, protože umožňují rychlé a kreativní sdílení obsahu. Tyto platformy podporují videa, fotografie, infografiky a osobní příběhy, které jsou všechny účinnými nástroji pro zvyšování povědomí a navazování kontaktů s ostatními. Podcasty, blogy a dokonce i živé přenosy na platformách jako Twitch nebo Facebook Live se také stávají populárními formáty pro sdílení postřehů a oslovování nového publika. Všechny tyto platformy spojuje jejich dostupnost: většina mladých lidí je již používá ve svém každodenním životě, což z nich činí přirozené prostory pro zahájení konverzací a vyvolání hnutí.

Některé formy digitální advokacie jsou velmi viditelné a zahrnují virální hashtagy, veřejné kampaně nebo online petice, zatímco jiné jsou tišší a více založené na komunitě. Soukromý skupinový chat nebo dokonce moderovaná sekce komentářů mohou sloužit jako prostor pro advokacii, pokud podporují empatii, vzdělávání a kolektivní akci. Tyto mikrokolektivy často nabízejí větší bezpečnost a důvěru, zejména při diskusi o citlivých tématech, jako je diskriminace, identita nebo osobní zkušenosti s vyloučením. Nejdůležitější je, aby tento prostor odrážel hodnoty advokační práce: inkluzi, respekt, spolupráci a zvědavost.

Proč je digitální advokacie efektivní

Digitální advokacie je pro mladé lidi obzvláště účinná, protože je oslovuje tam, kde se již nacházejí. Místo čekání na přístup k formálním rozhodovacím prostorům, jako jsou vládní panely, zasedací místnosti nebo politická fóra, mohou mladí lidé jednat v reálném čase ze svých vlastních zařízení. To odstraňuje mnoho tradičních překážek účasti, zejména pro ty, kteří jsou geograficky izolovaní, čelí diskriminaci nebo jiným strukturálním výzvám. Mladým lidem to také dává kontrolu nad jejich sdílením a umožňuje jim sdílet svůj pohled vlastním hlasem, s kreativitou, humorem, emocemi nebo jakýmkoli stylem, který nejlépe vyhovuje jejich komunitě.

Rychlost, dosah a viditelnost digitálních platform z nich činí ideální prostor pro budování dynamiky a shromažďování příznivců. Jediný příspěvek může vyvolat mezinárodní diskusi. TikTok může generovat tisíce zhlédnutí. Sdílený příběh může pomoci ostatním cítit se méně osamělí. Nejdůležitější však je, že digitální advokacie umožňuje mladým lidem spojit se s ostatními, kterým na dané věci záleží. Právě toto spojení buduje odolnost, udržuje hnutí a udržuje zaměření na kolektivní dopad spíše než na individuální úsilí.

Budování online komunity založené na hodnotách

Vytvoření digitální komunity kolem vaší advokační činnosti znamená více než jen získání sledujících nebo virální šíření; jde spíše o spojení lidí, kteří sdílejí vaši vizi změny. Ať už se zaměřujete na podporu kulturní tolerance, boj proti diskriminaci nebo prostě jen na zahájení diskuze o rozmanitosti a identitě, je velmi důležité vybudovat komunitu zakořeněnou ve společných hodnotách. Tyto hodnoty, jako je inkluze, empatie, upřímnost a respekt, budou určovat tón vašeho obsahu, způsob, jakým komunikujete s ostatními, a druh prostoru, který chcete online vytvořit.

Aby vaše sdělení byla od samého počátku autentická, měli byste nejprve definovat hodnoty, které jsou pro vás a vaše cíle v oblasti advokacie nejdůležitější. Mezi ně může patřit otevřenost vůči různým pohledům, oslava rozmanitosti nebo závazek k nediskriminaci a respektujícímu dialogu. Tyto hodnoty zviditelněte. Můžete je sdílet ve svém profilu, zmínit je ve svých příspěvcích nebo navrhnout jednoduchou „komunitní dohodu“, která nastaví tón pro to, jak lidé komunikují s vaším obsahem a mezi sebou. Jasné vyjádření vašich hodnot vám pomůže budovat důvěru, zejména u lidí, kteří se k vaší komunitě připojují z různých prostředí a mají různé životní zkušenosti.

Jak vaše komunita roste, je důležité vytvářet příležitosti pro interakci a sounáležitost. Chcete-li tuto interakci podpořit, využijte svou platformu k kladení otázek, vyzývejte lidi, aby se podělili o své příběhy, pečlivě reagujte na komentáře a oceňujte příspěvky ostatních a pokud je to možné, spolupracujte s dalšími mladými aktivisty nebo tvůrci, kteří sdílejí vaše hodnoty. Nejdůležitější rada, kterou vám v tuto chvíli můžeme dát v souvislosti s budováním vaší online komunity, je, abyste byli důslední. Silné komunity rostou, když se členové a následovníci cítí bezpečně, vítání

a začlenění. To znamená moderovat škodlivé komentáře, řešit chyby s pokorou a zajistit, aby váš prostor zůstal otevřený učení. Komunita založená na hodnotách není jen o tom, za čím si stojíte, ale také o tom, jak se každý den chováte, abyste tyto hodnoty uváděli do praxe.

Nástroje a techniky pro zvýšení angažovanosti

Udržet vaši online komunitu aktivní a zapojenou znamená najít kreativní způsoby, jak se spojit s lidmi, vzbudit jejich zájem a povzbudit je, aby se zapojili do vaší advokační činnosti. Naštěstí existuje mnoho bezplatných a snadno použitelných nástrojů, které vám v tom mohou pomoci, ať už vedete kampaň, rozvíjíte malou komunitu nebo sdílíte vzdělávací obsah o kulturní inteligenci. Výběr správných nástrojů a technik závisí na vašem sdělení, vašem publiku a tom, jak chcete, aby lidé interagovali.

Jednou z nejúčinnějších technik je diverzifikace formátů obsahu. Používejte kombinaci obrázků, krátkých videí, infografik, karuselů a interaktivních příběhů:

- Nástroje [Canva](#) umožňují snadno navrhovat profesionálně vypadající grafiku a vzdělávací příspěvky, i když jste to nikdy předtím nedělali.
- Aplikace jako [CapCut](#) a [InShot](#) umožňují upravovat videa pro Instagram nebo TikTok.
- Pokud chcete psát delší příspěvky nebo úvahy, vyzkoušejte platformy, jako je [Medium](#).

Změna formátu obsahu nejen udržuje zájem, ale také zajišťuje, že oslovíte lidi, kteří se učí a zapojují různými způsoby.

Další klíčovou strategií je využití funkcí specifických pro danou platformu k podpoře interakce. Například:

- Pomocí Instagram Stories klást otázky, provádět ankety nebo kvízy pro své sledující.

- Vysílat živě na TikTok, YouTube nebo Instagram, abyste se mohli spojit v reálném čase, odpovídat na otázky nebo spustit kampaň.
- Pomocí hashtagů se zapojit do širších konverzací nebo zahájit vlastní. Vytvářejte je jednoduché, zapamatovatelné a smysluplné.
- Vytvořit odkaz v biografii pomocí nástrojů, jako je [Linktree](#) a sdílejte zdroje, petice, videa a nadcházející události na jednom místě.

A konečně, spolupráce a propagace jsou silným faktorem zvyšujícím angažovanost. Spolupracujte s dalšími obhájci mládeže, umělci nebo organizacemi, které sdílejí vaše hodnoty. Křížové příspěvky, označování a upozorňování vám mohou pomoci oslovit nové publikum a vybudovat podpůrné vztahy. Můžete také uvádět příběhy hostů nebo společně s dalšími lidmi z vaší komunity pořádat akce, výzvy nebo sezení s otázkami a odpověďmi. Spolupráce nejen zvyšuje dosah, ale může také posílit solidaritu a pomoci vašemu úsilí o prosazování zájmů, aby působilo inkluzivněji a participativněji.

Online komunity, které mění svět k lepšímu

Budování online komunity se může zdát zpočátku zdrcující, ale mnoho mladých lidí to již dokázalo a jejich příběhy ukazují, že je možné dosáhnout skutečného účinku. Iniciativy vedené mladými lidmi po celém světě využívají digitální platformy k propojování podobně smýšlejících lidí, sdílení důležitých sdělení a inspirování k akci. Tyto komunity mohou začínat v malém měřítku s jediným příspěvkem, krátkým videem, skupinovým chatem atd.; ale díky cílevědomosti, kreativitě a péči se mohou rozrůst v mocný prostor propagace, učení a sounáležitosti.

Následující dvě případové studie nabízejí příklady online komunit, které dnes rostou. Obě byly založeny mladými lidmi, jako jste vy, a ukazují, co je možné, když se digitální nástroje používají záměrně a když jsou hodnoty jako inkluze, empatie a spolupráce v centru práce.

Při čtení těchto příkladů přemýšlejte o tom, co je činí účinnými. Zamyslete se také nad tím:

- Jaké nástroje používají?
- Jak zapojují ostatní?
- Za čím si stojí a jak to komunikují online?

Tyto příběhy zde nejsou jen pro informaci, ale také pro inspiraci, abyste mohli učinit další krok jako digitální zastánci.

1. Kids for a Better World

Tuto platformu založila v roce 2016 v Dubaji teenagerka Sagarika Sriramová a sdružuje téměř 100 000 mladých lidí z celého světa, kteří se podílejí na ekologických akcích a osvětě o klimatu. Kombinují digitální zapojení, jako jsou týdenní videa a sociální výzvy, s reálnými aktivitami, jako jsou úklidy pláží.

Link: <https://www.k4bworld.com>

2. WeStopHate

Tato nezisková organizace, kterou v roce 2010 založila Emily-Anne Rigalová na střední škole, se zabývá kyberšikanou na YouTube, Facebooku a Twitteru (X). Jejich online kampaň „Bully Button“ (Tlačítko proti šikaně) umožňuje dospívajícím nahlásit zneužívání na internetu, zatímco jejich kanál na YouTube nabízí příběhy vrstevníků a vytváří podpůrnou komunitu.

Link: <https://www.evidencelive.org/westophate/>

Proč tyto komunity fungují

Prvek úspěchu	Jak se to projevuje
Komunikace zaměřená na hodnoty	Oba projekty začaly s jasným, pozitivním cílem (životní prostředí a demokracie).
Obsah přizpůsobený platformě	Využily nástroje vlastní dané platformě – memy na TikToku, vizuální prvky na Instagramu.
Akce v reálném světě	Digitální zapojení je doplněno offline aktivitami – úklidy a hlasováním.
Růst zaměřený na komunitu	Motivují ostatní, aby se připojili, spoluvytvářeli a sdíleli posláním – díky čemuž má komunita pocit sounáležitosti a ocenění.

Kontrolní seznam: Vytvoření inkluzivní a vlivné online komunity

Jak je vidět na těchto příkladech případových studií, digitální propagace je úspěšná, pokud buduje pocit komunity, a obvykle mobilizace nových příznivců pro vaše propagační úsilí začíná vyprávěním příběhů a sdílenými hodnotami.

Použijte tento kontrolní seznam na podporu plánování, vytváření a růstu online advokační sítě založené na hodnotách. Ať už pracujete samostatně, nebo podporujete ostatní, tyto kroky vám pomohou zajistit, aby byl váš digitální aktivismus strategický, inkluzivní a komunitní.

1. Definice cíle

- ☐ Jasně jsem identifikoval něco, na čem mi záleží.
- ☐ Dokážu vysvětlit, proč je tento problém důležitý pro mě i pro ostatní.
- ☐ Sdílel jsem (nebo plánuji sdílet) osobní příběh, který lidem pomůže ztotožnit se s mou věcí.

2. Vaše publikum

- ☐ Vím, koho se snažím oslovit (např. přátele, učitele, místní skupiny, tvůrce politik).
- ☐ Přizpůsobil jsem jazyk a tón své zprávy svému publiku.
- ☐ Přemýšlel jsem o tom, jak zajistit, aby byl můj obsah srozumitelný a relevantní.

3. Vhodné platformy

- ☐ Vybral jsem si sociální média, která vyhovují mému obsahu a sdělení.
- ☐ Rozumím tomu, jak každá platforma funguje a jaký obsah na ní funguje nejlépe.

- ☐ Vytvořil jsem základní plán obsahu nebo harmonogram, abych zachoval konzistenci.

4. Budování vztahů

- ☐ Sleduji, podporuji a komunikuji s ostatními účty, které sdílejí podobné hodnoty.
- ☐ Pečlivě používám hashtagy, abych se zapojil do online konverzací nebo je vedl.
- ☐ Aktivně odpovídám na komentáře, kladu otázky a sdílím obsah ostatních s uvedením zdroje.

5. Inkluzivita

- ☐ Dbám na to, aby moje komunita odrážela a respektovala různé názory a pohledy.
- ☐ Vítám zpětnou vazbu a jsem otevřený učení se od ostatních.
- ☐ Snažím se vytvářet bezpečné a respektující prostředí pro dialog a podporu.

Kapitola 2: Závěr

Digitální advokacie může začít jedním hlasem, ale roste prostřednictvím komunity. V této kapitole jsme se zabývali tím, jak tuto komunitu cíleně budovat pomocí dostupných nástrojů, vyprávění příběhů a sdílených hodnot. Podívali jsme se na to, kde se advokacie odehrává, proč je účinná a jak udržet lidi zapojené v průběhu času. Ať už teprve začínáte, nebo už vedete vlastní kampaň, nezapomeňte, že skutečná změna má kořeny ve spojení. Silná online komunita se neměří počtem sledujících nebo lajků, ale spíše hloubkou zapojení, kvalitou vztahů a sdíleným odhodláním k lepšímu, inkluzivnějšímu světu. Až budete vstupovat do další kapitoly, přemýšlejte o své digitální přítomnosti nejen jako o platformě, ale jako o prostoru, který spravujete a kde se ostatní cítí vítáni, vyslyšeni a mají možnost se k vám připojit.



Kapitola 3: Udržení vaší advokacie prostřednictvím vhodných strategií a spolupráce

Úvod

Vytvoření působivého sdělení a vybudování angažované online komunity je vzrušující úspěch, ale skutečný dopad propagace spočívá v její schopnosti růst, přizpůsobovat se a udržovat se v průběhu času. Mnoho iniciativ vedených mladými lidmi začíná silně, ale bez jasného směru, partnerství nebo strategií vlastní péče může být obtížné udržet dynamiku. Tato kapitola se zabývá tím, jak přenést advokacii za hranice počáteční fáze kampaně a vytvořit přístupy, které jsou strategické, založené na spolupráci a dlouhodobé.

Udržení vaší advokacie začíná záměrem. Tato část vaší strategie spočívá ve stanovení realistických cílů, plánování dopředu a pravidelné kontrole potřeb vaší komunity. Tato kapitola vás provede tím, jak definovat svou dlouhodobou vizi, vytvářet flexibilní, ale soustředěné strategie a využívat reflexi k tomu, aby vaše práce měla pevný základ v účelu. Kapitola 3 vás také seznámí s významem partnerství a s tím, jak spolupráce se spojenci, organizacemi a sítěmi může rozšířit váš dosah, přinést nové nápady a sdílet zátěž probíhající práce.

Další klíčovou oblastí této kapitoly je rovnováha. Digitální advokacie je smysluplná, ale může být také náročná. Udržet si energii a nadšení vyžaduje pečovat o vlastní pohodu a uvědomit si důležitost odpočinku, hranic a vzájemné podpory. Pokud k advokacii přistoupíte jako ke společnému, vyvíjejícímu se procesu, a nikoli jako ke krátkodobému projektu, mohou mladí lidé a pracovníci s mládeží pokračovat v uskutečňování změn způsobem, který je udržitelný a posilující.

V této kapitole najdete strategie, nástroje a příklady z praxe, které ukazují, jak v průběhu času posilovat svou advokační práci, aby vaše poselství nemělo dopad jen dnes, ale aby i nadále vytvářelo pozitivní změny i v budoucnu.

Stanovení cílů a vytvoření strategie prosazování zájmů

Silná kampaň začíná jasným cílem, ale její udržení vyžaduje plán. Strategie propagace vám pomůže zůstat soustředěný, přizpůsobit se výzvám a měřit pokrok v čase. Tato strategie nemusí být složitá ani formální, ale měla by vám poskytnout plán, podle kterého se budete řídit při rozhodování a činnosti. Dobrá strategie odpovídá na klíčové otázky:

- Co se snažíme změnit?
- Koho chceme oslovit?
- Jak toho dosáhneme?
- A jak poznáme, že to funguje?

Začněte stanovením realistických a smysluplných cílů. Mohou zahrnovat zvýšení povědomí o určitém problému, ovlivnění postojů ve vaší škole nebo komunitě, podporu změny politiky nebo podporu ostatních, aby podnikli kroky. Použijte rámec cílů SMART.

SMART cíle jsou:

- **S**pecific - Specifické
- **M**easurable - Měřitelné
- **A**chievable - Dosažitelné
- **R**elevant - Relevantní
- **T**ime-bound – Časově ohraničené

Stanovení cílů SMART vám pomůže formovat vaše cíle. Například: „Do čtyř týdnů chceme dosáhnout 1 000 zhlédnutí našeho videa o kulturním povědomí“ nebo

„Do konce roku chceme navázat partnerství se třemi skupinami mládeže.“. Takové cíle vám pomohou soustředit energii a oslavit pokrok, i když změna vyžaduje čas.

Udělejte si nyní čas a stanovte si první SMART cíl(e) pro svou advokační kampaň, přičemž jako vodítko pro plánování použijte přílohu I kapitoly 3.

Jakmile budou vaše cíle jasné, můžete začít vytvářet strategii prosazování zájmů. To zahrnuje výběr klíčových sdělení, určení publika, výběr platform a plánování způsobu, jakým budete lidi zapojovat. Vaše strategie by měla odrážet vaše hodnoty a silné stránky, ať už nejjistěji využíváte vizuální obsah, veřejné vystupování, vyprávění příběhů nebo organizování v zákulisí. Berte svou strategii jako živý dokument. Můžete ji aktualizovat podle toho, jak se vaše kampaň vyvíjí, zejména když získáte zpětnou vazbu nebo když se změní okolnosti. Nejefektivnější kampaně vedené mladými lidmi nejsou ty největší, ale jsou to ty, které zůstávají věrné svému účelu a jsou ochotné se učit, růst a přizpůsobovat. Jako pomůcku při plánování strategie naleznete níže v příloze II kapitoly 3 šablonu pro plánování strategie.

Budování smysluplných partnerství a spolupráce

Advokacie je silnější, když je sdílena mezi skupinou příznivců a spolupracovníků. I když konverzaci může zahájit i jeden člověk, skutečný impulz přináší kolektivní hlasy, které spolupracují. Budování partnerství, ať už s dalšími mladými lidmi, skupinami mládeže, školami, organizacemi nebo dokonce vlivnými osobami, může rozšířit dosah vaší kampaně, přinést nové nápady a rozložit pracovní zátěž. A co je ještě důležitější, může vám to pomoci vytvořit trvalý dopad tím, že vaše poselství bude začleněno do širších sítí pro změnu.

Smysluplné partnerství začíná společnými hodnotami. Než oslovíte spolupracovníky, věnujte čas zamyšlení nad tím, co je pro vaši kampaň nejdůležitější. Zaměřujete se na inkluzi, kulturní porozumění nebo posílení postavení místních obyvatel? Hledejte jednotlivce nebo skupiny, které se s těmito hodnotami shodují. Nemusí mít stejné cíle, ale měli by mít dostatek společných bodů, abyste mohli spolupracovat se vzájemným respektem. Klíčovou roli zde mohou sehrát pracovníci s

mládeží, kteří mladým lidem pomohou prozkoumat potenciální partnery, seznámit je a dát jim za vzor správné postupy spolupráce.

Při oslovování potenciálních partnerů si ujasněte svou vizi a hodnotu spolupráce. Může se jednat o společné pořádání akce, vedení společné kampaně nebo prostou výměnu obsahu a vzájemnou propagaci sdělení. Dobrá spolupráce je oboustranná, což znamená, že obě strany by měly mít prospěch, cítit se vyslyšeny a přispívat k výsledku. Klíčová je pravidelná komunikace, flexibilita a respektování různých pracovních stylů. Před zahájením společných aktivit věnujte čas tomu, abyste se se svými spolupracovníky seznámili, vybudovali si důvěru a dohodli se na rolích a očekáváních.

Kontrolní seznam připravenosti ke spolupráci

Pomocí tohoto kontrolního seznamu se rozhodněte, zda je partnerství vhodným řešením, a připravte se na smysluplnou spolupráci.

- ✓ Sdílíme podobné hodnoty nebo cíle v oblasti prosazování zájmů, inkluze nebo kulturního porozumění?
- ✓ Jasně jsme sdělili, co si od spolupráce slibujeme?
- ✓ Panuje vzájemný respekt a ochota naslouchat si a učit se od sebe navzájem?
- ✓ Rozumíme a respektujeme pracovní styl a časový harmonogram toho druhého?
- ✓ Dohodli jsme se na jasných rolích a odpovědnostech?
- ✓ Existuje plán pravidelných kontrol nebo komunikace?
- ✓ Jsme otevření zpětné vazbě a flexibilní, pokud je třeba něco změnit?
- ✓ Máme oba co přispět a co získat z této spolupráce?
- ✓ Jsme zajedno v tom, jak ocenit a oslavit úspěch?

Pokud se vám podaří vyplnit tento kontrolní seznam a zjistíte, že výsledky jsou pozitivní, je možná načase oslovit potenciálního spolupracovníka a pokusit se navázat první partnerství v oblasti advokacie. Abyste si s tím pomohli, najdete níže v příloze III kapitoly 3 šablonu pro oslovení.

Udržování tempa a předcházení vyhoření

Udržení advokační kampaně není jen o tom, že toho uděláte více, ale spíše o tom, že to uděláte tak, abyste si zachovali energii, hranice a pohodu. Mnoho mladých lidí začíná s nadšením a entuziasmem, aby se pak cítili přetížení, zklamání nebo vyčerpání, když se tempo stane neudržitelným nebo se zdá, že dopad je nejasný. To platí zejména tehdy, když se zasazujete o hluboce osobní nebo emocionální záležitosti nebo když čelíte negativním reakcím na internetu. Dobrá zpráva? Díky správným strategiím se můžete angažovat, aniž byste vyhořeli.

Prvním krokem je naučit se zrychlit své úsilí. Nemusíte být online každý den nebo neustále vytvářet nový obsah. Místo toho si najděte rytmus, který vám vyhovuje - například týdenní příspěvky, měsíční kontroly, krátké přestávky mezi kampaněmi. Používání nástrojů pro plánování obsahu (například těch, které najdete v přílohách kapitoly 2) vám pomůže udržet si organizaci a snížit tlak. Důležité je také oslavovat malá vítězství. Každá započatá konverzace, každý obdržený komentář a každý získaný nový příznivec je pokrok, který stojí za to ocenit. Advokacie není o dokonalosti nebo okamžitých výsledcích, ale spíše o tom, že je třeba se důsledně a záměrně projevovat.

Stejně důležitá je i ochrana vaší pohody, a proto je důležité dělat si pravidelné přestávky od obrazovky. Měli byste si také určit hranice, kdy se zapojujete do online aktivit, zejména pokud se zabýváte náročnými tématy nebo podnětným obsahem. Dalším dobrým nápadem je promluvit si s někým, komu důvěřuješ, s kamarádem, mentorem nebo pracovníkem s mládeží, když se cítíš těžce. Neváhejte ztlumit nebo zablokovat škodlivé účty a nezapomeňte, že kampaň můžete pozastavit bez pocitu viny. Advokacie je maraton, ne sprint. Pokud se budete starat sami o sebe, budete v

mnohem lepší pozici, abyste se mohli dlouhodobě starat o své poselství a o svou komunitu.

Kontrolní seznam pro péči o sebe a udržitelnost

Udržení vaší advokační práce je víc než jen vytvoření strategie; je důležité, abyste se jako hlavní hybatel vlastní advokační práce starali také o sebe a svou energii. Digitální aktivismus může být intenzivní, emocionální a časově náročný. Proto je tak důležité, abyste do své praxe od samého počátku zabudovali péči o sebe a udržitelnost. Ať už vedete kampaň nebo podporujete ostatní, níže uvedený kontrolní seznam vám pomůže zůstat při zemi a v rovnováze.

Tento seznam můžete použít k zamyšlení nad svým současným přístupem. Nemusíte každý týden zaškrtnout všechna políčka, ale čím pravidelněji se budete kontrolovat, tím větší je pravděpodobnost, že se vyhnete vyhoření a udržíte si své nadšení po dlouhou dobu.

Kontrolní seznam pro péči o sebe a udržitelnost

- ☐ Dávám si pravidelné přestávky od obrazovek a sociálních médií.
- ☐ Stanovuji si jasné hranice, kdy a jak se zapojím do online aktivit.
- ☐ Zamýšlím se nad tím, jak práce v advokacii ovlivňuje mé emoce a hladinu energie.
- ☐ Požádám o podporu nebo vedení, když se cítím přetížený.
- ☐ Oslavuji malá vítězství a okamžiky spojení.
- ☐ Vytvořil/a jsem si zdravé návyky, které podporují mou duševní a fyzickou pohodu.
- ☐ O tom, jak se mi daří, se informuji u svých vrstevníků nebo důvěryhodného dospělého.
- ☐ Vím, že ustoupit nebo se zastavit je dovoleno a může to být silná stránka.

- ☐ Používám nástroje pro plánování (například obsahové kalendáře nebo kontrolní seznamy), abych snížil/a stres.
- ☐ V případě potřeby mám vyplněný nástroj pro reflexi vyhoření - kapitola 3, příloha IV.

Kapitola 3: Závěr

V této kapitole jsme se věnovali tomu, jak proměnit svou vizi ve strategii, jak budovat silnou spolupráci založenou na vzájemném respektu a jak chránit svůj blahobyt a zároveň vykonávat smysluplnou práci. Obhajoba nemusí znamenat neustálou činnost. Může znamenat učení, naslouchání, plánování nebo promyšlenou pauzu. Je v pořádku změnit směr, udělat si přestávku nebo požádat o pomoc. Nejdůležitější je zůstat věrný věci, která vás inspirovala k začátku, a budovat si nástroje a sítě, které budou vaše poselství časem šířit dál.

Ať už jste pracovník s mládeží, který podporuje ostatní, nebo mladý člověk, který hledá svůj hlas, pamatujte: udržitelná advokacie je o záměru, ne o intenzitě. Jde o dopad, který roste pomalu, ale jistě.

Kapitola 4: Případové studie a úspěšné příběhy

Úvod

Někdy je nejinspirativnějším způsobem, jak se učit, vidět, co už je možné. Po celém světě se mladí lidé zapojují do vedení digitálních kampaní, které podněcují změny, mění myšlení a budují inkluzivní komunity. Nejsou to jen „influenceři“ nebo celebrity, jsou to obyčejní lidé, kteří viděli problém, začali jednat a vyzvali ostatní, aby se k nim přidali. Jejich příběhy nabízejí inspiraci, praktické poznatky a důkaz, že advokacie vedená mladými lidmi skutečně přináší změnu.

V této kapitole upozorníme na reálné případové studie úspěšných digitálních advokačních kampaní a komunit. Některé z nich začaly ve školách nebo mládežnických skupinách, jiné byly zahájeny jednotlivci pomocí platform, jako je Instagram, TikTok nebo YouTube. Všechny však mají něco důležitého společného: vycházejí z osobního nadšení, komunitních hodnot a přesvědčení, že změna začíná tím, že se ozve.

Z těchto případových studií se dozvíte, jak tito mladí advokáti vybudovali své platformy, jaké nástroje používali, jak zapojili své příznivce a jak překonávali výzvy. Při čtení se ptejte sami sebe:

- Co si z toho mohu vzít?
- Co bych udělal podobně nebo jinak ve své vlastní kampani?

Tyto příběhy nejsou zde jen proto, aby oslavovaly úspěch, ale také aby vám poskytly nápady, sebevědomí a praktické rady pro vaši vlastní cestu za prosazováním práv.

Případová studie 1: #FridaysForFuture

Přehled: Akce #FridaysForFuture začala v srpnu 2018, kdy tehdy patnáctiletá Greta Thunbergová začala sedět před švédským parlamentem, vynechala školu a požadovala opatření v oblasti klimatu. Svůj protest sdílela na sociálních sítích a používala hashtag #FridaysForFuture, aby inspirovala ostatní po celém světě.

Tento jednoduchý čin odstartoval celosvětové dny studentských stávek: Březen a květen 2019 zaznamenaly 1 až 4 miliony účastníků ve více než 150 zemích. V říjnu 2019 se na jejich akčním dni za klima sešlo dalších 6 milionů lidí.

Více informací naleznete na adrese: <https://fridaysforfuture.org/>

Klíčové prvky:

- **Vedení mladými:** Hlas jediného teenagera odstartoval hnutí.
- **Glokální strategie:** Sdílené šablony, jako jsou plakáty a hashtagy, umožnily místním skupinám organizovat stávky po celém světě.
- **Vhodné platformy:** Hnutí používalo Instagram a X (dříve Twitter) k šíření videí, aktualizací a vizuálního obsahu.
- **Dopad:** Stávky ovlivnily politiku, firemní praktiky a postoje společnosti. Jedna studie zjistila, že města pod vlivem hnutí zavedla nové politiky v oblasti klimatické spravedlnosti.

Případová studie 2: #IAmRemarkable (Google Initiative)

Přehled: Kampaň #IAmRemarkable, kterou společnost Google spustila v roce 2016, je slavná digitální kampaň a série workshopů, jejichž cílem je posílit postavení jednotlivců, zejména žen a nedostatečně zastoupených skupin, aby sebevědomě mluvili o svých úspěších a vyvraceli stereotypy založené na skromnosti.

Prostřednictvím 90minutového formátu workshopu účastníci objevovali praktické nástroje, sdíleli osobní příběhy a zvyšovali své dovednosti v oblasti sebepropagace. Do konce roku 2023 se jich zúčastnilo více než 550 000 lidí ve 180 zemích, kterým pomáhalo více než 6 000 dobrovolných facilitátorů.

Více informací naleznete na adrese: <https://www.rmrbtly.org/iamremarkable>

Klíčové prvky:

- **Inkluzivní přístup:** Původně zaměřeno na ženy, později rozšířeno na všechny nedostatečně zastoupené skupiny a spojení.
- **Workshopy s vysokou angažovaností:** Strukturované lekce založené na praxi s využitím výzkumu a vzájemného učení.
- **Globální síť zprostředkovatelů:** Sezení vedená místními mentory online i offline.
- **Udržitelnost:** Model otevřených zdrojů umožňuje účastníkům navrhovat vlastní workshopy, což zajišťuje dlouhodobý dopad.

Srovnávací tabulka

Kampaň	#FridaysForFuture	#IAmRemarkable
Založeno	Greta Thunberg (mládež)	Google (firma)
Rok založení	2018	2016
Hlavní platforma	Instagram, X (dříve Twitter)	Workshopy a digitální sada nástrojů
Hlavní formát	Hashtagy a stávky	Workshopy vedené facilitátory
Rozsah a dosah	1–6 milionů globálních stávek	Více než 550 000 účastníků ve 180 zemích

Model komunity	Místní pobočky vedené studenty	Facilitátoři a skupiny vzájemného učení
Klíčové nástroje a taktiky	Průvodce stávkami, hashtagy, vizuální materiály	Praktické aktivity, cvičení založená na výzkumu
Hodnoty a poselství	Klimatická spravedlnost, hlas mládeže	Sebedůvěra, inkluze
Výsledky a dopad	Vliv na politiku, veřejná debata	Zvýšená sebepropagace, posílené komunity
Udržitelnost	Opakující se globální stávky	Školení školitelů, sada nástrojů s otevřeným zdrojovým kódem

Tyto dvě kampaně ukazují, že digitální advokacie může mít mnoho podob; od celosvětových studentských stávek až po zprostředkované semináře o důvěře, a přesto se soustředí na hlasy mladých lidí, sdílené hodnoty a dostupné nástroje.

Další případové studie naleznete v souboru nástrojů pro digitální a sociálně mediální advokacii, který byl vytvořen v rámci projektu Kulturní mosty, a to v následujících případech:

- Modul 1 Případová studie: **Expanze společnosti Starbucks do Číny**
- Modul 2 Případová studie: **Kontroverze Dolce & Gabbana v Číně**
- Modul 3 Případová studie: **#ShareCulture a #ShareOurHeritage kampaně od UNESCO**
- Modul 4 Případová studie: **#GettyMuseumChallenge od Muzea J. Paula Gettyho**
- Modul 5 Případová studie: **Případ online kampaně Fridays for Future**
- Modul 6 Případová studie: **Případ online kampaně nadace Malala Fund**

Každá z těchto dalších případových studií je k dispozici na naší online vzdělávací platformě v lotyštině, angličtině, bulharštině, češtině, řečtině a němčině, která je k dispozici na tomto odkazu: <https://culturalbridges.eu/login/>

Závěr

Úvod

V této příručce jsme se zabývali tím, jak může digitální advokacie podpořit mladé lidi, aby se podělili o svůj hlas, mobilizovali komunity a postavili se za to, na čem záleží. Každá kapitola ukazuje, že advokacie není jen o mluvení, ale také o tom být slyšen, být strategický a být podporován - od definování své věci a budování online prezentace až po udržení dynamiky a učení se od skutečných vzorů.

Když se dostáváme k závěrečné kapitole, vyzýváme vás, abyste se zastavili a zamysleli se nejen nad tím, co jste se naučili, ale i nad tím, kam chcete jít dál. Budoucnost advokacie píše právě teď mladí lidé jako vy. A i když se platformy, trendy a nástroje mohou měnit, jádro advokacie zůstává stejné: spojení, odvaha a komunita, do které se přidá i trocha péče o sebe.

V této krátké závěrečné kapitole se zamyslíme nad tím, jak bude digitální advokacie vypadat v budoucnu, jak mohou mladí lidé pokračovat ve vedení a inspiraci a co mohou pracovníci s mládeží udělat pro to, aby tato cesta byla bezpečná, udržitelná a měla dopad.

Nová éra pro advokacii

Digitální advokacie je důležitou a rozvíjející se součástí toho, jak mladí lidé zvyšují povědomí o otázkách, které jsou pro ně důležité, jak hledají a používají svůj hlas a jak utvářejí svět kolem sebe. Od kampaní za klimatickou spravedlnost a hnutí za kulturní začlenění až po kreativní vyprávění příběhů a virální výzvy - mladí lidé se na změnách nejen podílejí, ale také je vedou. Tato příručka zkoumala, jak probíhá propagace na internetu, jak se vytvářejí komunity, jak se udržuje dynamika a jak může z jediného příspěvku, komentáře nebo nápadu vyplynout skutečný dopad.

Budoucnost advokacie spočívá ve spojení, spolupráci a péči. Dnešní mladí lidé jsou globálně uvědomělejší, digitálně zdatnější a angažovanější ve prospěch sociální spravedlnosti než kdykoli předtím. Abychom si však udrželi tuto dynamiku, potřebujeme podpůrné systémy: pracovníky s mládeží, kteří nás vedou a podporují, nástroje, které usnadňují plánování, a prostory, online i offline, kde se každý cítí bezpečně, aby mohl mluvit a být vyslyšen.

Váš hlas má význam

Ať už s advokační činností teprve začínáte, nebo již vedete kampaň, pamatujte si: váš hlas má význam. K tomu, abyste něco změnili, nepotřebujete tisíce sledujících; skutečná změna často začíná odvahou zajímat se o něco a kreativitou sdílet tuto zprávu s ostatními. Jak budete v advokacii pokračovat, často se zamýšlejte, zůstaňte věrní svým hodnotám a nebojte se vyvíjet. A především: podporujte se navzájem. Nejsilnější hnutí nejsou založena na individuální slávě, ale na kolektivní síle. Neustále se učte. Neustále naslouchejte. Neustále se projevujte.

Co dál?

Nástroje v této příručce jsou pouze začátkem. Využijte je k plánování, tvorbě, spolupráci a reflexi. S proměnami digitálního prostředí se mění i způsoby, jakými prosazujeme své cíle, ale základní ingredience zůstávají stejné: účel, lidé a vytrvalost.

Seznam referencí

- Bonterra (2020) *Getting started with digital advocacy: 4 tips for nonprofits*. Available at: <https://www.bonterratech.com/blog/digital-advocacy-strategies> [Accessed: 23rd May 2025]
- Boston Children's Digital Wellness Lab (2024), *Advocacy and Activism Online*. Available at: <https://digitalwellnesslab.org/research-briefs/advocacy-and-activism-online/> [Accessed: 5th June 2025]
- Bowen, G. A., et al. (2017), 'Advocacy Through Social Media: Exploring Student Engagement in Addressing Social Issues', *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 21 (3), pp. 5-30.
- Boyd, R. (2025), *The burnout that comes with activism*. Available at: <https://spunout.ie/voices/experiences/burnout-activism/> [Accessed: 5th June 2025]
- Cesaro, I. M., (2024), *Key Features, Challenges and Strategies of Digital Advocacy in Public Affairs (and Communications)*. Available at: <https://www.linkedin.com/pulse/key-features-challenges-strategies-digital-advocacy-morin-cesaro-izfce/> [Accessed: 23rd May 2025]
- Community Toolbox, (2025), *Section 19. Using Social Media for Digital Advocacy*. Available at: <https://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/advocacy/direct-action/electronic-advocacy/main> [Accessed: 23rd May 2025]
- Digital Marketing Institute (2025), *The Value of Building a Social Media Community*. Available at: https://digitalmarketinginstitute.com/resources/lessons/social-media-marketing-the-value-of-building-a-social-media-community_ehof [Accessed: 5th June 2025]
- Eco-UNESCO (2024), *Youth Climate Advocate Programme: RESOURCE FOR YOUTH WORKERS, YOUTH LEADERS AND EDUCATORS*. Available at: <https://ecounesco.ie/wp-content/uploads/2024/08/Youth-Climate-Advocate-Resource-Booklet-1.pdf> [Accessed: 31st May 2025]
- Engaging Networks (2023) *14 Ways to Help Create Successful Digital Advocacy Campaigns*. Available at: <https://www.engagingnetworks.net/best-practices/digital-advocacy-best-practices/> [Accessed: 1st June 2025]



- Esfandiari, M., et al. (2025), *Exploring How Young People Navigate the Evolving Online World in the Era of Artificial Intelligence and Misinformation*, DCU Anti-Bullying Centre. ISBN: 978-1-911669-84-5.
- European Youth Forum (2025), *Advocacy Handbook*. Available at: <https://www.youthforum.org/topics/advocacy-handbook>. [Accessed: 26th May 2025]
- EvidenceLive (2025), *WeStopHate Is Now Part Of EvidenceLive*. Available at: <https://evidencelive.org/westophate/> [Accessed: 6th June 2025]
- FridaysForFuture (2025), *FridaysForFuture*, Available at: <https://fridaysforfuture.org/> [Accessed: 6th June 2025]
- Global Mental Health Action Network (2024), *Advocacy Guide: From International Days to Awareness Weeks - Advocating for Mental Health when the World is Watching*. Available at: <https://gmhan.org/news/mental-health-awareness-days-advocacy-guide> [Accessed: 1st June 2025]
- Gudmundsdottir, G. B., et al, (2024) 'Talking About Digital Responsibility: Children's and Young People's Voices', in Holmarsdottir, H., Seland, I., Hyggen, C. and Roth, M. (eds). *Understanding The Everyday Digital Lives of Children and Young People*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-031-46929-9 (eBook)
- Hemani, S. (2024) *Unveiling Advocacy Burnout: Navigating Systemic Wounds and Integrating Wellness into Activism from the Frontlines*. Available at: <https://www.linkedin.com/pulse/unveiling-advocacy-burnout-navigating-systemic-wounds-hemani-ph-d--gvbdc/> [Accessed: 5th June 2025]
- HUMAK University of Applied Sciences, Finland and Maynooth University, Ireland, (2019), *Youth Work in Digital World: Focus on Youth Workers*. Available at: <https://www.youthworkandyou.org/wp-content/uploads/2019/08/Mod-5-HU-Unit-2-Focus-on-Digital-Youth-Workers.pdf> [Accessed: 1st June 2025]
- Innoloft, (2025), *How to Build an Online Community: The Ultimate Guide For 2025*. Available at: <https://innoloft.com/blog/how-to-build-an-online-community> [Accessed: 5th June 2025]
- International Alliance of Dermatology Patient Organisations (2023), *A SHORT GUIDE TO HELP YOU THINK ABOUT AND PLAN YOUR NEXT DIGITAL*



ADVOCACY CAMPAIGN. Available at: [https://globalskin.org/doclink/digital-advocacy-toolkit-](https://globalskin.org/doclink/digital-advocacy-toolkit-2023/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJzdWliOiJkaWdpdGFsLWFKdm9jYWVN5LXRvb2xraXQtMjAyMyIsImhhdCI6MTY4MzgZOTQxNCwiZXhwIjoxNjgzOTI1ODE0fQ.e26ISNXfoiFgMV92HgsAhHwSHvVdzhsuCEzMQi325jE)

[2023/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJzdWliOiJkaWdpdGFsLWFKdm9jYWVN5LXRvb2xraXQtMjAyMyIsImhhdCI6MTY4MzgZOTQxNCwiZXhwIjoxNjgzOTI1ODE0fQ.e26ISNXfoiFgMV92HgsAhHwSHvVdzhsuCEzMQi325jE](https://globalskin.org/doclink/digital-advocacy-toolkit-2023/eyJ0eXAiOiJKV1QiLCJhbGciOiJIUzI1NiJ9.eyJzdWliOiJkaWdpdGFsLWFKdm9jYWVN5LXRvb2xraXQtMjAyMyIsImhhdCI6MTY4MzgZOTQxNCwiZXhwIjoxNjgzOTI1ODE0fQ.e26ISNXfoiFgMV92HgsAhHwSHvVdzhsuCEzMQi325jE)

[Accessed: 26th May 2025]

- Irish Human Rights and Equality Commission (2003), *Re-thinking Identity: The Challenge of Diversity*. Available at: https://www.ihrec.ie/download/pdf/re_thinking_identity_the_challenge_of_diversity.pdf [Accessed: 9th May 2025]
- Kids For a Better World (2025), *Kids For a Better World*. Available at: <https://www.k4bworld.com/> [Accessed: 6th June 2025]
- Make Way (2025), *Tool: Meaningful Youth Engagement Training Guide*. Available at: <https://www.make-way.org/toolkit/meaningful-youth-engagement-training-guide/>. [Accessed: 31st May 2025]
- Media Cause Team (2024), *The Building Blocks of a Digital Advocacy Campaign, Part 2: Fostering Authentic Relationships With and Amongst Your Audience*. Available at: <https://mediacause.com/the-building-blocks-of-a-digital-advocacy-campaign-part-2/> [Accessed: 1st June 2025]
- National Youth Council of Ireland (2024), *WE NEED YOUTH: Young Voices Consultation Report Cycle 10 of the EU Youth Dialogue process on European Youth Goal #3 Inclusive Societies*. Available at: <https://www.youth.ie/documents/we-need-youth-young-voices-eu-youth-dialogue-cycle-10/> [Accessed: 30th May 2025]
- National Youth Council of Ireland (2016), *8 Steps to Inclusive Youth Work: promoting best quality inclusive practice in youth work settings*. Available at: <https://www.youth.ie/wp-content/uploads/2016/09/8-Steps-to-Inclusive-Youth-Work-NYCI-2nd-Ed.pdf>. [Accessed: 23rd May 2025]
- National Youth Council of Ireland (2016), *Using ICT, digital and social media in youth work: A review of research findings from Austria, Denmark, Finland, Northern Ireland and the Republic of Ireland*. Available at: <https://www.youth.ie/wp-content/uploads/2019/03/International-report-final.pdf> [Accessed: 1st June 2025]



- Rmrkblty.org (2025), *#IAmRemarkable*. Available at: <https://www.rmrkblty.org/iamremarkable> [Accessed: 6th June 2025]
- Save the Children: Child Rights Resource Centre (2008), *One Step Beyond: Advocacy handbook for young people and children*. Available at: <https://resourcecentre.savethechildren.net/document/one-step-beyond-advocacy-handbook-young-people-and-children> [Accessed: 26th May 2025]
- Sustainability Directory, (2025), *Ethical Digital Advocacy*. Available at: <https://lifestyle.sustainability-directory.com/term/ethical-digital-advocacy/> [Accessed: 23rd May 2025]
- Sustainability Directory, (2025), *What Are The Ethical Implications Of Digital Advocacy?*. Available at: <https://lifestyle.sustainability-directory.com/question/what-are-the-ethical-implications-of-digital-advocacy/> [Accessed: 23rd May 2025]
- Unicef (2022), *UNICEF Youth Advocacy Guide*. Available at: <https://www.unicef.org/lac/media/38341/file/ENG-Unicef-youth-advocacy-guide.pdf>. [Accessed: 26th May 2025]
- Unicef (2019), *Youth Advocacy Toolkit*. Available at: <https://www.unicef.org.uk/wp-content/uploads/2019/03/Youth-Advocacy-Toolkit.pdf>. [Accessed 26th May 2025]
- Wisdom Wellbeing (2025), *How to prevent burnout*. Available at: <https://www.healthassured.org/ie/blog/preventing-burnout/> [Accessed: 5th June 2025]
- YourUnion (2025) *Wellbeing as an activist*. Available at: <https://www.yourunion.net/support/studentactivismguide/wellbeingasanactivist/> [Accessed: 5th June 2025]
- Youth and Environment Europe (2024), *How to create a successful digital campaign*. Available at: <https://yeenet.eu/publication/how-to-create-a-successful-digital-campaign-toolkit/> [Accessed 30^h May 2025]



Přílohy

Kapitola 1 Přílohy

Příloha I: Pracovní list pro reflexi v oblasti prosazování zájmů mládeže

Tento pracovní list je určen jako doplněk k úvodní části příručky Cultural Bridges Youth Advocacy Handbook. Obsahuje praktické podněty a otázky, které mají pomoci pracovníkům s mládeží a mladým lidem zamyslet se nad svou rolí v digitální advokacii.

Pro pracovníky s mládeží

Zamyslete se nad následujícími otázkami a napište své myšlenky pod každou z nich:

1. Jaká témata zajímají mladé lidi, se kterými pracuji, nejvíce?

2. Jak mohu podpořit jejich prosazování zájmů, aniž bych převzal nebo vedl celý proces?

3. Jsem si jistý, když mluvím o kulturní inteligenci, inkluzi a sociálních změnách?
Pokud ne, jaké školení nebo zdroje bych mohl potřebovat?

4. Jak inkluzivní je prostor, který vytvářím pro mladé lidi, aby se mohli vyjádřit?



-
5. Jsem ve svých online aktivitách vzorem pro ohleduplné chování v digitálním prostředí?
-
-

Pro mládež

Zamyslete se nad následujícími otázkami a napište své myšlenky pod každou z nich:

1. Co mě vede k tomu, že se chci vyjádřit nebo jednat?

2. Sdílel jsem někdy něco online, abych zvýšil povědomí nebo podpořil nějakou věc? Jaká byla reakce?

3. Jaké dovednosti již mám, které bych mohl využít pro advokacii?

4. Kdo mě inspiruje jako aktivista nebo iniciátor změn a proč?

5. Jak mohu pečovat o své duševní zdraví, když jsem aktivní online?

Kapitola 2 Přílohy

Příloha I: Pracovní list k reflexi

Tento pracovní list je určen k tomu, aby pomohl jak pracovníkům s mládeží, tak mladým lidem zamyslet se nad svými cíli v oblasti advokacie a strategiemi budování digitální komunity.

Pro pracovníky s mládeží

1. Jaká témata zajímají mladé lidi ve vaší skupině nejvíce?

2. Jak jim můžete pomoci jasně definovat a sdělit jejich poselství?

3. Jaké hodnoty jsou pro vaši digitální komunitu nejdůležitější?

4. Které platformy jsou pro mladé lidi, kterým pomáháte, nejrelevantnější?

5. Jak můžete podporovat inkluzi a dialog v digitálních prostorech?



Pro mládež

1. Jaká témata mě zajímají nejvíce a proč?

2. Koho chci oslovit svou zprávou?

3. Která platforma (platformy) se mi jeví jako přirozená a účinná pro mou advokační činnost?

4. Jak mohu svůj online prostor učinit přívětivějším a inkluzivnějším?

5. Co mě motivuje k tomu, abych v této práci pokračoval i nadále?

Příloha II: Kalendář plánování obsahu

Pomocí tohoto kalendáře si naplánujete obsah a zajistíte pravidelný a poutavý rytmus své propagační kampaně.

Week	Theme or Topic	Platform	Type of content (post, video, story, meme)	Call to Action	Notes
Week 1					
Week 2					
Week 3					
Week 4					

Příloha III: Sledování zapojení

Pomocí tohoto trackeru můžete sledovat, jak lidé reagují na vaše příspěvky a jak se rozrůstá vaše komunita.

Date	Platform	Content shared	Likes/ Shares/ Comments	New follower (No.)	Notes

Kapitola 3 Přílohy

Příloha I: SMART cíle

Tento materiál použijte k definování jasných a realistických cílů advokacie. Cíle SMART jsou:

- **S** – Specific: Čeho přesně chcete dosáhnout?
- **M** – Measurable: Jak budete sledovat svůj pokrok?
- **A** – Achievable: Je váš cíl reálný vzhledem k vašemu času a zdrojům?
- **R** – Relevant: Je váš cíl v souladu s vašimi hodnotami a posláním?
- **T** – Time-bound: Do kdy toho chcete dosáhnout?

Příklad:

- **Cíl:** Šířit povědomí o kulturní inteligenci v mé škole.
- **SMART cíl:** Do konce října uspořádat a realizovat školní shromáždění na téma kulturní inteligence se třemi studentskými řečníky.

Nyní zkuste napsat svůj vlastní SMART cíl níže:

S – Specific: _____

M – Measurable: _____

A – Achievable: _____

R – Relevant: _____

T – Time-bound: _____

Příloha II: Šablona pro plánování strategie prosazování zájmů

Tato šablona vám pomůže vypracovat plán, který vám bude sloužit jako vodítko pro vaši propagační kampaň v průběhu času.

1. Na jaký problém se zaměřujete?

2. Jakou změnu chcete dosáhnout? (Cíl)

3. Kdo je vaše cílová skupina?

4. Jaké klíčové poselství chcete sdělit?

5. Které digitální platformy budete používat a proč?

6. Jaký druh obsahu budete vytvářet? (např. videa, příspěvky, příběhy)



7. Jak často budete publikovat příspěvky nebo se zapojovat do online aktivit?

8. S kým byste mohli navázat spolupráci nebo požádat o podporu?

9. Jak budete měřit svůj pokrok nebo úspěch?

10. Jakým výzvám můžete čelit a jak se s nimi vypořádáte?

Příloha III: Šablona zprávy pro oslovení

Tuto šablonu použijte k oslovení potenciálního partnera nebo spolupracovníka. Přizpůsobte jazyk tak, aby odpovídal vašemu stylu a tónu kampaně.

Předmět: Příležitost ke spolupráci – [vložte název kampaně nebo téma]

Dobrý den, [jméno],

jmenuji se [vaše jméno] a pracuji na digitální kampani zaměřené na [stručně uveďte problém nebo cíl, např. podporu kulturní inkluze ve školách]. Velmi

obdivuji vaši práci v rámci [uved'te jejich projekt nebo platformu] a domnívám se, že naše poslání se významným způsobem shodují.

Rád bych prozkoumal možnost spolupráce, ať už se jedná o společné pořádání akce, sdílení obsahu nebo práci na společné kampani.

Dejte mi vědět, pokud byste měli zájem o další diskusi na toto téma. Rád vám poskytnu více informací nebo domluví schůzku.

Moc děkuji za váš čas a za práci, kterou děláte.

S pozdravem,

[Vaše jméno / skupina / kontaktní údaje]

Příloha IV: Nástroj pro reflexi syndromu vyhoření

Tento nástroj je určen k tomu, aby pomohl mladým lidem a pracovníkům s mládeží zamyslet se nad svou energií, motivací a pohodou během dlouhodobé advokační práce. Používejte jej pravidelně, abyste se zkontrolovali a podle potřeby provedli úpravy.

1. Jak se cítím fyzicky a emocionálně, když se věnuji advokační činnosti?

2. Které části práce mě nabíjejí energií? Které mě vyčerpávají?

3. Mohl jsem si v poslední době dopřát pravidelné přestávky nebo čas offline?

4. Cítím tlak, abych držel krok s ostatními, nebo očekávání, která jsem si sám stanovil?

5. S kým mohu mluvit o tom, jak se cítím? Obrátil jsem se o pomoc?

6. Jaké praktiky péče o sebe mi pomáhají dobít energii a vytvářím pro ně prostor?

7. Je moje současné tempo advokační práce pro mě v tuto chvíli udržitelné?

8. Co bych mohl změnit, omezit nebo delegovat, abych ochránil své duševní zdraví?

9. Oslavil jsem v poslední době nějaké malé vítězství nebo významné okamžiky?





10. Co mohu udělat tento týden, abych se cítil vyrovnanější nebo více podporovaný?



CULTURAL BRIDGES

Engaging Young People and Youth Workers to develop their Cultural Intelligence for Diverse Online Communities



AKLUB



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project Number: 2023-2-LV02-KA220-YOU-000174659