

UPOTREBA ZAJEDNIČKIH VRIJEDNOSTI ZA DIZAJNIRANJE KAMPANJE

Razjasnite slijedeće kako biste raščlanili/secirali svoj problem: Koji je operativni **mit**? Kakva je **realnost** koju mit pokušava sakriti? Koja je **široko prihvaćena vrednota** unutar društva kojom možemo utjecati na promjenu u društvu? Slijedeći primjeri mogu pomoći.

MIT	REALNOST	ŠIROKO PRIHVAĆENA VREDNOTA (ili više načelo)
«Globalizacija donosi napredak svima.»	Siromašni postaju siromašniji, bogati postaju bogatiji.	Ne volimo siromaštvo; preferiramo pravednost.
«Crnci su sretni.»	Oni su povrijeđeni u ljuti zbog nepravde.	Ljudi ne bi trebali biti povrijeđeni zbog toga tko su ili zbog boje svoje kože.
«Manjine su slobodne jer imaju prilike.»	Diskriminirane su na mnogo načina.	Ljudi bi trebali biti slobodni.
«Nuklearna energija je sigurna.»	Opasna je, kratkoročno (topi i razara materijale) i dugoročno (trovanje radijacijom)	Sigurno je dobro.
«Oružje ne ubija ljude; ljudi ubijaju ljude.»	Što je više oružja široko dostupno, više ljudi biva ubijeno.	Živjeti je bolje nego poginuti.
«Kanađani dobivaju informacije koje su im potrebne za donošenje ključnih odluka za budućnost.»	Kanađanima je onemogućen pristup tekstu ugovora američkog Sporazuma o slobodnoj trgovini.	Demokracija uključuje slobodan pristup informacijama i ne ugrožava nacionalnu sigurnost.
«Ima vrlo malo homoseksualaca i oni su nečovječni pervertiti.»	Ima puno lezbijki, homoseksualnih muškaraca i biseksualaca i oni su vam susjedi, suradnici i članovi obitelji.	Sva prava ljudska bića zaslužuju jednaka ljudska prava. Mi smo pravedni.

Hvala strategu Billu Moyeru, koji je napisao «Akcijski plan pokreta» (Movement Action Plan) i Trening za promjenu, www.TrainingforChange.org.