PRIRUČNIK
ZA TRENERE/ICE

USAID OD AMERIČKOG NARODA
OEBS Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju Misija u Srbiji
caritas LUXEMBOURG
Građanske inicijative
YouthBuild Srbija
TIMPRI TRENING CENTAR ZA INFORMACIJE ZA NEVLADINE ORGANIZACIJE

PROGRAM

”Osnaženi mladi za pozitivne promene na jugu Srbije i Sandžaku”

YOUTHBUILD OBUKA

PRIRUČNIK ZA TRENERE/ICE

PRIPREMA PRIRUČNIKA I SUPERVIZIJA:

Snežana Stojanović i Dubravka Velat,

TIM TRI/Građanske inicijative

PRIPREMA RADIONICA:

Jelena Višić i Bojana Stanojković,

Trenerice na YouthBuild programu

Beograd, januar 2014. godine

SADRŽAJ

2 Sadržaj
4 YouthBuild Srbija
6 O priručniku
7 Kako odrasli uče?
9 Kolbov ciklus učenja
9 Stilovi učenja
10 Preduslovi za uspešno učenje tokom obuke
11 Ciklus obuke
11 Ciljevi obuke
14 Dizajn obuke
16 Metode i tehnike obučavanja
19 Izvođenje obuke
20 Kako početi - otvaranje
20 Veštine prezentacije
24 Ko-trening (rad u timu)
25 Dinamika grupe i veštine rada sa grupom
25 Uvod u grupnu dinamiku
25 Faze u razvoju tima
26 Facilitacija
28 „Teški“ učesnici/ce
31 Povratna informacija
31 Uvod
31 Vrste povratne informacije prema različitim kriterijumima
33 Evaluacija (ocena uspešnosti)
33 Kako treba evaluirati
34 Standardni evaluacijski listić tokom YB obuke
35 Odgovornosti YB trenera/ica pre, za vreme i posle obuke
36 Program YouthBuild obuke
37 Tema jedan: Lokalna zajednica
55 Tema dva: Komunikacija, timski rad
76 Tema tri: Vulnerabilne grupe
87 Tema četiri: Stereotipi, predrasude, diskriminacija
101 Tema pet: Konflikt i medijacija
116 Tema šest: Građanska participacija
129 Tema sedam : Omladinski aktiviza
134 Tema osam: Volonterizam
143 Tema devet : Javno zastupanje
168 Tema deset: Javni nastup i PR
179 Tema jedanaest: Omladinsko preduzetništvo
179 Teme dvanaest i trinaest: Aktivno traženje posla i pisanje cv-a
193 Tema četrnaest: Društvene mreže
193 Tema petnaest: Pisanje predloga projekta
203 Teme prema odabiru polaznika
204 Literatura

YOUTHBUILD SRBIJA

Priča o YouthBuild programu u Srbiji počinje 2011. godine kada su Građanske inicijative u saradnji sa YouhBuild International-om pokrenule pilot projekat u opštinama Bujanovac, Preševo i Vranje. Nakon dve godine uspešnog sprovođenja, YouthBuild program je zaživeo i u Sandžaku gde okuplja i angažuje mlade iz Sjenice, Novog Pazara i Tutina.

Program u Srbiji je razvijen po ugledu na uspešni američki model YouthBuild International koji daje odlične rezultate u 15 zemalja širom sveta. Kroz više od 30. godina sprovođenja, YouthBuild je osposobio preko 94 000 mladih da budu aktivni, angažovani i same grade svoju zajednicu.

U Srbiji, YouthBuild je omogućio da više od 160 mladih ljudi stekne veštine pisanja pred-

loga projekata, pokretanja biznisa i aktivnog traženja posla. Takođe, program im je pomogao da postanu aktivniji članovi svojih zajednica. Uz podršku lokalne zajednice mladi su obnovili gradske parkove, stadion i dvorište vrtića i podelili humanitarnu pomoć stanovnicima kolektivnih centara za izbegla lica. Izgradili su 11 rampi za osobe sa invaliditetom na prilazima školama i ostalim institucijama u Preševu i Bujanovcu, ofarbali su ograde dve osnovne škole i Doma kulture u Preševu i Bujanovcu. U Sandžaku mladi su renovirali vrtić, pomogli rekonstrukciju osnovne škole i očistili dva kilometra korita reke Raške, tri kilometra staze za trčanje i Specijalni rezervat prirode Uvac. Zajedničkim radom mladi su u Tutinu i Sjenici izgradili rampu za osobe sa invaliditetom to jest sredili su igrališta i košarkaški teren, ofarbali ogradu i sprave za igranje.

Program YouthBuild se sastoji iz dve faze: tokom prve faze u trajanju od 4 meseca učesnici/e polovinu vremena provode u intenzivnom učenju u Trening centru, gde svaki dan imaju prilike da se uključe u različite aktivnosti, obuke i radionice. Ostatak vremena mladi provode organizujući lokalne volonterske akcije u svojim zajednicama. U drugoj fazi programa tokom koja traje dva meseca, polaznici/e su u potrazi za radnim mestima, stažiranjem i praksama.

YouthBuild Trening centri Građanskih inicijativa u Bujanovcu i Novom Pazaru postali su prepoznatljivi kao mesta na kojima se okupljaju mladi i aktivni ljudi koje zanimaju informacije o mogućnostima za lični razvoj i ali i za unapređenje svojih lokalnih zajednica. Profesionalni treneri i trenerice su mladima držali obuke na teme pisanja predloga projekata, rada u lokalnioj zajednici, veština komuniciranja, javnog zagovaranja, odnosa sa javnošću, zaštite životne sredine, reproduktivnog zdravlja, pokretanja biznisa i aktivnog traženja posla. Pošto smo sakupili sva njihova iskustva u radu sa mladima, sačinili smo prvo izdanje Priručnika za trenere i trenerice, koji su prošli višemodularnu obuku kroz program "Osnaženi mladi za pozitivne promene na jugu Srbije i Sandžaku". U ovom priručniku smo pokušali da na jednostavan i primenljiv način podelimo iskustva stečena u trogodišnjem intenzivnom radu sa mladima u multietničkim zajednicama.

Ovaj priručnik je pripremljen kao deo projekta „Osnaženi mladi za pozitivne promene na jugu Srbije i Sandžaku" koji je počeo da se realizuje u julu 2013. godine. Cilj projekta je poboljšanje položaja i smanjenja marginalizovanosti mladih ljudi na jugu Srbije i u Sandžaku. U okviru projekta se kroz individualni, organizacioni i socijalni pristup mladim ljudima radi na podizanju individulanih kapaciteta mladih ljudi ali i neformalnih grupa i omladinskih organizacija. Tako osnaženi, mladi ljudi će moći više da se angažuju u javnom životu svoje lokalne zajednice i da na taj način doprinesu stvaranju efikasnijih, otvorenijih i demokratičnijih sredina, kao i razvoju društva u celini. Projekat se realizuje zahvaljući podrški američkog naroda kroz Američku agenciju za međunarodni razvoj (USAID) kao i uz podršku Fondaciji Caritas Luxembourg i Misije Organizacije za evropsku bezbednost i saradnju u Srbiji (OEBS).

Građanske inicijative se ovom prilikom zahvaljuju svim donatorima projekta kao i trenericama/trenerima Tima TRI i YouthBuild programa koji su svojom podrškom to jest angažovanjem doprineli ne samo izradi Priručnika već i osnaživanju mladih ljudi na jugu Srbije i u Sandžaku što i jeste krajnji cilj svih uključenih u projektne aktivnosti.

U Beogradu, januar 2014. godine.

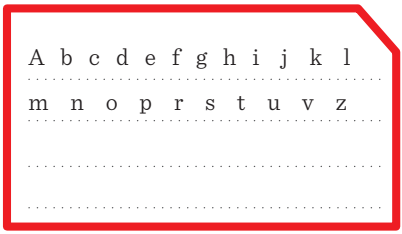
O PRIRUČNIKU

Priručnik je nastao kao rezultat zajedničkog rada trenerica angažovanih na YouthBuild programu kao i trenerica Tima Tri Građanskih inicijativa. Zasniva se na iskustvu iz tri generacije YB programa sprovedene na jugu Srbije i jedne generacije u Sandžaku, kombinovane sa iskustovm u dizajnu i realizaciji treninga za trenere. Priručnik je namenjen učesnicima TOT obuke u okviru programa "Osnaženi mladi za pozitivne promene na jugu Srbije i Sandžaku", koji su stekli znanja i veštine da i sami drže obuku učesnicima YB programa. Ovaj Priručnik treba da im pomogne da strukturišu svoje sesije na standardizovan način.

Kako da koristite ovaj priručnik? Svaka sesija je predstavljena tako da sadrži sledeće komponente:

Naslov – identifikuje glavnu temu sesije.
Ciljevi učenja – opisuje šta će učesnici/e biti u stanju da urade na kraju sesije da bi demonstrirali povećano znanje, poboljšane veštine ili promenu stavova. Trener/ica bi trebalo da ispiše ciljeve učenja na flipčartu[1] pre svake sesije. On/a bi trebalo da počinje svaku sesiju osvrćući se na ciljeve učenja.
Vreme – ukazuje na očekivano trajanje sesije, podrazumevajući da imate 20 učesnika/ca.
Prikaz sesije – obezbeđuje prikaz sesije u delovima kao što su pod-aktivnosti, uključujući i predvidjeno vreme (otprilike).
Materijali – lista materijala (pribora) potrebnih za sesiju.
Pisani materijali (handouts)[2] – lista pisanih materijala potrebnih za sesiju. Mogu se naći na kraju svake sesije.
Koraci – su instrukcije koje će vam olakšati vođenje sesije. Većina sesija je izgrađena na osnovu četiri komponente ciklusa iskustvenog učenja, koji su detaljnije opisani kasnije u tekstu: ***iskustvo, refleksija, uopštavanje i primena.*** **Iskustvo** je vežba ili participativna prezentacija tokom koje se informacija prezentuje radi diskusije i učenja. **Reflek-**

sija pomaže učesnicima da razmisle i da analiziraju nove informacije te da razvijaju sopstvene ideje u vezi sa temom. **Uopštavanje** omogućava učesnicima da izvuku šire zaključke i naučene lekcije u vezi sa novim informacijama. **Primena** im omogućava da vizueliziraju načine pomoću kojih bi ubuduće mogli da primene svoje nove veštine.
Flipčart – simbol koji sledi otkriva i formacije koje su najuspešnije ukoliko su prezentovane ili zadržane na flipčartu.



Trenerske beleške – su istaknute tako što smo ih uokvirili sa simbolom zvezdice (*). One mogu da budu neke dodatne beleške ili informacije, ili neki alternativni načini da se vodi određena aktivnost.
Priprema – uključuje svaku aktivnost koju trener/ica treba da preduzme pre početka sesije.

VAŽNO!!! Ovaj Priručnik je pre svega Vodič, dakle pomoć i podrška budućim trenerima/icama u njihovom prvom direktnom iskustvu rada sa učesnicima. U neposrednom radu sa mladim ljudima, biće potrebna fleksibilnost, možda promena neke vežbe, a isto tako i izmena satnice i druga vrsta prilagođavanja, uvek u skladu sa potrebama učesnika/ca.

KAKO ODRASLI UČE?

Obuka u okviru YouthBuild programa podrazumeva aktivno uključivanje uče(s)nika, zasnovanu na saznanjima o tome kako odrasli uče. Naime, istraživanja i mnogi autoriteti [3] u ovoj oblasti ukazuju na osnovnu karakterisiku odraslih u procesu učenja, a to je da žele da budu uključeni, da budu tretirani sa uvažavanjem i poštovanjem i da imaju mogućnost da postavljaju pitanja i da odgovaraju na različite izazove. Tome su doprinele i promene u globalnom okruženju koje podrazumevaju sve veći aktivizam pojedinih grupa u društvu, promene u organizacijama koje teže ka participativnom rukovođenju, otkrića u svetu obuke i korišćenje metoda i tehnika koje se zasnivaju na grupnom radu i korišćenju ljudskih potencijala; i na kraju, najnovija istraživanja o tome kako funkcioniše ljudski mozak ukazuju

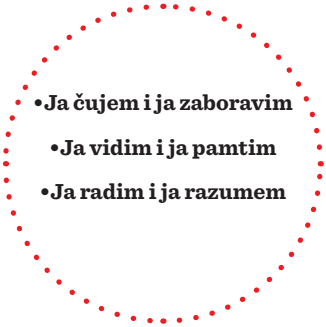
[1] Flipčart je engleska reč (flipchart) koju koristimo bez prevođenja za stalak sa velikim papirima na kojima se ispisuju produkti iz vežbi, predavanja, diskusije. Koristi se i skraćenica FC.
[2] U tekstu koristimo izraz "handout" za listove papira koje učesnici koriste tokom vežbi sa ispisanim instrukcijama kao i sa objašnjenjima koje dodatno tumače neki pojam, temu ili vežbu (uobičajeni prevod za "handouts" kod nas je "skripta", ali se nije udomaćio u NVO sektoru). Takođe, na ovaj način pojam razlikujemo od materijala u smislu pribora koji je potreban za rad (npr. makaza, markera, koverti, selotejpa, i drugo).

[3] Navodimo samo neke pristupe I pojmove: «akciono učenje» i «timsko učenje» (Alvin Toffler), ubrzano učenje (McGill i Beaty), iskustvenog učenje (Denis Kolb, Carl Rogers), kao i «razmišljanje-u-akciji učenja» (Donald Schon, Edgar Schein). Pored ovog, prisutni su i pokreti facilitativnog učenja (Schwartz) i transformativnog učenja (Jennifer Moon). Konstruktivistički pristup stavlja naglasak na učenje sa značenjem (D.P. Ausubel). Oni koji su usredsređeni na socijalne aspekte učenja promovišu «kooperativno učenje» (D.Johnson i R.Johnson) i «integrisano učenje».

na potrebu da se u većoj meri koristi (pored leve strane mozga koja je logička i raiconalna) i desna strana mozga (spontana i kreativna), čemu participativne metode u velikoj meri doprinose.

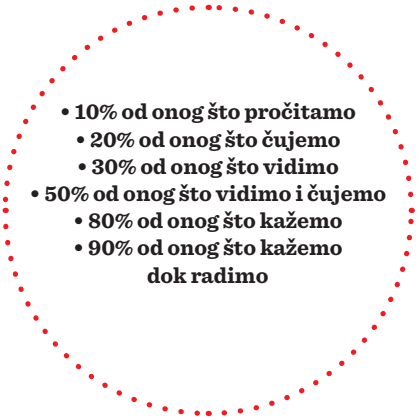
Kada poredimo aktivni model obuke sa klasičnim metodom rada, možemo primetiti da se razlikuju u pogledu uloge koju ima onaj koji uči, motivaciji za učenje i u izboru sadržaja i predmetu na koji je fokusirano učenje. Možemo videti da osoba koja uči klasičnim metodama prati instrukcije, pasivno prima nove informacije, a odgovornost za proces učenja je mala. Kod interaktivnog modela se nude ideje zasnovane na iskustvu, postoji medjusobna zavisnost onoga koji podučava i osobe koja uči, podstiče se aktivno učešće, a onaj koji uči preuzima odgovornost za proces učenja. Značajne su razlike i u pogledu motivacije. Kod klasične metode ona dolazi spolja, ide iz pritiska koji dolazi iz okruženja: od direktora, šefa, kolega, porodice i drugih izvora. Osoba koja uči ne vidi korist odmah. Kada se koristi aktivni pristup motivacija dolazi iznutra, osoba je podstaknuta da uči i odmah vidi mogućnost da znanje primeni. Kod klasične metode izbor sadržaja kontroliše nastavnik/predavač, a onome ko uči ostavljeno je malo izvora. Na drugoj strani, kod aktivnog modela sadržaj učenja je koncentrisan na životne i probleme na radnom mestu na koje ukazuje uče(s)nik. Učenje je kod klasične metode fokusirano na dobijanje informacija i činjenica, kod aktivnog na razmenu i nadogradjivanje postojećih znanja i iskustava osobe koja uči.

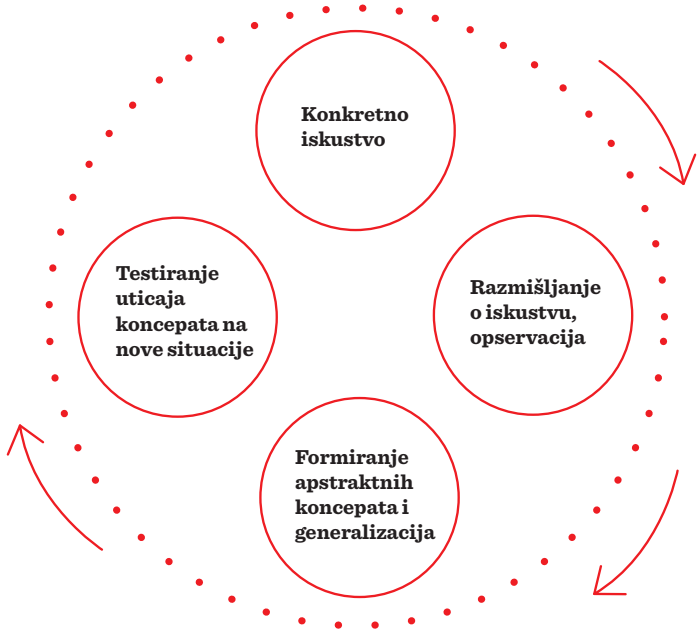
Još je Konfučije 451 pre Hrista zapisao da odrasli najbolje uče kroz iskustvo:



Konfučije, 451 pre Hrista

Ovo uverenje potvrđuju i istraživanja koja pokazuju da, u proseku, pamtimo:





Kolbov ciklus učenja

Kolb i saradnici su 1974. godine definisali ciklus učenja koji se sastoji od četiri faze, kao što je prikazano na crtežu koji sledi:
Kolb je definisao sledeće faze:

1. Konkretno iskustvo - ono može biti planirano ili slučajno.

2. Refleksivno zapažanje - uključuje aktivno razmišljanje o iskustvu i njegovom smislu.

3. Apstraktna konceptualizacija (teoretisanje) - uopštavanje iskustva s ciljem stvaranja različitih koncepata i ideja koje mogu biti primenjene u sličnim situacijama.

4. Aktivno eksperimentisanje - testiranje koncepta ili ideje u ovim situacijama. To će prouzrokovati novo konkretno iskustvo i ciklus ponovo započinje.

Ključ Kolbovog modela je da je to jednostavan opis pretvaranja iskustva u koncepte koji se zatim koriste kao smernica za izbor novog iskustva. Da bi efikasno učili, ljudi moraju da od posmatrača postanu učesnici, od direktno uključenih - objektivni analitičari.

Stilovi učenja

Setite se, na primer, kako ste naučili da plivate kad ste bili dete? Neki od vas će se možda setiti da su naučili plivati tako što su upali u vodu ili ih je neko bacio u vodu, te su "zaplivali". Neki su se upisali na kurs plivanja, išli na časove, slušali instrukcije trenera i dobili diplomu o završenoj školi plivanja; nekima je bilo lakše da prvo prouče neku knjigu o tome kako naučiti plivati; neki su stajali sa strane i posmatrali druge kako plivaju te potom i sami pokušavali da primene uočeno, da poprave

stil, da budu brži. Ovi primeri govore i različitim načinima na koji mi učimo koje je Kolb definisao na sledeći način:

• **„Accommodators“** (akomodatori) uče kroz pokušaje i greške, kombinujući konkretno iskustvo i eksperimentalne faze ciklusa.

• **„Divergers“** (divergentni) više vole konkretne od apstraktnih situacija i razmišljanje od aktivnog uključivanja. Takve osobe imaju veliku sposobnost imaginacije i u stanju su da sagledaju kompletnu situaciju iz različitih uglova.

• **„Convergers“** (konvergentni) više vole da eksperimentišu sa idejama koje posmatraju sa njihove praktične strane. Njihova osnovna briga je da li je teorija primenljiva u praksi, kombinujući tako apstraktne i eksperimentalne dimenzije.

• **„Assimilators“** (asimilatori) odgovara im da stvaraju sopstvene teorijske modele i asimiliraju brojne različite opservacije u sveukupno zajedničko objašnjenje. Na taj način oni streme ka refleksivnim i apstraktnim dimenzijama.

Međutim, u praksi se najviše koriste opisi za stilove učenja koje su postavili autori Honey i Mumford (1986). Oni su, kao analitičari stilova učenja, identifikovali 4 stila (koja se u velikoj meri poklapaju i sa Kolbovim fazama učenja):

• **Aktivisti** se potpuno posvećuju novim iskustvima i uživaju u novim izazovima.

• **Mislioci** stoje i posmatraju nova iskustva iz različitih uglova. Oni prikupljaju podatke, razmišljaju o njima i onda donose zaključke.

• **Teoretičari** prilagođavaju i primenjuju svoje opservacije u vidu logičkih teorija. Skloni su perfekcionizmu.

• **Pragmatičari žele** da eksperimentišu sa novim idejama, pristupima i konceptima i uvere se da li funkcionišu.

Ipak, nijedan od ova četiri stila nije isključiv. Sasvim je moguće da jedna osoba bude istovremeno mislilac/teoretičar a neko drugi aktivist/pragmatičar, mislilac/pragmatičar ili čak teoretičar/pragmatičar. Takođe, stil učenja je kategorija koja se menja u zavisnosti od teme, iskustva, konteksta u kojem se uči, stepena zainteresovanosti i drugog.

Preduslovi za uspešno učenje tokom obuke

Da bi učenje bilo uspešno, potrebno je imati na umu nekoliko osnovnih preduslova koje treba zadovoljiti. Istovremeno, prosečno vreme održanja pažnje je 20 minuta, što posao trenera čini prilično zahtevnim. Ipak, ako se držimo nekoliko jednostavnih pravila o učenju, možemo biti sigurni da će trening biti uspešan.

• Umetnost obučavanja sastoji se u tome da učenje ne predstavlja prisilno prihvatanje – dakle, veoma je važno da su učesnici motivisani da uče. Motivacija treba da dođe ili od njih samih, ili kao posledica ohrabrenja njihovog okruženja (šefova, menadžera, trenera)

• Ljudi su spremniji da primene ono što su naučili, ako postoje drugi u njihovoj organizaciji/okruženju koji se takođe obučavaju i koji su stekli nova znanja. Ovo je posebno važno u vezi sa kulturom organizacije i time da li se **ohrabruje i podržava učenje**.

• **Ohrabrite** učesnike na pozitivan način, vodite ih, podržite i dajte pozitivnu povratnu informaciju.

• Obezbedite da obuka zadovolji potrebe učesnika za učenjem. Iznesite ono sto učesnici već znaju, korišćenjem njihovih reči. Pokažite da ih uvažavate. Pobrinite se da povežete ono što radite sa postojećim veštinama ljudi i njihovim razumevanjem. Odrasli će imati povećani kapacitet za učenjem, ukoliko prepoznaju da dobijaju ono što im je potrebno

za njihovu uspešnost, razvoj, priznanje i bolje obavljanje posla. Povedite računa da učesnici shvate kako ono što se uči ima praktičnu primenu - tj. da se nadovezuje na njihov stvarni svet.

Ciklus obuke

Klasičan ciklus obuke se sastoji od četiri koraka, kroz koji ćemo vas provesti i u ovom Vodiču:

Utvrđivanje potreba. U ovom delu se bavimo uočavanjem problema, poteškoća, nedostataka, propusta i/ili nekih novih situacija koje ukazuju na potrebu za obukom.

Dizajn ili razvoj programa obuke. Na osnovu utvrđenih potreba, planiramo i dizajniramo obuku ili program koji će izaći u susret utvrđenim potrebama.

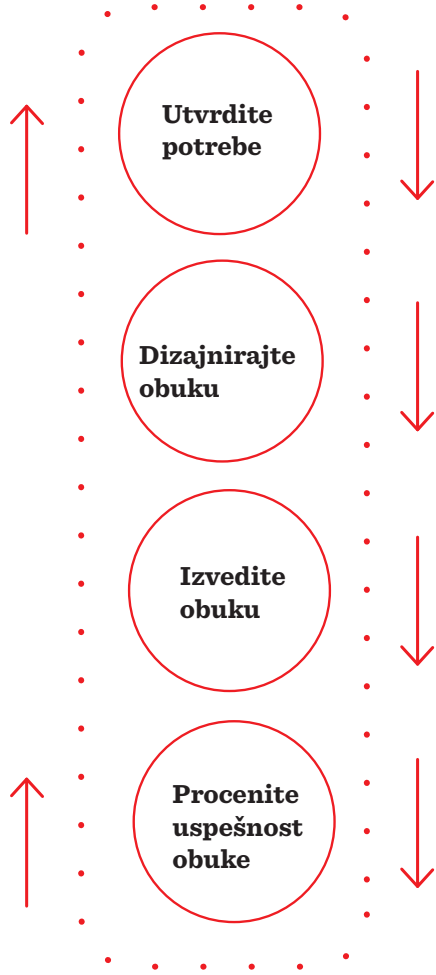
Izvođenje obuke. Sledi korak neposredne izvedbe, tj. obuke. Korišćenje različitih metoda je najvažniji aspekt ovog dela ciklusa.

Ocena uspešnosti. Sagledavamo razliku, odnosno, merimo rezultate obuke. Važno nam je da znamo da li je obuka proizvela promene u sferi znanja, veština i stavova, odnosno ponašanja.

Ciljevi obuke

Postavite ciljeve obuke

Nakon što su ustanovljene potrebe za učenjem, te potrebe treba pretvoriti u ciljeve obuke. Ciljevi obuke predstavljaju izjavu o tome šta učesnici treba da „dobiju“ tokom seminara (procesa obuke), u smislu znanja, veština i promene stavova. One prožimaju tematske oblasti koje se obrađuju tokom kursa (sadržaj); one utiču na izbor metoda koje se koriste (proces) i služe nam kao osnov da bismo ocenili da li su potrebe učesnika zadovoljene.



Ciljevi obuke

Važno je napomenuti da se ciljevi različito formulišu u zavisnosti od vrste promene koju želimo da proizvedemo: da li utičemo na znanje učesnika, na njihove veštine ili želimo da utičemo na stavove...

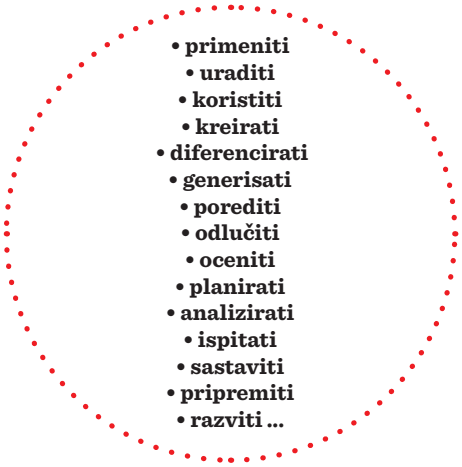
ZNANJE / INFORMACIJE / ČINJENICE

Ciljevi za učenje znanja/informacija/činjenica sadrže reči kao što su:

Na primer, ako se znanja stiču u oblasti upravljanja ljudskim resursima, može glasiti: „Objasniti značaj uvođenja novih ljudi u posao". Ili: „Upoznavanje sa novinama u Zakonu o udruženjima".

VEŠTINE

Postoje mnoge veštine, uključujući fizičke, komunikacijske, kognitivne, veštine za rešenje problema/donošenje odluka i liderske veštine. Ciljevi za učenje novih veština sadrže reči kao što su:



Na primer: „Do kraja treninga, učesnici će kreirati personalni plan razvoja da bi doprineli boljem timskom radu" ili „... učesnici će razviti veštine aktivnog slušanja"

STAVOVI

Promene stavova su najteže za učenje i ocenjivanje; učenje se meri indirektno posmatranjem ponašanja. Ciljevi za učenje novih stavova sadrže, na primer, fraze kao što su: „Senzibilisati učesnike/ce na probleme osoba sa invaliditetom" ili „učesnici će postati svesni motivacionih faktora za uspešan timski rad" .

Podučavanje stavova i ocenjivanje istih uključuje: poverenje za primenu novog znanja i veština, uvažavanje osećanja i strahova učesnika/ca, strpljenje, pažljivost, blagost u ispitivanju, istinitost, osetljivost, radoznalost, tolerantnost prema suprotnim mišljenjima, verovanje u važnost ili korisnost nečega, integritet, diplomatiju, taktičnost, posvećenost, entuzijazam i zadovoljstvo.

Valjano definisanje ciljeva, kao sto je već spomenuto, otvara nam mogućnost za uspešnu edukaciju. U literaturi ćete često nailaziti na različite nivoe opštosti prilikom korišćenja reči „cilj" i ona će se često naizmenično koristiti sa reči – „zadaci". Važno je da znamo da govorimo o onome što očekujemo da se dogodi do kraja seminara, radionice, višemodularne edukacije. U literaturi sa engleskog govornog područja se dominantno koristi akronim **SMART** (engl. pametni, mudri) koji treba slediti prilikom definisanja ciljeva/zadataka seminara.

(**S**pecific)	Specifični (određeni)
(**M**easurable)	Merljivi
(**A**chievable)	Dostižni
(**R**elevant, Real)	Relevantni, Realni
(**T**imed)	Vremenski određeni

Ciljevi obuke moraju biti jasno određeni, da bismo planirali samo ono što je moguće postići u datom vremenu trajanja seminara. Ciljeve/zadatke obuke treba razraditi zajedno sa učesnicima u pripremnoj fazi pre seminara ili na samom početku kursa. Tokom seminara treba se podsećati na ciljeve koje smo postavili, a na kraju seminara učesnici mogu oceniti u kojoj meri su ciljevi treninga dostignuti. Zato na njih treba podsetiti učesnike/ce, pre nego krenu da ispunjavaju evaluacioni list na kraju obuke.

Mala pomoć za trenere/ice:
UOBIČAJENI TERMINI ZA FORMULISANJE CILJEVA OBUKE

- analizirati
- ceniti
- demonstrirati
- diskutovati
- formulisati
- identifikovati
- ilustrovati
- imenovati
- informisati
- inicirati
- instalirati
- ispitati
- istražiti
- izazvati
- zbeći
- izgraditi
- izjasniti se
- izlistati
- izolirati
- izoštriti/izbrusiti
- izraziti se
- izvesti
- klasifikovati
- konstruisati
- locirati/smestiti
- manipulisati
- naći
- nacrtati
- naglasiti
- napisati
- objasniti
- oceniti
- odabrati/izabrati
- odlučiti
- odobriti
- odrediti
- opisati
- opservirati
- organizovati
- osetiti
- osvrnuti se na ...
- otkriti
- podeliti
- pokazati/
- pokušati
- pomoći
- postati svestan/svesna
- postaviti
- praktikovati(praktično
- vežbati)
- pregovarati
- prepoznati
- prevesti
- prezentirati
- prihvatiti
- prilagoditi
- primeniti
- pripremiti
- proizvesti
- promovisati
- proveriti
- ralizovati
- razjasniti
- razlikovati
- razviti
- reprodukovati
- rešiti
- revidirati
- revidirati
- saradjivati
- sastaviti
- studirati
- stvoriti
- tumačiti
- učiniti/uraditi
- ujednačiti
- uporediti
- upoznati se sa..
- urediti
- uskladiti
- uspostaviti
- verbalizovati
- vizuelizirati
- voditi
- zaključiti
- zaštititi

i još mnogo drugih ...

Dizajn obuke

Kada su utvrđeni ciljevi obuke, sledeći korak je da dizajniramo samu obuku. Dizajniranje treninga/obuke zahteva puno vremena i razmišljanja i trebalo bi mu posvetiti dosta vremena pre samog treninga.

Prvi ključni element jeste određivanje broja dana tokom kojih će trajati seminar i kako će izgledati grubi radni raspored za te dane. Model koji je postao opšte prihvaćen jeste seminar iz dva dela sa istim učesnicima, jer se pokazalo da je najkorisniji što se tiče primene znanja. To znači da postoje barem dva bloka obuke (određen broj dana), sa vremenskim periodom između, u kome učesnici mogu pokušati da primene nešto od onoga što su naučili. U suštini, ovakvi programi seminara (na duži period, ista grupa učesnika, strukturisane situacije za primenu znanja) imaju veći učinak od kratkih kurseva od jedan do pet dana - učinak obuke se povećava time što svaki učesnik može da dobije individualne konsultacije ili tehničku pomoć.

Kada je odlučeno i dogovoreno kako će okvirno izgledati seminar, vreme je da se krene na druge elemente dizajniranja. Važno je napomenuti da je dobar trener fleksibilan kad su u pitanju potrebe i okolnosti koje neplanirano nastupe tokom seminara. Tokom priprema odredite koje predavanje ili vežba mogu da se izostave, ako se ispostavi da nema dovoljno vremena za sve što je planirano. Mnogo je važnije da učesnici imaju priliku da u potpunosti savladaju jedan predmet i nauče kako da ga primene, nego da dobiju mnogo površnih informacija u kratkom roku. Kvalitet, a ne kvantitet je pravilo kojim se rukovodimo.

Svi elementi dizajna treba da su objedinjeni tako da kurs ima dinamiku, ritam, variranje tema, metoda i trenera (ako ih ima više). Seminar treba da je uzbudljiv i da održi interesovanje učesnika. Planirajte "predstavu" i održite probe pre nego što izađete na pozornicu. Kao i u pozorištu, i našoj prestavi je potreban scenario (videti prilog: primer tabele za dizajn obuke/treninga).

Tok

Prvo treba osmisliti logičan tok obuke - koje teme će se obrađivati, koliko vremena će biti posvećeno svakoj od njih, kojim redom i kako ćemo povezati razne teme. Na primer, kada se dizajnira seminar o Procesu odabira kadrova u OCD, prvo će ići sesija o značaju radnog mesta, a tek onda proces popune radnog mesta (pisanje opisa posla, objavljivanje konkursa, odabir kandidata, uvođenje u posao). Ili, kada se radi seminar o Finansijskom upravljanju u OCD, počeće se sa uvodom u sam pojam, objašnjavanje značaja, principa pa tek onda na konkretno organizovanje sistema u nekoj organizaciji.

Nivo

Postarajmo se da obuka bude na odgovarajućem nivou - što će zavisiti od samih učesnika i njihovog predašnjeg iskustva. Ovo organizatori mogu delimično odrediti unapred, tako što će u najavi programa javnosti naznačiti kome je kurs namenjen (novim volonterima, iskusnim izvršnim direktorima, članovima upravnog odbora, menadžerima projekta, itd.). Pažljiv odabir učesnika je vrlo važan (ako je moguć), jer time obezbeđujemo zajedničko, ujednačeno polazište. To znači da ćemo za one koji nemaju iskustva u pisanju predloga projekta, predvideti osnovni nivo u kojem ćemo ih upoznavati sa osnovnim elementima, principima prikupljanja sredstava (ovaj nivo je predviđen i u Vodiču), dok iskusnije učesnike možemo obučiti u pisanju predloga projekta po smernicama EU.

Glavne poruke (ključne tačke učenja)

Odredite koje su glavne poruke (ključne tačke) svake sesije. Tokom dizajna stalno imajte na umu koje su to 3-5 najvažnijih stvari za svaku temu koju obrađujete tokom programa. To omogućava treneru da zna šta treba da prenese učesnicima i da i sam u potpunosti razume i vlada gradivom iz te oblasti. Na primer, ako se radi obuka o Strateškom planiranju i uvodni deo se odnosi na Značaj strateškog planiranja uopšte, onda znači da ćemo u ovoj sesiji postaviti ključne tačke koje bi mogle biti: razumevanje pojma strateškog razmišljanja i značaj koji strateško planiranje ima za svaku organizaciju, upoznavanje sa ključnim koracima u strateškom planiranju... Od vitalnog je značaja da trener odlično i **u potpunosti poznaje materiju o kojoj govori.**

Metode

Odlučite koje nastavne metode najbolje odgovaraju pojedinim planiranim sesijama. Prava je umetnost odlučiti koja metoda najbolje odgovara sadržaju, a koja će ujedno omogućiti da ključne poruke kursa budu prenete i naučene. Metode koje su zanimljive i zabavne, ali ne služe za prenošenje znanja dovešće do nezadovoljstva i frustracije učesnika. Na primer, kada se radi obuka o pisanju predloga projekta, dobro je da se nakon kratkog, uvodnog, odnosno predavačkog dela, učesnici/ce sami isprobaju tako što ćete ih podeliti u male grupe (da urade „drvo problema" da definišu ciljeve projekta, da izrade osnovne elemente budžeta. Na taj način, će imati priliku da razmene znanja i iskustvo izmedju sebe, da čuju i vide primere drugih i da kroz diskusiju razmene informacije o urađenom. Više o pojedinim metodama na kraju ovog poglavlja.

Audio-vizuelna sredstva

Obezbedite unapred odgovarajuća audio-vizuelna sredstva (flipčart, grafoskop i slajdove, video, projektor za fotografske slajdove, slike, postere, modele). Dobro zapamtite da su audio-vizuelna sredstva pomoćna sredstva u učenju, a ne zamena za trenera.

Pisani materijali

Dobro pripremljeni pisani materijali su veoma važni, jer učesnici neće morati da hvataju beleške, te će moći bolje da se usredsrede na predavanje i sopstveno učešće. Ti materijali će im biti izvor korisnih informacija posle seminara. Ponekad uz izvode predavanja dajemo članke, opširnije tekstove o toj temi i/ili spisak knjiga koje se njome bave - sve ovo omogućava da učesnici dublje prorade teme koje ih interesuju.

Ostali materijali i pribor

Sa sobom moramo uvek imati sav potreban pribor. Treneri obično sa sobom nose komplet materijala i pribora kao što su: markeri i flomasteri za pisanje po flipčartu, lepljivu plastiku za kačenje papira na zid, selotejp, makaze, nalepnice, itd. Međutim, ponekad je potrebno pripremiti specijalna nastavna sredstva za pojedine sesije, na primer kartice, fotokopije članka iz novina, slike ili koverte, testove, sheme i drugo.

Podela odgovornosti

Ako radi više trenera, mora se odrediti ko je odgovoran za koju sesiju. Vrlo je važno da se izvrši jasna podela odgovornosti, kao i da odgovornost bude ravnomerno raspodeljena. O ovome se morate unapred dogovoriti, i to uglavnom zavisi od toga koji je trener kompetentan za koju oblast.

Sledi tabela dizajna, tj. format koji može da vam olakša planiranje vaše obuke.

NAZIV SEMINARA:	KO-TRENERI/CE
DATUM:	MESTO:

Ciljevi:
1.
2.

Vreme/dužina trajanja sesije	Naziv sesije	Ključne tačke učenja	Metode	Audio vizuelna pomagala	Potrebna sredstva	Vodeći trener/ica

Metode i tehnike obučavanja

Kao što je ranije rečeno, pri izboru nastavnih metoda i tehnika rukovodimo se svojom osnovnom željom da što bolje prenesemo znanja, omogućimo učesnicima da što bolje primene naučena znanja i iskustva i da obezbedimo da ceo proces ide jednim određenim tempom. Postoji mnogo nastavnih metoda. Opisaćemo neke koje se najčešće koriste i daćemo njihove dobre i loše strane. Zapamtite da je uspešan trener kreativan; stvarajte nove metode ili prilagođavajte stare tako da bi poslužile vašoj nameni.

Metod	Dobre strane	Loše strane
BRAINSTORMING Trener postavi pitanje i traži brze odgovore koje piše na flipchart. Pravila su: bez potpitanja, objašnjenja, diskusija; ideja je da se iznese što više ideja, ma kako šašave bile.	Stimuliše uključenje svih. Dobijamo podatke koje možemo uobličiti. Iznose se kreativne ideje i rešenja, da se vidi šta učesnici već znaju.	Mora se raditi brzo, inače postaje dosadno. Dominiraju najglasniji u grupi. Dobijeni podaci se moraju "analizirati" na licu mesta, što je dodatni napor za trenera.
RAD U MALIM GRUPAMA (BUZZ) Posle predavanja, učesnike podelimo u male grupe da razgovaraju o svojim reakcijama, iskustvima ili primeni naučenog. Možemo tražiti da svaka grupa referiše 2-3 ključne stvari.	Omogućava diskusiju o najbitnijim stvarima. Daje priliku da se razmotri primenjivost naučenog. Čovek se oseća sigurnije nego u velikoj grupi. Daje vreme za razmišljanje.	Može skrenuti sa putanje-zato je korisno postaviti osobu koja će pomagati grupi. Može dugo trajati. Gubi se tempo ako svaka grupa referiše-bolje je primeniti "izložbu" sa ispisanim flipčartovima ili da se usmeno iznese samo jedna najvažnija stvar.

Metod	Dobre strane	Loše strane
STUDIJA SLUČAJA		
• Grupa dobija opis situacije sa svim podacima (obično je napisana neka stvarna situacija). • Učesnici treba da odgovore na pitanja o čemu se tu radi, koje su opcije za rešavanje tog problema i sl.	•Grupa radi sa realističnom situacijom. •Pokazuje važnost različitih percepcija i pristupa. •Izgrađuje svest o individualnim snagama. •Odvaja (oslobađa) učesnike od njihove stvarne situacije.	Mora da bude iz savremenog života, verodostojna i relevantna, da bi zadobila interesovanje grupe. Zahteva pažljivu pripremu da bi pokrila glavne ciljeve/zadatke seminara.
KONSULTACIJE		
Sesija fokusirana samo na jednu osobu (trener i/ili mala grupa učesnika razmatra slučaj ili problem jednog člana grupe	Pomaže učesnicima da razmišljaju o temama različitim od onih iz svog radnog okruženja. Stiče se uvid u tuđe probleme i dobija pomoć drugih u rešavanju svog problema. Veoma relevantan za stvarni život.	Potrebna je pomoć iskusnog voditelja da bi se razgovor usmerio - pomoglo učesnicima da sami dođu do rešenja. Oduzima mnogo vremena. Zamorno. Učesnici se suviše bave sopstvenim brigama.
DEBATA		
Dva tima zastupaju suprotne stavove o nekom problemu. Od "publike" se traži da glasa ili donese odluku o najubedljivijem argumentu.	Traži od učesnika da dobro razmisle o razlozima za svoje stavove. Zahteva korišćenje veština prezentacije i govorništva.	Većina učesnika je pasivna. Zahteva da učesnici budu vešti u debatama; uglavnom se ističu najdominantnije ličnosti.
AKVARIJUM (FISHBOWL)		
Postoje dve grupe: izvođačka i posmatračka. Izvođači izvode scenu ili diskutuju o nekoj temi, dok ostali imaju posmatračku ulogu (učestvuju neverbalno). Varijacija: neki od posmatrača postaju izvođači, na znak voditelja.	Omogućava da se posmatra i/ili doživi iskustvo kroz igranje uloga. Pruža mogućnost za feedback. Daje uvid u problem i deluje na više nivoa.	Velik rizik-potrebna su jasna pravila i dobar koordinator, da se ne bi nanela "šteta" nekom od učesnika. Obavezno posmatračima dati specijalne zadatke, da bi se izbegla pasivnost.
IGRICE I "LEDOLOMCI"		
Zabavne igrice koje stvaraju poverenje, razvijaju identitet i samosvest grupe, unose dinamiku i tempo.	Podižu nivo energije. Olakšavaju slobodu izražavanja. Čine učenje zabavnim.	Neki ih doživljavaju kao trivijalne-obično treba da imaju određenu svrhu ili cilj. Nekad se sa njima pretera.

Metod	Dobre strane	Loše strane
IZLAGANJE (PREDAVANJE ILI PREZENTACIJA)		
Dobro struktuirano predavanje koje drži trener koje iznosi ključne stvari na koristan i zanimljiv (zabavan) način (videti veštine prezentacije).	Korisna metoda za prenošenje osnovnog znanja. Lako je kontrolisati trajanje.	Može biti suvoparno, ako nema audio-vizuelnih sredstava. Zavisi koliko dugo drži pažnju učesnika-ne bi smelo da traje duže od 20 minuta bez promene modaliteta. Zahteva od trenera da bude neka vrsta zabavljača.
IGRANJE ULOGA (ROLE PLAY)		
Svaki član male grupe dobija ulogu koja može ali i ne mora biti unapred objašnjena; a onda ih stavljamo u situaciju gde treba da odigraju svoju ulogu.	Dramatično i svi uživaju. Omogućava učesnicima da dožive razne uloge. Izvlači vani napetosti i intrige svakodnevnih situacija.	Gluma može biti preterana ili odviše slaba, te gubi svrhu učenja. Može izmaći kontroli. Preterano ističe one članove grupe koji inače vole da se eksponiraju.
DEMONSTRACIJA		
Prezentacija metoda kako nešto uraditi. Koristi se za učenje specifičnih veština ili tehnika, kao i za prikaz korak-po-korak pristupa.	Laka je za držanje pažnje učesnika/ca. Pokazuje praktičnu primenu metode. Uključuje učesnike/ce kada sami/e primenjuju metod.	Zahteva planiranje i pripremu unapred Demonstratori/ke treba da imaju dovoljno materijala za sve da bi probali metod. Nije korisna za veće grupe. Iziskuje davanje povratne informacije učesnicima/ama pošto su sami/e isprobali/e metod.

U poslednje vreme se razvijaju nove tehnike, koje uvode dodatnu kreativnost i inovativnost u okviru obuke. Sledi primer tehnike koja se zove “World cafe”, sa detaljnim opisom.

Trener/ica se ohrabruju da koriste različite izvore i da se upoznaju sa tehnikama koje će primenjivati u svom radu.

WORLD CAFE

SVRHA

Jednostavna metoda za održavanje konverzacije/ razgovora o pitanjima koja su važna, da bi se dobila mišljenja učesnika o temi.

Konverzacije/ razgovori se povezuju i nadograđuju jedna na drugu, budući da se menja sastav grupe, pa dolazi i do razmene i ukrštanja njihovih mišljenja.

PREDUSLOV

Da učesnici/ce imaju dovoljno znanja o temi / pitanju i kreativnosti

POTREBNI RESURSI

Domaćin stola/ zida (može učesnik ili facilitator)
Flip chart papiri, marker, drvene bojce, flomasteri, stolovi i stolice/ ukoliko nema stolica možete FC papire polepiti po prostoru

PROCES

Pripremljen je set od 4 ili 6 pitanja u zavisnosti od broja učesnika.
Svako od učesnika/ca pojedinačno bira sto/zid sa određenom temom-pitanjem. Diskusija traje oko 20 minuta.

Na znak facilitatora vrši se rotacija učesnika/ca po stolovima kafea.
Svi učesnici/ce imaju mogućnost da učestvuju u diskusijama.

ULOGA TRENERA / FACILITATORA

- Sumira ključne ideje od prethodne diskusije
- Facilitira konverzaciju koja se zasniva na novim idejama
- Omogućava svima da učestvuju u diskusiji
- Prepoznaje i otkriva veze, ideje i detalje koji osiguravaju konverzaciju,
- Ostaje za stolom tokom promene grupa
- Izveštava- prezentuje rezultate diskusije u velikoj grupi.

Izvođenje obuke

Nakon što ste utvrdili potrebe, postavili ciljeve obuke i osmisli plan rada koristeći tabelu dizajna, došlo je vreme da se obuka i održi. Priprema je važan preduslov da se uopšte pojavite pred vašim učesnicima. Ono što bitno obeležava ovu fazu u ciklusu obuke, jesu: način na koji počinjete – otvarate obuku, odabrane metode i tehnike rada, vaše prezentacijske veštine, veštine facilitacije odnosno vaš sveukupni trenerski stil.

Kako početi - otvaranje

Način na koji započinjete seminar u velikoj meri ukazuje na vaš pristup filozofiji učenja, na vaš stil obuke, vaše stavove prema učesnicima kao osobama koje su došle nešto da nauče. Ukoliko ste izabrali pristup koji aktivno uvodi učesnike u temu, u tom slučaju mnogo toga treba uraditi u početnoj fazi (samom otvaranju) seminara. Pod tim se misli na sledeće:

• Morate obezbediti da učesnici znaju da su dobrodošli i da cenite ono što oni donose (postojeće veštine i iskustvo). Da biste to postigli, pozdravljate ih i upoznajete sa ostalim učesnicima čak i pre početka sesije. Imajte na umu da će oni biti isto toliko nervozni kao i vi.

• Potvrdite svoj kredibilitet - trener treba da kaže dovoljno o sebi da pokaže da je "kvalifikovan" da stoji ispred grupe. Vodite računa da u našoj kulturi nije prihvatljivo preterano "samo-hvaljenje", tako da izbor informacija koje ćete plasirati na samom početku treba da vas izbalansirano predstavi u najboljem svetlu (a da istovremeno bude relevantno za učesnike).

• Upoznavanje učesnika - bedževi sa imenima su od vitalnog značaja ako se ljudi međusobno ne poznaju. Učesnici jedni drugima ne mogu zapamtiti imena već na početku, a to nećete uspeti ni vi. Bedževi sa imenima će vam to omogućiti, jer će u toku rada, za opštu atmosferu biti značajno da se oslovljavamo imenom ili prezimenom, kako bismo stvarali dobru atmosferu i grupnu dinamiku koja omogućava dobar rad. Ukoliko vaš način rada to dozvoljava, upotrebite "ledolomce" ili neki metod upoznavanja koji je kratak i efikasan. Skrenite im pažnju da će imati dovoljno prilika da se bolje upoznaju tokom seminara.

• Postavite ciljeve/zadatke obuke i prođite, zajedno sa učesnicima, kroz program kursa. Proverite da li postavljeni ciljevi odgovaraju potrebama za učenjem vaših učesnika I ostavite mogućnost adaptacije.

• Ustanovite osnovna pravila ili dogovor o načinu rada. Ovo određuju sami učesnici kao način na koji žele da rade jedni sa drugima (poštovanje drugačijeg mišljenja, nepušenje, poverljivost, isključivanje mobilnih telefona...). Sve se to napiše na list papira i okači u prostoriji, a trener naglašava da svi snose jednaku odgovornost za pridržavanje ovih pravila. Ovo je pogodan trenutak da se skrene pažnja I na praktične detalje kao što su WC, aranžmani za ručak i detalji vezani za putovanje.

• Ukoliko se opredelite za interaktivan način rada, onda odmah na početku, pokažite učesnicima da će seminar biti dinamičan, a ritam brz time što će uvodna sesija biti kratka, što ćete se semnjivati sa vašim ko-trenerom (ako je to moguće), koristeći različite modalitete kao uvod u raznovrsne aktivnsoti koje potom slede. Već tada naglasite da je seminar participativan i da se očekuje uključenost svih učesnika. Skrenite im pažnju da je odgovornost za učenje na njima i da vi kao trener donosite nova znanja i veštine, ali i da ste facilitator procesa učenja.

Naše je iskustvo da ako učesnici ne progovore jedni s drugima u roku od 20 minuta ili se ne pokrenu sa svojih stolica u roku od prvih sat i po, obuka im neće biti preterano interesantna

Veštine prezentacije

Veštine prezentacije su važne jer je njihovo korišćenje umereno ka što boljem prenošenju znanja i veština učesnicima obuke. Važno je da dobro upoznate sebe, da steknete uvid u to kako izgledate pred učesnicima, šta su vaše snage, kako biste ih što više koristili i da spoznate koje veštine treba da razvijate. Tokom sopstvenih edukacija sigurno ste imali priliku da vidite i čujete ljude koji imaju različite

stilove prezentacije. Neki su vam se svideli više, a neki manje. Kada vam se svidi način na koji radi neki predavač ili trener, sigurno ćete poželeti da nešto od toga usvojite i sami. Pri tome uvek vodite računa da iskoristite ono što mislite da je dobro za vas i da pri tome ostanete svoji, autentični. U svakom treneru postoji jedan umetnik - glumac koji čeka da se iskaže. Ako želite da budete uspešan trener, morate dati šansu glumcu koji čuči u vama da ostane zapamćen. Zapamtite da vi kao trener sami sebi predstavljate najveći oslonac, upotrebite sve svoje potencijale u potpunosti. Takođe, zapamtite da se preko 50% poruke prenese kroz način na koji je izgovorite.

PREZENTACIJA - LISTA VEŠTINA

• Pokret i gestikulacija

- Zauzmite opušten, miran stav – vaš stav treba da odaje sigurnu osobu spremnu da stane pred brojne učesnike i da, zajedno sa njima, prodje teme koje su u programu. Oslonite se na obe noge, tada ste stabilni. Nemojte stajati prekrštenih nogu, jer to stvara sliku nesigurnosti, a za vas predstavlja opasnost da se pri pravljenju narednog koraka spotaknete.

- Polako se približavajte ljudima kada oni govore – Ukoliko se krećete dok govorite ili razgovarate sa učesnicima, činite to polako. I to odaje mir, deluje prijateljski i govori učesnicima da ih sledite.

- Izbegavajte statične poze (smokvin list), zatim igranje prstenom, markerom – Položaj smokvinog lista zauzima se kada ispružene i prekrštene ruke spustimo celom dužinom. Ako učinite ovaj gest i postanete svesni toga, promenite ga. Nemojte u rukama držati pomagala dok govorite. Marker vam treba kada pišete po tabli, nemojte njime mahati dok govorite, jer skreće pažnju učesnika. Isto se dogadja i ako vrtite prsten. Pažnja treba da bude usmerena na vas, ne na druge predmete.

- Neka svaki gest ima značenje (bude relevantan) – Vaša gestikulacija treba da prati ono što govorite. Ruke u vazduhu, na primer mogu da vizuelno prate vašu priču o veličini budžeta i vi u vazduhu «crtate» odredjenu veličinu kruga.

- Neka gest potraje – Kako vaš gest prati ono što govorite, ako, na primer govorite o visini kamatnih stopa, pa vaša ruka ide, recimo, u visini glave, tu treba da se malo i zadrži, da bi ovaj gest bio relevantan za rečenicu koju upravo izgovarate.

- Neka gestovi budu malo naglašeniji nego u svakodnevnom životu – Gestikulacija trenera je nešto naglašenija nego kod uobičajene konverzacije i, u diskretnoj meri, pokreti treba da budu naglašeniji i u vezi sa rečenicama koje izgovarate.

• Kontakt očima

Neka bude usklađen sa kulturom ponašanja

– Kontakt očima je značajan jer i njime uspostavljate vezu sa svojim učesnicima seminara. To za našu kulturu znači da se pogled zadržava kratko vreme na jednoj osobi.

- Dovoljno, ne preterivati – vi se sve vreme obraćate učesnicima seminara i vaš pogled je okrenut ka njima. Ukoliko ovu veštinu nemate razvijenu, treba da vodite računa da i kontakt očima treba da prati vašu priču i da ne treba preterivati. Istovremeno, izbegavajte da gledate „preko" učesnika, u pod ili u plafon jer na taj način gubite kontakt sa učesnicima. Pazite da ne zapostavite krajeve ("krila") – Obično nam se dogadja da gledamo ispred sebe i da zaboravimo one koji sede sa leve

i desne strane u odnosu na našu poziciju. Posebno pazite da se ne fokusirate na nekoga ko vas netremice gleda i klima glavom kao znak odobravanja, jer se to često dešava. Vrlo često smo skloni da „naginjemo" jednoj strani, odnosno da se i pogledom i položajem tela obraćamo pretežno desnoj ili pretežno levoj strani. Razmislite da li to radite, i ukoliko primetite sklonost ka jednoj strani, vežbajte smišljeno obraćanje i drugoj (zapostavljenoj) strani.

- Pazite da grupu ne gledate samo s leva na desno, ili obrnuto - kao na radaru – Kada se trudite da ostvarite kontakt očima sa svima u grupi, to ne znači da treba da gledate s jedne strane redom prema drugoj strani, kao na radaru. To je česta greška onih koji se trude da ostvare kontakt sa svim učesnicima.

- Pravite male pauze i smešite se kad ste sa nekim u kontaktu očima – prijateljski odnos prema učesnicima pokazujete i blagim osmehom koji je na vašem licu kada gledate u nekoga.

• Jezik, ritam, humor

- Neka bude odmeren i pristupačan - izbegavajte žargon – Vaš jezik je jedna od vaših najznačajnijih snaga. Govorite pravilno, pristupačnim rečnikom, izbegavajte izraze za koje niste sigurni da ih učesnici znaju. Još važnije, izbegavajte žargon - njemu nema mesta na obuci.

- Bolje konkretan nego apstraktan – budite konkretni, jasni u objašnjenjima, ono što govorite ilustrujte primerima. I komplikovane stvari se mogu preneti na jednostavan način. U procesu koji vi vodite, to će dati sjajne rezultate.

- Neka mozak bude brži od jezika ("Ispeci pa reci") – nemojte žuriti, vladajte scenom i neka vaše reči prate vaše misli.

- Varirajte ritam, ali nikada ne žurite – klonite se monotonosti i menjate ritam prilagodjavajući ga onome što govorite, pravite "dramske" pauze kada nešto naglašavate, zatim malo ubrzajte. Žurbi nema mesta.

- Humor neka bude prikladan – dobru atmosferu odlikuje i korišćenje prikladnog humora. Duhovitost podstiče interesovanje učesnika i olakšava učenje. Važna je mera i sa duhovitošću se ne sme preterati. U protivnom seminar može dobiti ton neozbiljnosti.

- Izbegavajte standardne šale i viceve - anegdote i vaše iskustvo su bolji – priču ilustrujte anegdotama, sopstvenim i tudjim iskustvima. Nemojte nikada koristi viceve, niti pošalice uobičajene u svakodnevnom životu. Nekada oni mogu biti uvredljivi. Naročito vicevi koji su u velikoj meri diskriminatorski.

• Glas

- Naučite da kontrolišete svoje disanje – dišite mirno, naučite da kontrolišete glas i kada ste uzbudjeni. Udahnite duboko da biste smirili disanje, a onda nastavite.

- Proverite da li vas svi čuju – sale u kojima radite neće uvek biti idealne, a ni broj učesnika. Ako je sala velika za broj učesnika, glas se u njoj gubi. Zato uvek proverite da li vas svi čuju. Naročito ako znate da ste tihi.

- Varirajte ritam, jačinu i visinu – koristite glas kao sredstvo da privučete pažnju učesnika. Neka se smenjuju usporen I nešto brži ritam govora i visina tona.

• Uključivanje učesnika

- Postavljajte pitanja – neka vam postavljanje pitanja bude navika. Postavljajte pitanja u vezi sa temom o kojoj govorite. Ukoliko neko od učesnika zna nešto više nego ostali, pustite

ga da on nešto izgovori umesto vas. Time pokazujete da poštujete tuđa znanja.

- Imajte na umu da pažnja opada nakon dvadeset minuta – oni koji vas slušaju, maksimalno su u proseku 20 minuta skoncentrisani na ono što govorite; zbog toga je važno da ih uključujete.

- Tražite da vam daju primere - dobro je da koristite primere koje dobijate od učesnika, tražite primere, radite na njihovim primerima, to će im biti najbliže i najkorisnije. I oni će to vrlo visoko ceniti.

- Podstičite ih da koriste ruke – kada se kaže da učesnike podstičemo da koriste ruke, to znači da se javljaju u želji da učestvuju, da im dajete vežbe u kojima će oni sami tragati za rešenjima dok vi bdite nad svim grupama koje rade.

- Usmerite pitanja učesnika ka celoj grupi – Obratite se čitavoj grupi sa pitanjima, nemojte prozivati pojedince i pojedinke da se ne bi osećali neprijatno, javiće se oni koji imaju odgovor i žele da iznesu mišljenje. Vaše dobro vođenje će doprineti da se i drugi uključe.

• Odgovarajuća audio-vizuelna sredstva

- Koristite ih kada treba pojačati poruku ili kada nose poruku – audio-vizelna sredstva imaju značajnu ulogu u poslu koji vi radite. Ona prenose poruku ili je pojačavaju. Zato ih pažljivo planirajte.

- Ne treba imati previše AV sredstava – možete kombinovati različita audio-vizuelna sredstva. Radite to sa merom, nemojte preterati sa brojem različitih AV sredstava jer to može biti kontraproduktivno

- Ne preterujte sa njihovom upotrebom – vi ste onaj čije izlaganje učesnici prate, imajte to uvek na umu i zato AV sredstva nemojte preterano koristiti .

- Sve mora da bude čitko – ako pišete po tabli, ili unapred pripremate slajdove ili folije. Uvek se trudite da to bude čitko. U protivnom, vaše izlaganje će biti prekidano pitanjima o tome šta je napisano, ili će se učesnici medju sobom o tome konsultovati.

- Ne pričajte sa njima - ne mogu vas čuti! – Ako pišete po tabli, nemojte govoriti dok ste ka njoj okrenuti. Može se desiti da vas okolina ne čuje; a, i nije lepo.

- Izbegavajte da stojite ispred njih – veliki broj učesnika voli da prepisuje sve ono što je na tabli, čak i onda kada im napomenete da ste pripremili pisane materijale u kojima to stoji. Imaju pravo na to i zato im nemojte zaklanjati poglede.

- Neka imaju prateću ulogu - nisu oni predavači, već vi!

Planiranje audio-vizuelnih(AV) sredstava

Upotreba audio-vizuelnih sredstava se mora planirati pre seminara. Njihova glavna svrha je da:

• Istaknu glavne ideje i gradivo
• Poboljšaju da se zapamte glavne poente
• Privuku pažnju
• Ožive izgovorenu reč
• Menjaju tempo

AV sredstva pomažu treneru da organizuje svoju prezentaciju. AV sredstva nikada ne smeju da zamene trenera. Trener je uvek glavno audio-vizuelno sredstvo.

Tipovi audio-vizuelnih sredstava:

• **Flipčart** (engl. Flipchart) - može se unapred ispisati nekoliko ključnih reči, ili još bolje, koristimo ga da u interaktivnom radu nacrtamo neki model zajedno sa učesnicima. Savet: sitne beleške ispisane olovkom sa strane flipčarta vam pomažu da ne zaboravite glavne stvari. Možemo prekriti već ispisanu stranicu i polako je otkrivati (mada je ovo mnogo bolje sa grafoskopskom folijom ili na prezentacijama uz pomoć kompjutera) Lepljivim listićima sa strane možemo da označimo stranice koje želimo da koristimo. U svakom slučaju, unapred ispišite naslove na papirima koje ćete kasnije koristiti.

• **Slike i posteri**

• **Grafoskopske folije i kompjuterska prezentacija** – Značajno je da na folijama ili prilikom pravljenja Power Point prezentacije vodite računa o tome da one ne budu previše ispunjene tekstom. Na njima treba da budu samo teze o kojima ćete vi više govoriti. Nema ničega dosadnijeg, tvrde brojne studije, nego kada trener ili predavač čita ono što je pripremio.

• **Videotrake** - možemo ih koristiti da snimamo učesnike. Postoje komercijalne trake o određenim temama i/ili sa relevantnim snimcima sa televizije

• **Modeli i razni predmeti**

• **Table na kojima se piše markerima.**

Zlatna pravila za korišćenje audio-vizuelnih sredstava su:

Da biste u toku vaše prezentacije uspeli da Istaknu glavne ideje i gradivo, pomogli da se zapamte glavne poente, privukli pažnju, oživeli izgovorenu reč i menjali tempo , pobrinite se da:

• pišete krupnim slovima i da budu "debela", odnosno boldirana, kada se prezentacija priprema na kompjuteru;

• koristite samo nekoliko ključnih reči (nema ničeg goreg od stranice sitno ispisane mnoštvom reči ili komplikovane tabele na flipčartu ili grafoskopu.);

• ono što pišete bude čitko i vidljivo,

• jednostavno i interesantno,

• uzbudljivo;

• prenosi samo jednu ideju, a ne mnogo ideja istovremeno.

Ko-trening (rad u timu)

Ko-trening može biti zadovoljstvo i za trenere i za učesnike. Treneri mogu isprobavati ideje, dobiti podršku i povratnu informaciju, odmoriti se, upiti energiju od kolega trenera i mogu jedan drugoga zameniti kad stvari krenu kako ne treba.

Učesnici pred sobom imaju nekoliko različitih, živih audio-vizuelnih "sredstava", što poboljšava dinamizam i raznovrsnost seminara. Dodatno prisustvo dva trenera omogućava bolje praćenje učesnika, njihovih reakcija, identifikovanje potreba za fleksibilnošću u toku obuke.

Da bi kotrening bio dobrobit za učesnike, važno je da se pridržavamo osnovnih principa:

• Ko-trening počinje zajedničkim planiranjem obuke, dizajniranjem i pripremom svega što će biti korišćeno u toku treninga - nikada nemojte raditi u timu sa nekim sa kime niste adekvatno učestvovali u pripremi. Nepripremljenost se vrlo lako uočava na seminaru.

• Nemojte nadigravati svog ko-trenera - nije to takmičenje, nego timski rad koji treba da se modelira prema učesnicima. Uspeh treninga je vaš zajednički, isto kao i neuspeh.

• Pružite praktičnu pomoć. Na primer, podelite pisani materijal, zalepite flipčart listove na zid...

• Ravnomerno rasporedite sesije

• Budite drugi par očiju i ušiju koji prate reakcije učesnika. Budite spremni da se aktivno uključite kada god to ko-trener očekuje od vas

• Ustanovite neka osnovna pravila, kao na primer da li je u redu da se ubacujete u sesiju koju vodi vaš kolega

• Sedite i trudite se da ne ometate rad ko-trenera - ne preturajte po papirima za svoju sesiju dok vaš kolega radi

• Dajte neverbalnu podršku i ohrabrenje, na primer, smešeći se - pokažite da ste zainteresovani i da pažljivo pratite.

• Dajte povratnu informaciju ko-treneru nakon završene obuke. Dajte i konstruktivne sugestije.

Dinamika grupe i veštine rada sa grupom

Uvod u grupnu dinamiku

Da bismo bolje razumeli dinamiku grupe kao pojam, a posebno ono što se u toku obuke dešava medju učesnicima/cama, značajno je da poznajemo kroz koje faze grupa prolazi u svom razvoju. Razna istraživanja su pokazala da grupe prolaze kroz nekoliko faza na putu da postanu efikasan tim: formiranje, previranje, normiranje, izvodjenje i žaljenje. Ovo je posebna oblast proučavanja i mi ćemo se u ovom priručniku baviti fazama u razvoju tima, u meri koja je značajna za obuku. Dakle, osim odnosa izmedju trenera i grupe, uspostavljaju se i odnosi medju članovima grupe, i to će najbolje pokazati na višednevnim ili višemodularnim obukama.

Faze u razvoju tima

1. FORMIRANJE

Prva faza odnosi se na okupljanje grupe i interakciju medju članovima. Pojedinci su tek došli na seminar i u manjoj ili većoj meri se preispituju: “Zbog čega sam ovde?”, “Šta se očekuje od mene da radim?”. Postoji odredjena doza nesigurnosti koja direktno zavisi od količine informacija koju pojedinac/ka ima o tome šta ga/je očekuje. Zato je važno da se već na početku ljudima daju važne informacije. Interakcija među ljudima u ovoj fazi reflektuje odnose, predrasude. Uloge koje ljudi inicijalno pokušavaju da igraju u novoj grupi obično su slične onima koje oni igraju izvan ove grupe. Oni su upravo na pragu traženja novog identiteta: svoje uloge u grupi. Ipak, valja reći da pažljivi posmatrač u ovoj fazi može da vidi i odredjenu dozu ushićenosti, jer se grupi čini kao da nikada neće biti problema. Iskoristite to, da bi obuka bila uspešna.

2. PREVIRANJE

Pred grupu se postavlja zadatak koji treba da obave, ili cilj koji treba da dostignu. Na površinu izlaze osobenosti pojedinaca, međusobni uticaji. Može doći do nesuglasica između onih koji žele da se posao obavi brzo i onih koji žele da proces bude pažljiviji i sporiji. Sukobi mogu izbiti i između onih koji su već odlučili kako posao treba da bude urađen i onih koji bi da eksperimentišu. Tu je obično mnogo ličnih interesa. Neki članovi žele da pridobiju uticaj u grupi, bilo da sebe vide kao prirodne vođe (kao što su stručnjaci/ eksperti) o temama koje se diskutuju - ili zato što žele da vide kako grupa prihvata njihove prioritete i metodologiju. Drugi žele da iskoriste grupu kako bi povećali sopstvenu vidljivost i snagu. Članovi koji su vrlo visoko orijentisani prema zadatku mogu postati vrlo nepažljivi prema onima koji žele da se pažnja obrati na grupnu dinamiku - šta se događa među ljudima.

Do previranja dolazi kada pojedinci shvate da postoje različita mišljenja u grupi. Članovi grupe tada praktično testiraju gde su granice i dolazi do prvih konflikata i podela u grupi.

3. NORMIRANJE

Faza normiranja nastaje kada ljudi shvate da moraju davati i uzimati, prihvatati kompromise i posvećivati se interesu grupe. Tada grupa stvara pravila/norme ponašanja kojima se regulišu način funkcionisanja i medjusobni odnosi.

Članovi osećaju da više nisu skup individualaca, svaki sa svojim sopstvenim ciljevima i interesima, već pravi članovi grupe koja radi skupa na postizanju zajedničkog cilja. Bez obzira na to kako su ranije videli svoju ulogu, sada je oni vide u službi grupe. Prethodna njihova uloga podređena je novoj - pomaganju da grupa dostigne svoj cilj. Ljudi koji su bili orijentisani prema zadatku sada razumeju da je neophodno obratiti pažnju na proces u grupi - interakciju među članovima. Grupa zadobija jedinstven identitet, baš kao što su njeni članovi jedinstvene ličnosti.

4. IZVOĐENJE / OBAVLJANJE POSLA

Nakon što je uspela da prevaziđe početne poteškoće, stvorila norme ponašanja, grupa počinje da funkcioniše dobro i efikasno izvršava zadatke. Ne samo da članovi zajedno rade na zadatku ili na cilju, oni procenjuju sopstvenu efektivnost u tome. Formalno vođstvo može biti manje izraženo, ako ga članovi ukrug prolaze. Članovi tima gledaju kako da funkcionišu u nadi da će razviti mnogo efektnije načine da dođu do cilja grupe. U ovoj fazi najbolje se uči.

5. ŽALJENJE

Žaljenje nastaje kada grupa prestane da postoji iz bilo kog razloga. U našem slučaju je to kraj obuke. Grupa formirana da prodje obuku o kada se ona završi doći do tuge zbog rastajanja. Možda će se sresti na nekoj drugoj obuci, ali znaju da će to teško biti isti sastav.

Treba znati da ove faze ne idu uvek pravolinijski. Nekada iz grupe ode neko iznenada, neko novi se pridruži, dodju nove obaveze... Tada dolazi do novih odnosa snaga i grupa iz faze izvodjenja posla, dakle, najproduktivnije faze, može da regresira u fazu previranja. Bitno je da znate da pojavljivanje problema, nekada vrlo ozbiljnih, ne mora nužno da vodi ka rasturanju grupe. Kada grupa uspe da se konsoliduje definišući pravila po kojima će funkcionisati, njeni rezultati mogu biti fascinantni. Naravno, u svemu ovome bitna je uloga pojedinaca i pojedinki, koji sa svim svojim osobenostima utiču na odnose u grupi, odnosno na dinamiku grupe. O tome, kako se nositi sa pojedincima i pojedinkama koji remete dobro funkcionisanje grupe i otežavaju proces obuke, biće više reči u narednom odeljku.

Facilitacija

Reč facilitacija se na različite načine prevodi u našem jeziku, a najčešće kao vodjenje, suvodjenje, olakšavanje procesa. Medjunarodno udruženje facilitatora ovaj termin definiše kao proces omogućavanja grupama da rade efektivno i da saradjuju. Ulogu facilitatora definišu na sledeći način: „Facilitator je osoba koja koristi znanja vezana za grupnu dinamiku, odnosno procese u grupi, da bi formulisala potrebnu strukturu, da bi interakcija u toku održavanja sastanka, skupa, radionice, bila efektivna. Facilitator se fokusira na efektivnost procesa (dinamiku), dopuštajući učesnicima da se fokusiraju na sadržaj njihovog zajedničkog rada."

Dakle, facilitatora/ku vidimo kao osobu koja olakšava i pomaže drugima u procesu rasprave o problemima ili nekoj temi, usmerava tok rasprave kako bi grupa došla do rešenja, odnosno da bi se u grupi našao odgovor na neka pitanja.

Postoji nekoliko ključnih koraka koje je važno zapamtiti, a vezani su za vreme pre

održavanja samog sastanka, konferencije, edukacije... Reč je o dolasku grupe. Učesnike/ce koji dolaze treba da dočeka facilitator/ka, predstavi se i poželi im dobrodošlicu. Sala za rad je već spremna, stolice rasporedjene prema broju učesnika i veličini prostorije, i, po mogućnosti, u polukrug, kako bi učesnici mogli da gledaju jedni druge i direktno komuniciraju. To je početak stvaranja mogućnosti za harmoničan odnos. Potom, sledi Uvod (Demonstracija poštovanja) – skup započinje formalnim pozdravljanjem grupe, zahvaljivanjem na dolasku. Facilitator se predstavlja, objašnjava svrhu okupljanja (treninga, sastanka, obuke, dogadjaja) i omogućuje da se i učesnici predstave. Vreme koje se odvaja za ovaj uvodni deo treba da bude proporcionalno vremenu koje se planira za ceo događaj. Ako trening traje jedan dan, upoznavanje treba da traje do 20 minuta. Ako trening traje pet dana, sasvim sigurno proces upoznavanja može da traje i do dva sata. Facilitacija predstavlja proces u kojem osoba koja ga vodi omogućava da učesnici/ce dodju do željenih rezultata, odnosno da postignu postavljene ciljeve. Facilitator/ka ne mora nužno biti ekspert za temu o kojoj se govori. On/ona je tu da olakšava razmenu u grupi, pomaže pojedincima i pojedinkama da rade zajedno. Facilitator koristi znanje o grupnim procesima da bi formulisao i skicirao potrebnu strukturu za interakciju medju učesnicima tokom treninga, sastanka, radionice, okruglog stola... Facilitator se fokusira na efektivnost procesa omogućavajući učesnicima da se usmere na sadržaj i na mogućnost da ostvare ono što je planirano za skup na kojem se nalaze. Facilitator naglašava da grupa poseduje znanje i da je on/ona tu da im pomogne. On je neutralan u odnosu na temu o kojoj se diskutuje i ne izražava sopstveno mišljenje. On ostavlja grupi odlučivanje. Do toga dolazi tako što sluša prisutne, vešto ih vodi uspostavljajući zajedničke procedure. Bitno je da prepoznaje osećanja i vodi računa da se dostojanstvo i integritet svakoga u grupi poštuje. Svoj rad zasniva na uverenju da je svako u grupi jednako vredan, ima svoje mišljenje i treba mu/njoj otvoriti mogućnost da ga iskaže. Počinje diskusiju sa otvorenim pitanjima ili izjavama; koristi otvorena, ispitivačka, preusmeravajuća pitanja; parafrazira, ohrabruje tihe učesnike/ce, kontroliše dominantne članove/ice na način adekvatan kulturi. Facilitator posebno vodi računa da se nosi sa teškim učesnicima ne dovodeći u pitanje njihovo samopoštovanje. Kada se tokom diskusije napravi napredak, sledi sumiranje kako bi se u grupi potvrdilo ono sto je neposredno pre toga postignuto. Najzad, na kraju skupa, facilitator »gura» diskusiju ka zatvaranju, sumira ili navodi učesnike/ce da sumiraju. Na kraju, pita učesnike/ce o vrednosti onoga što je uradjeno i završava događaj - zakazuje sledeći sastanak, vreme i mesto, ili sledeći korak. Zahvaljuje se učesnicima/ama na učešću i doprinosu.

Uloge trenera i facilitatora se razlikuju. Mi u priručniku govorimo o facilitaciji, jer je ona neodvojivi deo svake interaktivne obuke s obzirom na visok stepen učešća polaznika. Iako je trener u svakom procesu obuke delimično i u ulozi facilitatora, jasno se mogu razdvojiti ove dve funkcije, odnosno uloge koje se neprestano smenjuju. Opisali smo ulogu facilitatora i već možemo prepoznati osnovne razlike izmedju uloge facilitatora i trenera.

Trener uvodi nova znanja, ideje i veštine, facilitator pomaže grupi da procesira sopstvena znanja, ideje i veštine. Na primer, trener će upoznati učesnike o svim aspektima procenjivanja (nove ideje, informacije), a u ulozi facilitatora će pomoći da se o tim novim idejama diskutuje, da se iznesu sopstvena iskustva, da se porede različita rešenja, da se donese neka odluka ili zajednički reši problem. Trener vodi kroz seriju koraka, da bi plasirao nova znanja i podstakao proces učenja; facilitator to radi sa namerom da se postojeće znanje u grupi iskoristi. Tokom procesa učenja trener testira znanje, upravlja procesom učenja postavlja-

jući pitanja, podstiče da učesnici primene novoplasirane ideje, facilitator upravlja samo procesom koji treba da vodi ka uspostavljenom cilju i očekivanim ishodima, a ne plasira nova znanja. Na primer, govoreći o temi zbog koje su učesnici tu, trener izlaže, prezentuje daje zadatke učesnicima koje oni mogu rešavati u malim grupama, a kada predstavnici malih grupa izlažu ono do čega su došli, on podstiče međusobnu razmenu i zaokružuje postignuća, daje povratnu informaciju, objašnjava šta je moglo drugačije da se uradi. Facilitator parafrazira ono o čemu su pojedinci u grupi govorili, ono do čega je grupa došla i proverava da li je to nešto oko čega su se svi složili. Trener ocenjuje i analizira aktivnosti, tako što zajedno sa grupom procenjuje dostignuća rada, a facilitator sažima ono do čega se došlo i formuliše zaključke. U obema ulogama učesnici se ohrabruju da daju svoje doprinose i da budu maksimalno angažovani.

Iz navedenog se može zaključiti da je svakom treneru koji se koristi interaktivnim metodama u svom radu, odnosno, koji obuku zasniva na visokom stepenu participacije učesnika, neophodno umeće facilitacije kako bi sve učesnike aktivirao i podstakao međusobnu razmenu.

Obrazac korišćenja jezika

Obrazac korišćenja jezika u facilitaciji, koriste treneri uraličitim fazama toku prenošenja znanja. Sada govorimo, u prvom redu, o postavljanju pitanja, parafraziranju i sumiranju.

1. Postavljanje pitanja

• Otvorena pitanja: „Možete li mi dati neki primer za donošenje odluka konsenzusom?“

• Ispitivanje: „Hoćete li mi objasniti malo više o tome na koji način se elektronskom poštom može poslati dokument pisan u Word-u?“

• Usmeravanje ka drugom učesniku/ci: „Ima li neko neke druge ideje u vezi sa fazama u razvoju tima?“

• Ohrabrivanje drugih viđenja :“Ima li neko drugačije viđenje ove stvari?“

• Sumiranje: Da li bi neko sumirao tačke koje su prezentovane do sada?

2. Parafraziranje:

Parafraziranje počinje:
„Ono što sam čula da ste vi rekli je da se strateški plan može praviti i za period duži od pet godina. Da li sam dobro razumela?“

„Mislim da ste rekli da je za razumevanje postupka zapošljavanja potrebno da imamo na umu, ne samo iskustvo kandidata i formalnu stručnu spremu, već i neformalno obrazovanje koje je neko stekao. Da li sam u pravu?“

„Čini mi se da je vaše mišljenje da, ako zakon nije dobro jezički formulisan, može doći do loše interpretacije nekih članova. Da li sam dobro to formulisala?“

„Vaše mišljenje se razlikuje od Mininog u tome što vi mislite da jedino odličnim balansiranjem teorijskih znanja i praktične vežbe pojedinac može ovladati veštinama korišćenja računara. Da li sam dobro razumela?“

3. Sumiranje

Početne fraze za sumiranje:

Ako sam dobro razumela, vi se ovako osećate u vezi sa ovom situacijom.

Izgleda da postoje sledeće tačke gledišta u vezi sa ovom temom.
Čini mi se da je do sada prezentovano sledeće...

Mislim da se slažemo u sledećem: ono što želimo da kažemo jeste ...

„Teški“ učesnici/ce

U idealnim uslovima, svi članovi/ce grupe učestvuju podjednako u diskusiji. Međutim,

ovaj ideal se retko dešava u stvarnosti. Učesnici obuke se razlikuju u nivou uključenosti, zainteresovanosti, prethodnim znanjima, motivaciji za obuku, spremnosti na saradnju, poštovanju programa, nivou asertivnosti, želji za eksponiranjem... Zbog toga i govorimo o grupnoj dinamici koja se razlikuje sa svakom novom grupom, čak i onda kada se program edukacije, korišćene metode, nivo znaja za dve grupe potpuno isti. Izraz «težak» se koristi da označi člana/icu grupe koji, ili ne učestvuju ili njihovo ponašanje deluje ometajuće, odnosno kontrolišuće. Uloga facilitatora/ke, ali i trenera, jeste da ohrabri aktivno i jednako učešće, da drži pod kontrolom ometajuće ili kontrolišuće ponašanje, kako ono ne bi sprečilo grupu da izvrši zadatak.

Da bi ovaj važan posao mogao da se radi na zadovoljavajući način, neophodno je da onaj ko facilitira ili vodi trening dobro poznaje načine na koji se može ispoljavati ometajuće ponašanje, razloge zbog kojih najčešće do njih dolazi i kako da problem rešava. Dajemo nekoliko uputstava za facilitatore/ke da imaju na umu, ukoliko se sretnu sa teškim učesnicima/ama:

1. Imajte na umu cilj:

• Eliminisati ili umanjiti ponašanje, tako da ono ne nastavlja da ometa grupni proces ili da ne izoluje nekog od članova/ica od učestvovanja. Vaš cilj je da svi učestvuju i da iskoriste vreme namenjeno postizanju cilja koji je postavljen.

2. Uspostavite pravovremenu dijagnozu: dajte sebi vremena da razmislite o tome

• Razmislite kakvo je problematično ponašanje u pitanju i šta može biti razlog
Pratite grupnu dinamiku.

3. Sačekajte sa odgovorom/reakcijom

Kada ste ustanovili da neko od učesnika ometa proces koji teče, nemojte reagovati odmah. Dajte sebi vremena da pažljivo procenite situacjiu. Dajte vremena osobi da promeni svoje ponašanje. Dajte grupi vremena da sama kontroliše ponašanje. Najveći broj ljudi je tu zato što to žele, hoće da iskoriste vreme i sami će pokušati da reaguju. Sve je u redu, dok grupa uspostavlja red pozivajući teškog učesnika na saradnju bez grubosti i vredjanja. Sve je u redu, dok grupa uspostavlja red pozivajući teškog učesnika na saradnju, bez grubosti i vredjanja. Vodite računa da ona ne bude gruba i diskriminišuća; vi želite da se skup održi u najboljem redu i da se ostvari ono zbog čega ste tu.

4. Vodite brigu o svakome u grupi

Svako ima svoje potrebe i one treba da se poštuju. Nastojte da se ophodite prema učesnicima/ama u skladu sa njihovim potrebama. Održite samopoštovanje osobe koja je uzrok problema, tako što ćete intervenisati obzirno i na primeren način.

5. Preduzmite odgovarajuću akciju i nastavite o tome da se starate o (u?) grupnoj dinamici:

Pristupite rešavanju problema mirno. Odaberite najbolju moguću alternativu da biste umanjili ometanje, a istovremeno održavajte samopoštovanje svih u grupi. Samo tako ćete zadržati pažnju grupe. U protivnom, možete je okrenuti protiv sebe.

Još nekoliko saveta za rad sa grupom

Osnovna poruka ovog odeljka bi mogla biti: budite prirodni, neka svaki učesnik bude angažovan u svakom trenutku i zabavljajte se. Međutim, postoje hiljade malih saveta za rad sa grupom - neki od njih dolaze sami nakon mnogo prakse i oni mogu biti samo vaši. Slede oni koje vam mogu pomoći - pokušajte da ih savladate jedan po jedan.

• Stojte ispred grupe, nemojte sedeti – pogotovu na početku sesije. Biitno je da izgledate

opušteno, a u isto vreme da budete direktni i samopouzdani.

• Obratite pažnju na to, šta vam tela učesnika govore - kad primetite da neko zeva, idite napred, napravite pauzu, promenite ritam.

• Održavajte kontakt očima sa svima u grupi dok govorite. Nemojte da izgleda kao da favorizujete određene ljude u grupi.

• Krećite se prostorijom ne ometajući grupu. Izbegavajte brzo kretanje i obraćanje grupi sa mesta na kome vas ne mogu lako videti.

• Neka uvek učesnici sami razmišljaju, zaključuju - nikada nemojte vi njima govoriti ono što oni mogu reći vama.

• Teška pitanja - pre nego što bilo šta odgovorite, recite: "Ovo je jedno zaista interesantno pitanje." Recite da ćete se na njega vratiti tokom pauze za kafu ili ručak, postavite ga celoj grupi, recite da ne znate, ali da ćete naći odgovor.

• Izbegavajte da čitate naglas sa flipčarta ili grafoskopa - učesnici to mogu i sami - vaš zadatak je da rasvetlite problem, a ne da vežbate recitatorske sposobnosti.

• Pridržavajte se planiranog vremena, osim ako se niste drugačije dogovorili.

• Pazite da sve grupe ili pojedinci imaju jednak udeo, isto vreme za izlaganje, isti feedback (engl. feedback – fidbek, povratna informacija).

• Budite staloženi - ako grupa ili pojedinac znaju da se date zbuniti, neprestano će dirati u slabu tačku.

• Sumirajte glavne stvari, uobličite ono što dobijete od učesnika, vodite diskusiju u željenom pravcu, razmenjujte ideje, postavljajte pitanja i pomalo izazivajte (podstičući), koristite reči koje su upotrebili učesnici - budite model - ophodite se sa njima onako kako biste voleli da se oni ophode prema vama.

• Dajite jasna uputstva (napišite ih) i proverite da li su svi razumeli.

• Parafrazirajte ponavljajući izjave svojim rečima. Možete proveriti da li ste razumeli i eventualno redefinisati izjave.

• Sumirajte diskusiju. Uverite se da li su svi razumeli i nastavite u pravcu u kom želite. Vidite da li postoje određena neslaganja i ispišite zaključke.

• Pojačajte izjave koristeći se relevantnim sopstvenim iskustvom. Možete reći: «To me podsetilo na nešto što se desilo prošle godine...».

• Proverite da li male grupe ili parovi ili pojedinci rade vežbe kako treba.

• Ne izigravajte eksperta ili profesora - što se više izdižete, teži će biti vaš pad.

• Održavajte kontakt sa grupom - morate osetiti kada počinje neželjena situacija (kada grupa uzme nekog "na zub") i rešite problem što je pre moguće.

• Vi ste nadležni za razrešavanje konflikata i neprimerenog isticanja pojedinaca - ako smatrate za potrebno, dajte pauzu i porazgovarate sa tim osobama -zapamtite, vi imate ovlašćenje da zamolite dotične da izađu ili napuste seminar.

• Učešće pojedinaca možete kontrolisati tako što ćete im zahvaliti, pogledom ohrabriti ili obeshrabriti pojedine učesnike, izgovoriti njihova imena ili komunicirati sa njima na neverbalan način (okrenuti se drugoj osobi), pitati ima li "još neko nešto da doda". Uvek im pokažite da ih slušate.

... i upamtite važnu poruku nepoznatog autora: „Možda će zaboraviti ono što ste hteli da ih naučite, ali NIKADA neće zaboraviti kako ste ih tretirali."

Povratna informacija

Uvod

Specifična forma interpersonalne komunikacije je ono što zovemo povratnom informacijom, ili kako se često u literaturi sreće, fidbekom (engl. feedback). Ona je od izuzetne važnosti za uspešnu komunikaciju. Ovde ćemo se dodatno pozabaviti povratnom informacijom u funkciji obuke.

Fidbek je **reakcija** na datu informaciju ili ponašanje i zato ga i zovemo povratnom informacijom. Njime poručujemo kako smo shvatili drugu osobu, odnosno njeno ponašanje, kao i šta mislimo o tome. To je mehanizam za davanje informacija nekoj osobi (ili grupi) o tome kako ponašanje te osobe ili grupe utiče na nas.

U toku obuke, učesnici se veoma teško nose sa kritikom koja je usmerena na njihovo ponašanje ili izvedbu. Stoga su sposobnost davanja konstruktivne povratne informacije, kao i ohrabrivanje samorefleksije, ključne veštine u procesu učenja. Fidbek nije kritika, već sugestija i pomoć u učenju. Kada nešto radimo, potrebno nam je da znamo šta smo uradili dobro i kako možemo da budemo još bolji. Ukoliko kao trener ne kažete vašim učesnicima da je ono što rade dobro, oni neće biti u mogućnosti da prepoznaju kvalitet i da ponove to što je dobro. Mnogi odrasli se suočavaju sa problemom da prepoznaju kada nešto ne rade kako treba, da uoče kada su pogrešili ili da u potpunosti treba da rade stvari drugačije. Vrlo često se kriju iza odbrambenih izjava i ponašanja, izbegavaju suočavanje sa prošlim iskustvima i nerazumevanjem i na taj način blokiraju sopstveni napredak. Kao trener, stalno ćete biti u poziciji da vodite učesnike ka samorefleksiji i da dajete povratnu informaciju na licu mesta. Istovremeno, i sami učesnici će vam svojim komentarima, reakcijama, sugestijama, pitanjima i na drugi način davati povratnu informaciju o tome da li su vas razumeli, kako vaše ponašanje utiče na njih, da li su usvojili nova znanja i veštine, u kojoj meri su zadovoljni vama kao onome ko podučava. Svrha fidbeka je da učimo, da menjamo stvari, ako je potrebno i da razmišljamo o stvarima, razmenjujemo mišljenje, razgovaramo..... Konstruktivna povratna informacija povećava samospoznaju, nudi opcije i izbor i podstiče lični razvoj. Njena uloga u procesu obuke je višestruko značajna. Ona podiže samosvest, omogućava i treneru i učesniku bolji uvid u to kako ga drugi opažaju i na koji način deluje na ljude, putokaz je za promenu, osnažuje, motiviše, omogućava dobru komunikaciju, podstiče razmišljanje.

Povratna informacija se mora davati vrlo vešto i oprezno, u protivnom, ona nije korisna, a može postati i destruktivna. Umesto da daje primaocu korisne informacije i opcije kako da ih koristi da nešto novo nauči, ona kod primaoca stvara loš osećaj i on ne dobija ništa, ili tek malo na šta bi se mogao osloniti u daljem radu.

Vrste povratne informacije prema različitim kriterijumima

Mi vrlo često dajemo i primamo povratne informacije. Nekada se one daju svesno (klimanje glavom), a nekada nesvesno (zevanje, gledanje kroz prozor). Mogu se izraziti spontano (bravo, hvala, aplauz), ali i promišljeno („Da, to mi je mnogo pomoglo." ili „Zahvaljujući tome mnogo sam naučila/-o."). Vrlo često se povratna informacija izražava verbalno (izgovaramo rečenicu), odnosno neverbalno - na primer, kada aplaudiramo, ili kada se nagnemo ka nekome, jer nas je zainteresovalo ono što osoba govori. Svi ovi načini mogu biti kombinovani, tako da ponekad, dok rečima potvrdjujemo slaganje sa sagovornikom, istovremeno klimamo glavom.

Kao što smo već naglasili, svrha davanja povratne informacije je prvenstveno isticanje onoga što je bilo dobro ili što bi se moglo popraviti u radu saradnika, dodatno pojašnjavanje delova koji nisu dobro urađeni ili shvaćeni, ispravljanje grešaka, ohrabrivanje i podsticanje za buduće učenje i primenu naučenog. U ovom procesu je važno da osoba oseti da je nešto dobila, da ima korist od povratne informacije koju je dobila o tome šta je dobro, a šta bi trebalo da popravi.

Vodič za davanje povratne informacije:

• Povratna informacija treba da bude dobro pripremljena i planirana

• Prilikom pripreme i formulisanja treba biti vrlo obazriv i u najvećoj meri objektivan

•Daje se neposredno nakon dogadjaja koji je prethodio, jer je tada najsvežije sećanje na ono što se desilo, kao i osećanja vezana za to. (Osim u izuzetnim slučajevima kada procenimo da to osoba emocionalno ne bi mogla da podnese u tom momentu. Tada davanje fedbeka možemo odložiti za kasnije.)

• Povratna informacija počinje uvek sa pozitivnim, a nastavlja sa onim što treba promenti. Pozitivnim delom otvarate mogućnost da vas osoba čuje.

• Daje se samo u vezi sa stvarima koje osoba može da promeni. Ne možete davati nekom povratnu informaciju o nečijoj visini ili boji glasa. Na to niko ne može uticati.

• Daje se limitirani broj informacija, formulisan tako da one budu jasne i kratke.

• Kada sa pozitivnog dela koji ste saopštili treba da pređete na povratnu informaciju o tome šta osoba treba da promeni, koristiti svezu „i" umesto „ali", „medjutim", „mada", „samo"...

• Formulacija povratne informacije treba da bude specifična, konjkretna i odredjena, kako bi osoba znala šta su njene snage i na kojim slabostima bi trebalo da radi. Komentari kao što su „Super", „Bili ste sjajni", „Bio si loš", ne pomažu procesu učenja jer osoba ne zna šta je bilo super, sjajno ili loše.

•Povratna informacija se uvek odnosi na ponašanje, ne na osobu. To znači da rečenica ne treba da glasi: „Ti si bio loš", ili „Ti si bio odličan", već „Tvoj izgovor je odličan", „Struktura tvog predavanja je bila sjajna", „Bilo bi dobro da u predavanjima više koristiš primere". To je način da pomognete ljudima da steknu samouvid i razmišljanju. Vi im nudite ideje i predloge, oni će odabrati na čemu će raditi ubuduće.

• Uvek treba reći da je ono što govorite lični stav, a ne opšte mišljenje.

• Uvek proverite da li vas je osoba dobro razumela.

• Ako je ikako moguće, pratite efekte povratne informacije koju ste dali nekoj osobi.

Samorefleksija je ključna komponenta svake povratne informacije koja teži da ohrabri učenje. Tražeći od vaših učesnika da se kritički osvrnu na sopstveni rad, vi im u stvari ukazujete na njihovu odgovornost za učenje. Isto važi i za vas kao predavača, što znači da se i sami morate kritički osvrtati na sopstveni rad i uočavati kada stvari uradite dobro, ali i kada one zaslužuju da budu poboljšane. Međutim, većini odraslih je teško da vide, prihvate i priznaju u javnosti da njihov rad može i da se poboljša. Iako je dobro data povratna informacija korisna, nekada osoba kojoj je ona namenjana i saopštena, može reagovati burno. Važno je da i tada sačuvate svoj mir. Šta su vaše mogućnosti? Kada se neko konstruktivno suprotstavi, saslušajte tu osobu, budite otvoreni za dodatne informacije i budite spremni da promenite svoje mišljenje, ukoliko ima osnova za to. Takodje dajte osobi vreme da razmisli o vašim komentarima i vašim argumentima. I kada neko izgubi strpljenje, saslušajte ga bez raspravljanja, nastavite razgovor tek kada se osoba smiri.

Treba voditi računa i o najtišima, koji su ili se čine pasivnim i ne reaguju. Dajte im priliku da kažu ono što imaju, podstičite ih postavljanjem otvorenih pitanja.

Po završetku obuke, osvrnite se kritički na sopstvenu izvedbu, porazgovarajte sa kolegom, razmenite informacije o tome šta ste individualno i u timu uradili i da li ste dali sve od sebe (i da li ste dobili povratnu informacije koja tome ide u prilog) da vaši učesnici odu svojim kućama sa novim znanjima i veštinama. Biti trener/ica, znači stalno raditi samo-procenu i/ili primati informaciju od učesnika i kolega, i na osnovu toga se dalje razvijati.

Evaluacija (ocena uspešnosti)

Ocena upešnosti obuke je njen sastavni deo i važan elemenat razvoja. Ona je važna kako bismo dobili informaciju o tome u kojoj meri su ispunjeni ciljevi koji su postavljeni kada je obuka planirana. Ona omogućava da se vidi gde su potrebna poboljšanja ili promene kako bi trening bio uspešniji. Ocena uspešnosti se može smatrati sastavnim delom treninga. Postavljanje ciljeva i uspostavljanje metoda za merenje rezultata treba da budu osnovni deo planiranja obuke.

Jedan od modela koji možete da koristite je razvio Donald Kirkaptrik (1994). On sugeriše četiri nivoa ocene uspešnosti obuke:

1. Ocena reakcija – kako učesnici reaguju na obuku (trening) Na ovom nivou se meri trenutno zadovoljstvo učesnika.

2. Ocena znanja i veštine koje su učesnici dobili ili poboljšali tokom obuke. (Kirkpatrik sugeriše test sa učesnicima pre i posle obuke).

3. Ocena ponašanja – kako se naučeno primenjuje na poslu. Idelano bi bilo, prema Kirkpatriku, da se ocena napravi pre obuke i nakon određenog perioda posle obuke.

4. Ocena rezultata – kakav uticaj trening ima na organizaciju. Pri tome se misli na koristi od obuke u odnosu na troškove. Ovo je dosta teško utvrditi kao isključivi rezultat obuke. Zato se vrlo često citiraju Kirpatrikove reči: ”Budite zadovoljni sa onim što je očigledno, jer je dokaze obično nemoguće dobiti”.

U vezi sa tim treba napomenuti da je dobro ocenu uspešnosti obaviti u toku obuke, na kraju obuke i posle izvesnog vremena (1 mesec) kad se učesnik vrati na posao i ima priliku da primenjuje ono što je naučio.

Evaluacija se može raditi na svakom od nabrojanih nivoa. U Kirkpatrikovom modelu lakše je početi sa prvim nivoom i ići dalje do četvrtog, uz sve veće teškoće jasnog identifikovanja promena zasnovanih isključivo na znanjima dobijenim na treningu.

Kako treba evaluirati

Postoje brojni različiti metodi za evaluaciju kursa/treninga:

- upitnik;

- telefonski intervju;

- grupne diskusije;

- navođenje učesnika da se međusobno intervjuišu;

- dodavanje “palice” kad jedan učesnik kaže nešto o tome šta su naučili i onda predaje “palicu” sledećem učesniku i tako dalje;
- crteži o tome “šta se nalazi u mojoj torbi”;

- zidne novine gde svaki učesnik lepi cedulju na 2 parčeta flipčart papira “ono što mi se najviše dopalo na treningu”; “trening bi mogao da bude i bolji tako što bi ...” ;

- učesnici telima u obliku skulpture označavaju šta zajedno osećaju i tako iskazuju svoja osećanja prema treningu;

- crtež (linijski) na kojem učesnici precrtavaju linijom svaki predmet i dužinom linije

označavaju da li su potrebe učenja zadovoljene, da li su delimično zadovoljene ili da li su potpuno zadovoljene;

- razmena poklona (na listu papira) gde se od svakog učesnika traži da napiše ono što je naučio i što bi moglo da koristi drugima. Ti papiri se onda saviju i stave u šešir. Učesnici u grupama izvlače papiriće i razgovaraju o tom kako bi taj poklon mogao da se praktično primeni u njihovoj sredini za učenje;

- crteži koji prezentuju šta učesnici osećaju o kontekstu, sadržaju i procesu učenja tokom treninga;

- koristiti "trenutne situacije" kad učesnici iznose svoja osećanja kako se "trenutno, sada" osećaju u vezi treninga;

- "igra posledica' u kojoj svaki učesnik napiše sta je naučio i zatim to predaje sledećem učesniku. Svaki učesnik zatim iznosi daljnje sugestije o tome kako bi učesnik mogao na drugi način da koristi ono što je naučio itd. Ovi listovi se onda vraćaju prvom učesniku koji ih čita naglas kao osnov za diskusiju;

- dnevnici u kojima učesnici dopunjuju dnevnik učenja sa glavnim činjenicama koje su naučili i kako se one mogu primeniti u njihovom radu;

- planiranje akcije.

STANDARDNI EVALUACIJSKI LISTIĆ TOKOM YB OBUKE

Sledi standardni evaluacijski listić koji se koristi za ocenu uspešnosti obuke, kada se završi trening na određenu temu.

Evaluacioni list

Da li su ispunjeni ciljevi seminara?

- U potpunosti
- Delimično
- Nisu ispunjeni

Ocenite rad trenera:

1 – 2 – 3 – 4 – 5

Na seminaru mi se dopalo najviše?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

4. Šta je moglo da bude drugačije?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

5. Molimo Vas da napišete komentare, sugestije u vezi sa budućim seminarima

_____
_____
_____
_____
_____
_____

Hvala što ste popunili upitnik!

Odgovornosti YB trenera/ica pre, za vreme i posle obuke

Pre treninga

• Stalna i kontinuirana komunikacija sa koordinatorkom obuke, ostalim trenerima i nadležnim programskim osobljem Građanskih inicijativa

• Dizajn treninga podnet koordinatorki obuke za povratnu informaciju i odobrenje, najkasnije 14 dana pre početka obuke, a u skladu i sa postavljenim rokovima donatora

• Priprema trening materijala i power point prezentacija, i prvovremeno slanje na odobrenje koordinatorki buke (14 dana pre početka obuke)

• Priprema spisak neophodnih materijala, resursa i pribora i dostavlja pravovremeno Koordinatoru/ki Trening centra

• Donosi sa sobom na obuku USB sa svim ppt i materijalima

• Priprema pre i posle testove, ako su predvidjeni programom i odobreni od strane koordinatorke obuke

• Dolazak na obuku najmanje 60' pre treninga; vodi računa o trening sali, sredjuje je prema zahtevima obuke, proverava i postavlja opremu i sav pribor, kao i handouts.

• Sarađuje kontinuriano sa ko-trenerom u izradi dizajna i pripremi materijala

Za vreme treninga

• Visok kvalitet obuke i izvođenja, u skladu sa standardima Tima TRI:

- Uspostavlja dogovor o radu

- Uključuje sve učesnike/ce korišćenjem različitih tehnika

- Daje jasan uvod u ciljeve treninga i plan rada

- Uspešno prenosi znanja i veštine

• Distribucija materijala za trening

• Nadgleda učesnike/ce, prati njihov razvoj, obezbeđuje povratne informacije i daje sugestije za poboljšanja

• Vodi računa o spiskovima učesnika (da se popišu i informacija dostavi kancelariji GI)

• Distribucija i prikupljanje popunjenih evaluacijskih listića

Posle treninga

• Prekucava spiskove učesnika/ca u zadati format i prosleđuje koordinatorki obuke kancelariji GI

• Obrađuje podatke iz evaluacijskog izveštaja i priprema izveštaj sa treninga, prema zadatom formatu; dostavlja koordinatorki obuke na odobrenje

• Registruje slabosti i najuspešnije aspekte obuke

• Šalje naknando materijale učesnicima, po potrebi i na zahtev

• Sređuje salu nakon treninga - sklanja FC, baca višak papira, materijala, olovke i sl.) ptaviloje da se sala ostavlja u stanju u kom je zatečena.

• Vadi ideje iz evaluacijskih listića i uključuje ih u buduću obuku, kao i u redovne izveštaje (mesečne, kvartalne)

• Razmenjuje informacije i naučene lekcije sa programskim osobljem i ostalim trenerima uključenim u program

• Šalje karte ili račune radi refundacije troškova asistentu programa ili Koordinatorki centra

Program YouthBuild obuke

Ukupan broj dana obuke je 32. Satnica treninga je 09.00-15.00 h, sa dve pauze za kafu i jendom pauzom za ručak. Radi se od ponedeljka do četvrtka (4 radna dana u nedelji), dok petkom nema treninga. Za organizaciju i logistiku su odgovorni zaposleni u Trening centrima građanskih inicijativa, u Bujanovcu i Novom Pazaru. za rad sa učesnicima su dogovorni treneri/ce .

REDOSLED TEMA I BROJ DANA PO TEMI

TEME	BROJ DANA
Prva nedelja	
Lokalna zajednica, procena potreba lokalne zajednice	**4**
Druga nedelja	
Komunikacija, timski rad	**3**
Vulnerabilne grupe (OSI, rod i pol)	**1**
Treća nedelja	**2**
Stereotipi, predrasude i diskriminacija	**2**
Konflikt, Medijacija	
Četvrta nedelja	**2**
Građanska participacija	**1**
Omladinski aktivizam	**1**
Volonterizam	
Peta nedelja	**2**
Javno zastupanje	**2**
Javni nastup i PR	
Šesta nedelja	**2**
Omladinsko preduzetništvo	**1**
Prva šansa	**1**
Pisanje CV	
Sedma nedelja	**1**
Društvene mreže	**2**
Pisanje predloga projekta	
Tema prema odabiru polaznika	**2**
Osma nedelja	**2**
Tema prema odabiru polaznika	**32**
Tema prema odabiru polaznika	
TOTAL	

Slede opisi tema po danima, sa scenariom radionica kao i detaljnim instrukcijama za trenere/ice. skrećemo pažnju da se radi o okvirnom rasporedu po temama, te da treneri/ce budu fleksibilni i prilagođavaju sadržaj,strukturu i vežbe učesnicima.

TEMA JEDAN: LOKALNA ZAJEDNICA

DANI: 1 DO 4

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Biti upoznati sa osnovnim pravilima programa i rada u Trening centru

2. Proširiti znanja o važnosti aktivnog uključenja mladih u razvoj lokalne zajednice
3. Ovladati osnovnim tehnikama uključivanja zajednice
4. Biti podstaknuti na timski rad i saradnju

Vreme

15 sati (raspoređeno u 4 dana radionice)
Prikaz sesije

A. Lokalna zajednica 4 sata i 15 minuta

B. Sektori u zajednici 2 sata i 30 minuta

C. Ispitivanje potreba u lokalnoj zajednici 4 sata

D. Mobilizacija zajednice 4 sata i 15 minuta

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka
• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)
• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC
• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru
• Pred- test znanja o svim temama koje su obuhvaćene YB programom obuke
• Evaluacioni listić

Pisani materijali (handouts)

1A – Lokalna zajednica
1B – Ispitivanje potreba u lokalnoj zajednici

Prilog 1: Pred-test

Priprema

Pre početka sesije, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara i definicije predviđene programom, koristeći pritom po jedan list za svaku definiciju. Takođe, pripremite sav potrebni materijal za sva četiri dana i to:

- pred test za svakog učesnika/cu po primerak,

- ispisane definicije lokalne zajednice (videti 1A Lokalna zajednica) - potrebno za prvi dan

- iscrtati shemu sektora u zajednici (videti 1B Sektori u zajednici) - potrebno za drugi dan,

- ispisati na FC papiru potrebe i korake u ispitivanju potreba (videti 1C Ispitivanje potreba u Lokalnoj zajednici) - potrebno za treći dan

- ispisati inpute potrebne u okviru tema mobilizacija i mapiranja resursa, (videti 1D Mobilizacija zajednice) i

- evaluacioni listići – potrebno za četvrti dan

*** Trenerske beleške**

Definicije koje su date u HANDOUT-u 1A/1B/1C/1D su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi definicije iz drugih materijala.

A. Lokalna zajednica (4 sata i 20 minuta)

Korak 1 (30 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Lokalna zajednica. Predstavite se i zamolite učesnike da vam se predstave. Objasnite da će tokom četri dana radionice biti predstavljen plan rada na programu YB sa pravima i obavezama učesnika u njemu, takođe im recite da će kroz sva četiri dana naučiti koji su ključni elementi lokalne zajednice i akteri, koje potrebe svaka zajednica ima i kako na osnovu ispitanih potreba možemo doprineti razvoju lokalne zajednice, a samim tim i kvalitetu života građana u lokalnoj zajednici.

Prođite kroz program četvorodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrđenim ciljevima. Pitajte učesnike/ce da li su im ciljevi razumljivi kako im se čine ciljevi, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju seminara

Korak 2 (30 minuta)

Nakon predstavljanja, zamolite učesnike da popune test znanja koji ste pripremili (1.Vežba – Pred test). Racite učesnicima/ama da ovaj test predstavlja za vas pravac kretanja tokom rada u učionici, i da će na kraju programa obuke popuniti još jednom isti test kako biste izmerili uspešnost vašeg rada sa njima, odnosno da bi procenili da li je povećan nivo znanja i informisanosti. Naglasite da je test anoniman.

Korak 3 (10 minuta)

U dogovoru sa učesnicima izlistajte pravila rada (dolazimo na vreme, aktivni smo, slušamo se, nema pušenja, isključujemo mobilne telefone...) , zapišite ih na FC papiru i zalepite na zid kako biste se mogli na njih pozivati u toku rada. Nakon izlistavanja pravila, podelite učesnicima/ama stikere i zamolite ih da ispišu njihova očekivanja za ovaj četvorodnevni seminar, te da stikere zalepe na FC. Nakon što su svi učesnici/e napisali svoja očekivanja, trener/ica ih grupiše i razvrstava po sličnosti, pročita učesnicima sadržaj svih stikera, i na kraju sumira.. Povežite izlistana očekivanja sa postavljenim ciljevima i skrenite pažnju šta će se realno ostvariti (ukoliko se pojave nerealna očekivanja).

Korak 4 (90 sata)

Prezentujte učesnicima/ama šta ih sve očekuje u okviru YB programa, koje su njihove obaveze i prava. Prezentujte im pravila ponašanja u okviru Trening centra i, rada u zajednici. Zatim im prezentujte kriterijume na osnovu kojih će se pratiti njihov napredak na programu. Takođe im objasnite svrhu postojanja indeksa, prezentujte im radno vreme u Trening centru, jasno im kažite kada i kako komuniciraju sa koordinatorima Građanskih inicijativa, gde i kako dobijaju obaveštenja, a gde mogu uložiti svoje žalbe i konstruktivna pitanja. Nakon što završite sa prezentacijom, otvorite diskusiju u kojoj ćete dati priliku da vas učesnici/e programa pitaju, daju svoje sugestije, predloge ili pak pitaju da im se nešto dodatno obrazloži. Tokom ovog dela sesije, prisutni su i predstavnici Građanskih inicijativa koji rade u Trening centru kako bi odgovorili na sva pitanja iz nadležnosti same kancelarije.

Korak 5 (5 minuta)

Za početak, vodite učesnike/ce kroz moždanu oluju reči koje ih asociraju na lokalnu zajednicu. Da biste opustili grupu, trener/ica može jednostavno da prošeta po sobi i pita svaku osobu da kaže jednu reč koja joj pada na pamet kada pomisli na lokalnu zajednicu.

Beležite ove reči na flipčart, vodeći računa da ispišete sve reči. Ponavljanje uopšte nije

problem: jednostavno označite simbolom ✓ pored izraza koji se ponavljaju. Flipčart koji sledi pokazuje odgovore do kojih su učesnici došli na nedavnoj sesiji. Ono što treba voditi računa je da se prilikom ispisivanja koriste dve boje flomastera kako bi bilo preglednije i kasnije lakše za sumiranje. U nastavku vam dajemo primer kako izgleda FC papir nakon moždane oluje.

Reči koje asociraju na lokalnu zajednicu (primeri odgovora)	
teritorija	**ljudi**
senzibilisati	**opština**

Korak 6 (20 minuta)

Nakon što grupa generiše dugačku listu pojmova koji asociraju na lokalnu zajednicu, podelite sa njima nekoliko definicija koje su razvile različite organizacije i mreže, kao i koji su to ključni elementi koji čine jednu zajednicu. Otkrite vašu definicije koje ste ispisali sa HANDOUTa 1A (ili ste ih sami pripremili). Pročitajte glasno svaku definiciju

Lokalna zajednica je teritorijalna jedinica na kojoj žive ljudi, koji imaju različite potrebe koje ostvaruju kroz različite aktivnosti.

Primeri definicija na flipčartu:

Određeno geografsko područje na kome žive ljudi, različite starosne dobi, pola, obrazovanja, socijalnog, nacionalnog i verskog statusa ili nekog drugog ličnog obeležja.

Pokrenimo zajednice, Trag Fondacija

Elementi zajednice

- geografske granice zajednice,
- istorijat,
- demografska obeležja ,
- ključni ljudi i lideri,
- kultura i tradicija,
- organizacije/institucije i njihove funkcije, ekonomske odlike/stanje,
- problemi u zajednici,
- nivo aktivizma u zajednici

Korak 7 (15 minuta)

Nakon što ste otkrili i obradili sve definicije, pitajte učesnike/ce da potraže i identifikuju u ispisanim definicijama pojmove koji su se pojavili u inicijalnoj moždanoj oluji. Možete koristiti neki jarki marker da zaokružite koncepte pojmove do kojih su učesnici sami došli. U sumiranju, naglasite ključne reči, a to su ljudi, teritorija (prostor), potrebe, aktivizam - prema potrebi dodati na FC papir ukoliko učesnici nisu asocirali. Dati i objašnjenje zašto su to ključne reči za ovu temu.

Korak 8 (60 minuta)

Kako bi grupa prošla iskustveno kroz to šta čini lokalnu zajednicu, trener/ica najavljuje vežbu. Učesnici se dele u 3 grupe (ukoliko ima učesnika iz više opština onda ih podeliti po tom osnovu). Svaka grupa dobija zadatak da pripremi prezentaciju svoje opštine/grada i to po sledećim uputstvima: vi ste predstavnici vaše lokalne zajednice. Odabrani ste da vašu lokalnu zajednicu predstavite na međunarodnom sajmu turizma. Pokušajte da napravite prezentaciju najbolje što možete, trudeći se da prezentujete sve potencijale, prirodne resurse, ljude i običaje. Nakon što ste učesnicima dali jasne upute, dajte im 30 minuta da pripreme svoju prezentaciju. Nakon toga ih zamolite da izaberu svog glasnogovornika koji će, nakon grupnog rada, prezentovati produkt koji je nastao u okviru grupnog rada. Vreme za svaku prezentaciju je 5 minuta. Nakon svih izlaganja, trener/ica sumira: da je za prikaz lokalne zajednice poželjno pratiti strukturu, odnosno obuhvatiti više elemenata i pokazati elemente na FC (podsećajući učesnike/ce da će sav materijal dobiti na kraju seminara).

Na kraju trener/ica sumira ceo dan rada.

B. Sektori u zajednici (2 sata i 20 minuta)

Korak 1 (20 minuta)

Nakon što je grupa prezentovala svoje produkte rada iz prethodne sesije, pitajte učesnike/ce da li znaju (možda) šta su sektori i koje sve sektore poznaju u zajednici. Trener/ica zapisuje na FC papiru i od ispisanih reči formira shemu sektora. I zatim daje kraći input o svakom sektoru i načinu na koji su oni povezani (videti 1B sektori u zajednici).

Korak 2 (1 sat i 40 minuta)
Nakon što ste dali input učesnicima/ama, podelite ih u tri grupe. Svaka grupa predstavlja jedan od sektora. Svaka grupa dobija zadatak da u okviru sektora koji su dobili opišu šta koji sektor radi. Za ovu vežbu im dajete 30 minuta. Po završetku vežbe, pozovete učesnike/ce da predstave jedni drugima svoje produkte. Za prezentaciju imaju 3 do 5 minuta. Trener/ica sumira nakon prezentacije i ističe da su sva tri sektora jednako važna za život u zajednici. Posle prezentacija učesnici se vraćaju u iste grupe sa zadatkom da izlistaju na FC papiru ko su akteri njihovog sektora i njihove obaveze po sektorima, sa naglaskom da će im ove liste pomoći prilikom budućeg rada na terenu u okviru Programa. Za ovu vežbu je dovoljno 30 minuta, nakon čega prezentuju svoje liste (po prezentaciji ne više od 5-7 min), koje ostavljaju u učionici kao podsetnik za terenski rad.

Korak 3 (20 minuta)

Nakon prezentacija, trener/ica sumira značaj sektora i aktera, naglašavajući da postoji veliki broj aktera, da su svi oni značajni za život zajednice zbog čega je važno da svaki građani poznaje dobro aktere i njihove uloge kao i međusobnu povezanost . Posebno je važno istaći ulogu gradjana u svemu tome, jer su sami građani najvažniji budući da se nalaze u sva 3 sektora.

C. Ispitivanje potreba u lokalnoj zajednici (5 sati 20 minuta)

Korak 1 (25 minuta)

Ovu sesiju trener/ica započinje kroz interakciju pitajući učesnike/ce šta podrazumevaju pod ispitivanjem potreba, i šta misle zašto se radi ispitivanje potreba. Nakon kraće diskusije trener/ica kaže da plan ispitivanja potreba treba da odgovori na nekoliko pitanja: KOGA, ŠTA, KAKO, KADA treba da saznamo pre samog ispitivanja. Pored pitanja trener/ica objašnjava koje sve tehnike se mogu koristiti kod ispitivanja potreba Trener/ica daje

primer, prolazeći kroz pitanja, radi boljeg razumevanja pitanja i teme ispitivanja potreba

Korak 2 (60 minuta)

Trener/ica uvodi učesnike/ce u sledeću sesiju, tako što će podeliti učesnike/ce u tri grupe, od kojih svaka grupa bira po jednog aktera sektora koga dobro poznaje, a kome su mladi ciljna grupa sa zadatkom da urade mini plan kako bi ispitali potrebe u vezi nekog problema mladih. Za ovu vežbu imaju 30 minuta i 10 minuta za prezentaciju urađenog.

Korak 3 (60 minuta)

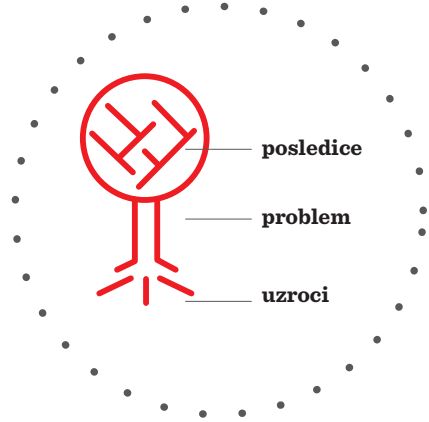
Nakon što su učesnici/e prezentovali mini plan za ispitivanje potreba, trener/ica daje zadatak da svaka grupa razvija anketni list koji će im služiti kao vodilja prilikom vođenja intervjua, sa napomenom da anketni list nema više od 10 pitanja. U simulaciji učestvuju i treneri, kao ispitanici. Svaka grupa bira izmedju sebe osobu koja će voditi intervju sa trenerom koji je u ulozi aktera. U vežbi sve tri grupe imaju simulaciju. Za pripremu anketnog listića je predviđeno 30 minuta, a za simulaciju intervjua 15 minuta. Na kraju trener otvara kratku diskusiju kako su se osećali u vežbi, sumira vežbu i pohvaljuje izvodjenje simulacija. Naglašava se da će imati slične situacije kada budu radili u zajednici.

Korak 4 (1 sat i 15 minuta)

Sledi vežba u kojoj trener deli učesnike prema opštini/gradu iz koga dolaze. Svaka grupa dobija isti zadatak da na flipčart papiru, nabroji što više problema koji su prisutni u njihovoj zajednici. Za ovu vežbu grupe imaju 30 minuta, nakon čega učesnici prezentuju produkte (svaka grupa po 5 minuta). Nakon prezentacija, trener/ica daje kraći osvrt na ono što su učesnici/e izlistali i zaključuje da bez obzira iz koje opštine/grada dolazimo svi se suočavamo sa sličnim problemima.

Zatim učesnici/e dobijaju zadatak da unutar svojih grupa izaberu tri problema na koja mogu najviše uticati kroz građanski aktivizam, a koje će kasnije analizirati koristeći tehniku drvo problema. Za ovaj grupni rad dati učesnicima/ama još 30 minuta. Po isteku vremena trener/ica poziva učesnike da FC papire sa listama problema zalepe na zid i naprave galeriju.

Korak 5 (10 minuta)



Nakon što su učesnici/e odabrali po tri problema, trener/ica daje input o tehnici "drvo problema"(videti dodatak 1D Ispitivanje potreba u lokalnoj zajednici). Za ovaj input predviđeno je 10 minuta. Podeliti učesnicima jedan primer analize problema u cilju boljeg razumevanja primene tehnike. Pitati učesnike da li imaju pitanja i komentare.

Korak 6 (1 sat i 30 minuta)

Učesnike treba vratiti u grupe u okviru kojih su definisali probleme, da izaberu jedan problem na koji će primeniti tehniku "drvo problema", koja će im ujedno pomoći da bolje sagledaju problem, odnosno uzroke i posledice problema. Za ovu vežbu predviđeno je 50 minuta. Nakon grupnog rada učesnici prezentuju svoje produkte. Za prezentaciju je predvi-

đeno ukupno 30 minuta. Nakon prezentacija, trener/ica izvodi zaključak da bez obzira koliko nam se u prvom momentu problem koji smo identifikovali činio nedovoljno poznatim, primenom tehnike i analizom dolazimo do boljeg sagledavanja problema.

D. Mobilizacija zajednice (3 sata i 30 minuta)

U ovoj sesiji učesnici će imati prilike da sagledaju aspekte mobilizacije zajednice i njene važnosti u procesu uključivanja građana u život zajednice.

Korak 1 (15 minuta)

Prvi korak namenjen je davanju inputa na temu mobilizacija zajednice. Objasnite učesnicima/ama šta je mobilizacija, zašto je važno da se osnažimo i javno govorimo o problemima koji nas muče u zajednici, ali i da pomenemo i uporedimo sa sličnim konceptima kao što su javno zastupanje, informativne kampanje i sl.). Trener/ica traži primere od učesnika za ove koncepte rada, trener i sam daje primere iz okruženja radi boljeg razumevanja pojmova. Za ovaj input predviđeno je 15 minuta.

Korak 2 (20 minuta)

U nastavku rada, kroz oluju ideja i grupnu diskusiju, uvodite učesnike/ce u razgovor o važnosti uključenosti građana u zajednici, o tome kakva je dobit za zajednicu, organizacije, udruženja i nas koji smo sastavni deo zajednice. Zatim trener/ica otvara diskusiju o načinima na koje sve možemo da se uključimo i postanemo aktivni član zajednice u kojoj živimo i koja ponašanja se smatraju aktivnim uključivanjem. Trener na FC zapisuje načine uključivanja gradjana i taj papir je osnova kod sumiranja. Za ovu interakciju predviđeno je 20 minuta.

Korak 3 (10 minuta)

Trener/ica započinje uvodnim inputom o informisanju građana i zajednice, koje je ključno ukoliko želimo, kao akteri lokalne zajednice, da se uključimo i postanemo njeni aktivni činioci. Ovde takođe treba navesti na koji sve način se možemo informisati u lokalnoj zajednici i kako mi možemo informisati zajednicu. Trener/ica pita učesnike o tome koje načine informisanja građana poznaju i zapisuje na FC (lokalni mediji, internet ulične akcije, intervju, ankete, kampanje od vrata do vrata...). Potrebno vreme: 10 minuta.

Korak 4 (30 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu, Učesnike/ci se dele u 4 male grupe. ,Imaju 15 minuta da napišu na koji način se sve mogu uključiti u život svoje zajednice. Pri tome, potrebno je i da navedu razlog zbog čega su odabrali taj način da se uključuju. Navesti primer da je jedna vrsta uključivanja i YB program, koji će ih osnažiti kroz novostečena znanja i veštine da postanu aktivni građani i građanke. Po povratku iz malih grupa, učesnici prezentuju 10 minuta. Trener/ica sumira tako što napominje da uključenosti građana/ki bitna za kvalitetan život i razvoj zajednice. Za sumiranje trener/ica ima 5 minuta.

Korak 5 (10 minuta)

Trener/ica nakon prezentacija, daju desetominutni input (videti handout 1D) o mapiranju resursa i o ulozi koju resursi imaju u razvoju zajednice. Trener/ica naglašava važnost poznavanja i korišćenja lokalnih resursa.

Korak 6 (50 minuta)

Nakon inputa trener/ica dele učesnike u grupe prema opštinama/gradovima iz kojih dolaze i daje zadatak da mapiraju sve lokalne resurse (prirodne, ekonomske, ljudske) svojih

zajednica uz napomenu da budu što detaljniji jer će im to biti osnova za njihov dalji rad u lokalnoj zajednici. Za ovu vežbu učesnici imaju 30 minuta i 20 minuta za prezentaciju. Radi bolje preglednosti, učesnici mogu za ovu vežbu podeliti FC papir na tri dela i upisivati resurse.

Korak 7 (60 minuta)

Nakon što su učesnici nabrojali sve načine da se uključe u život svoje zajednice i mapirali resurse zajednice, učesnike/ce treba vratiti na probleme kako bi ih povezali sa resursima koje su u predhodnom koraku izlistali, a u cilju rešavanja problema. Za ovaj korak predviđeno je 30 minuta za rad u grupama, 20 minuta za sve prezentacije i 10 minuta za sumiranje trenera/ica.

Korak 8 (15 minuta)

Na kraju seminara, trener sumira rad uz naglašavanje ključnih tački učenja (uključivanje mladih u razvoj lokalne zajednice, biti aktivan i informisan.) Potom podeliti evaluacione listove radi ocene seminara i zahvaliti se na učestvovanju.

Handout 1A

ŠTA JE LOKALNA ZAJEDNICA?[4]

Lokalna zajednica je dinamička celina čiji okvir čine određena, relativno manja teritorija, ljudi koji na toj teritoriji žive, njihove potrebe i aktivnosti na zadovoljavanju tih potreba. Često se lokalna zajednica koristi kao sinonim za opštinu, ali ovim pojmom je opravdano označiti i mesnu zajednicu, naselje ili samo određeni kvart.

U lokalnoj zajednici se dešavaju ili odražavaju različite društvene promene koje stvaraju nove mogućnosti i izazove – globalizacija, tranzicija, zaokret od industrijskog društva ka društvu usluga i znanja. To uslovljava rađanje novih potreba, kao što su potreba da lokalna zajednica kreira raznovrsne socijalne veze i potreba da se ostvari osnaživanje pojedinaca kroz kolektivne napore za ostvarivanjem ljudskih i građanskih prava. Koncept osnaživanja na nivou lokalne zajednice, označava sklopove i procese kojima obični ljudi stiču pristup različitim resursima na nivou zajednice i tako postižu veću društvenu moć.

Osam ključnih profila lokalne zajednice

- Teritorijalni profil
- Demografski profil
- Ekonomski profil
- Profil usluga
- Institucionalni profil
- Antropološki profil
- Psihološki profil
- Profil budućnosti

Teritorijalni profil:

- granice
- geografske karakteristike (planine, reke)
- klima
- prirodni resursi
- saobraćajne veze
- oblasti od istorijskog ili umetničkog značaja
- prirodni rezervati/nacionalni parkovi
- zagađene oblasti

Demografski profil:

- ukupan broj stanovnika/ca
- broj stanovnika/ca prema različitim kriterijumima (pol, starost, obrazovni nivo, socioekonomski status, veličina porodice, domicilni, izbegli, prognani, raseljeni...)

[4]Pripremljeno prema, Francescato, D. (2004): Mobilizing Community Resources, Community Analysis and Net Working. Universita di Roma "La Sapienza", Roma, Italia i Tennyson, R. (1998): Managing Partnerships. The Prince of Wales Business Leaders Forum. London, UK.

Ekonomski profil:

- primarni sektor: poljoprivreda, lov, ribolov
- sekundarni sektor: industrija, infrastrukturne delatnosti
- tercijarni sektor: trgovina, saobraćaj, telekomunikacije, javna administracija
- stopa nezaposlenosti prema polu, starosti
- rad »na crno«
- bezbednost na poslu

Profil usluga:

- zdravstvo
- socijalna zaštita
- ekološka zaštita
- obrazovanje
- kultura, sport i rekereacija

Institucionalni profil:

- struktura opštinske vlasti (predsednik opštine, zamenik predsednika opštine, opštinsko veće, skupština opštine)
- policija – SUP i policijske stanice
- sudovi i druge pravosudne institucije
- verske institucije

Antropološki profil:

- istorija lokalne zajednice
- posebni događaji
- vrednosti, običaji, rituali, stavovi
- glavni problemi zajednice
- lokalne proslave, festivali, vašari

Psihološki profil:

- osećaj pripadnosti
- zadovoljstvo kvalitetom života u zajednici
- obim opažene socijalne podrške
- stilovi suočavanja sa problemima
- nivoi osnaživanja

Profil budućnosti:

- stavovi i očekivanja od budućnosti lokalne zajednice
- uticaj masovnih medija na stavove ljudi prema budućnosti zajednice

Odgovorni i održivi lokalni razvoj

U savremenom svetu, ključnu ulogu imaju humanocentrične razvojne strategije, koje naglašavaju aktivnu participaciju ljudi na bazičnom nivou lokalne zajednice.
Održivi i odgovorni razvoj lokalne zajednice stvara uslove za:
• ekonomski i socijalni napredak određene zajednice;
• ispoljavanje građanske participacije;
• orijentaciju na potrebe;
• pouzdanje u sopstvene snage;
• podizanje nivoa svesti;
• razvojni pristup »od dna ka vrhu« i
• osnaživanje zajednice.

Centralne tačke ovog pristupa su integracija i održivost.

Održivi i odgovorni razvoj se zasniva na pretpostavci da razvoj počinje na bazičnom nivou zajednice i da ljudi mogu da iskoriste inicijative, kreativnost i energiju da bi unapredili sopstvene živote, koristeći demokratske procese i volonterske napore.

U idealnoj situaciji, članovi zajednice se organizuju na demokratski način, da bi:

• definisali svoje potrebe, probleme i dileme;
• razvili planove i strategije kako da odgovore na te potrebe;
• primenili te planove uz maksimalno učešće zajednice u postizanju opšte koristi.

Zašto je značajna participacija građana u lokalnoj zajednici?

• Obezbeđuje delotvorna sredstva za mobilisanje lokalnih resursa i organizovanje i udruživanje energije, mudrosti i kreativnosti ljudi u funkciji različitih razvojnih aktivnosti.
• Omogućava dobru identifikaciju potreba zajednice i pomaže da se razvojne aktivnosti uobliče prema tim potrebama.
• Obezbeđuje legitimitet projektu ili aktivnosti, promoviše posvećenost ljudi njegovoj primeni i obezbeđuje održivost.

Mreže saradnje na lokalnom nivou

Mreža ukazuje na celokupne relacije između pojedinaca, organizacija i socijalnih sistema.

Povezujući socijalni kapital je relacioni resurs (ili resurs na nivou relacija između ljudi i organizacija) kome članovi/ice mreže saradnje mogu da pristupe kako bi dobili različite forme međusobne podrške (informativnu, edukativnu, instrumentalnu, emocionalnu i sl.).

Interakcija u lokalnoj mreži je fokusirana na odnose između pojedinaca i organizacija u zajednici koji promovišu socijalne relacije i olakšavaju kolektivne akcije i osećaj pripadnosti zajednici. Često se govori o premošćujućem socijalnom kapitalu, kao faktoru veze između različitih svetova i stvaranju mogućnosti za sastanke i razmenu iskustava između pojedinaca i organizacija sa različitim ciljevima i istorijom.

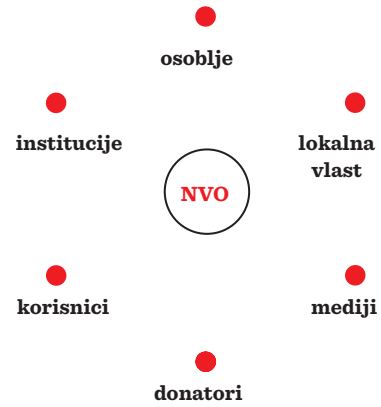
Handout 1B

ISPITIVANJE POTREBA

Ispitivanje potreba je jedan od kritičnih stadijuma u procesu razvoja projekta. *Sistematsko ispitivanje potreba je proces kojim saznajemo potrebe/interese ljudi i na osnovu kojih pravimo strateški plan organizacije.* Pod potrebama pretpostavljamo želje, težnje i interesovanja udi. U literaturi, ispitivanje potreba smatraju procesom identifikovanja i merenja razlike između stanja "koje je sad" i stanja "koje bi trebalo biti", određivanja prioriteta među tim razlikama i određivanja načina prevazilaženja razlika i približavanja tih dvaju stanja. Razvojni projekti zahtevaju tačne, precizne i korisne informacije koje odražavaju potrebe specifične zajednice. Planiranje i implementacija ne bi trebalo da budu zasnovani samo na pretpostavkama, nagadjanjima, pogledima eksperata ili mišljenjima lidera, koja su vođena razmišljanjem "ovo je prava stvar koju treba uraditi". Potrebe treba da se izrode direktno iz ideja artikulisanih od strane reprezentativne grupe ciljne populacije i ostalih bitnih zainteresovanih grupa u zajednici. Nevladine organizacije nastaju iz potrebe da ljudi nešto promene, ali ni jedno okruženje nije statično, i potrebe se stalno menjaju. Zato se potrebe moraju stalno procenjivati da bi se na njih adekvatno odgovorilo/reagovalo.

Čije potrebe ispitujemo?

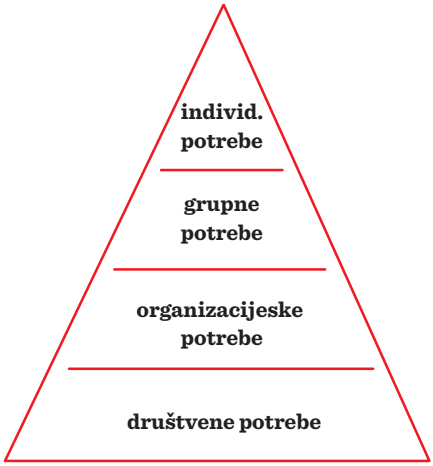
Svaka nevladina organizacija ima u svom okruženju grupe koje su važne za njen rad i one nisu iste za svaku organizaciju, ali postoje neke koje su zajedničke za sve. Svaka NVO ima neke potrebe/interese u odnosu na te grupe, i svaka od tih grupa ima potrebe/interese u odnosu na NVO. Zato te grupe označavamo zajedničkim imenom *zainteresovane grupe*. Svaka NVO mora identifikovati zainteresovane grupe u odnosu na svoj rad (NVO koja se bavi ljudskim pravima i NVO koja se bavi pitanjem nasilja nad ženama nemaju iste zainteresovane grupe).



Ispitivanje potreba koje se sprovodi uz učešće ciljne populacije osnažuje posvećenost zajednice i njen entuzijazam u vezi samog projekta. Pored izvora za ideje projekata, istovremeno se prikupljaju i podaci za razvoj pokazatelja za evaluaciju. Iznad svega, ispitivanje potreba pomaže razvoju osećaja vlasništva zajednice nad projektom.

Kakve potrebe postoje?

Postoje različiti nivoi potreba koje treba da imamo u vidu pri procesu ispitivanja potreba.



• individualne potrebe – potrebe svakog ljudskog bića

• potrebe grupe - kao što su na primer izbeglice koji kao grupa imaju različite potrebe u odnosu na domicilno stanovništvo.

• organizacijske potrebe: to označava recimo potrebe NVO u odnosu na okolinu

• društvene potrebe - npr. potreba za pravnom državom.

Sve ove nivoe treba imati u vidu pri procenjivanju potreba određene zainteresovane grupe.

Proces ispitivanja potreba

Postoji 5 ključnih pitanja koje postavljamo pri planiranju ispitivanja potreba:

1. Od koga želimo da saznamo? (odredjivanje interesne grupe)
2. Šta želimo da saznamo? (identifikovanje stvari koje želimo da saznamao)
3. Kako ćemo saznati? (odredjivanje prikladne metode)
4. Kada ćemo saznati? (vremensko odredjenje)
5. Šta treba da saznamo pre samog ispitivanja? (podaci koji su neophodni za ispitivanje potreba - recimo spisak korisnika, ili adrese i telefone ljudi iz medija...)

Metode i tehnike ispitivanja potreba

Čak i ako postoje mnoge kategorije onih koji definišu potrebe, nosioci potreba sami po sebi su najkvalifikovanija grupa za identifikovanje svojih potreba. Postoje nivoi na kojima nosioci potreba ne mogu identifikovati svoje realne potrebe, upravo kao što potrebe pacijenta može najbolje identifikovati lekar, a ne pacijent sam. U takvim slučajevima je veoma važno mišljenje stručnjaka. Postoji mnogo tehnika ispitivanja potreba, počev od vrlo neformalnih do onih koje su formalne i usko specijalizovane.

1. Ankete
2. Posmatranje
3. Upitnici
4. Slušanje ljudi
5. Učestvovanje na sastancima organizacija
6. Dobijanje mišljenja od organizacija
7. Sprovođenje ispitivanja među nosiocima vlasti
8. Intervjui – strukturisani i nestrukturisani
9. Zahtevi od zajednice, peticije, itd.
10. Dobijanje mišljenja od stručnjaka
11. Zapisi, izveštaji i studije o temama koje postoje u zajednici

Prilagođenost metoda

Za koju god metodu da se odlučimo, važno je da ona bude prilagođena zainteresovanoj grupi. Ukoliko radimo sa nepismenim korisnicima, nema smisla da sastavljamo upitnik na šest strana. Posebno je važno prilagoditi metode ispitivanja potreba marginalizovanih ili "ranjivih" grupa. Osoba koja direktno kontaktira sa njima mora biti senzibilisana za problem. Ako su korisnice

žene koje su preživele nasilje, osoba koja ispituje potrebe ne bi trebalo da bude muškarac. Ako se radi o osobama sa invaliditetom, osoba koja ispituje potrebe mora znati dovoljno i biti obučena za to pitanje.

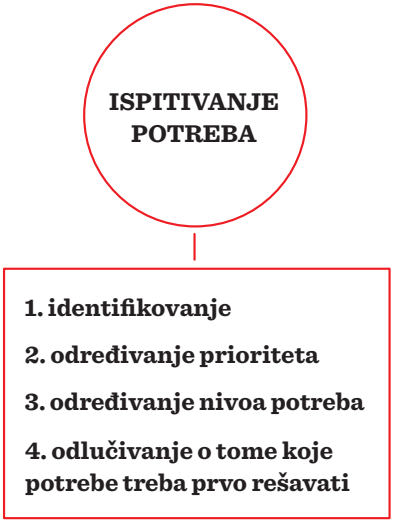
Sistematsko ispitivanje potreba se sastoji iz sledećih koraka:

1. identifikovanje potreba

2. određivanje prioriteta među potrebama

3. određivanje nivoa potreba

4. razmatranje koje bi se potrebe mogle prioritetno rešavati



• Razvoj projekta treba da bude zasnovan na potrebama zajednice i urađen uz učešće građana

• Ciljevi i planovi donatora ili vladinih agencija koje obezbeđuju sredstva mogu se razlikovati od potreba korisnika i zajednice

• Određivanje nivoa potreba je ključno za promovisanje legitimnosti projekta u zajednici

ANALIZA ZAINTERESOVANIH GRUPA

U okruženju svake nevladine organizacije mogu se izdvojiti određeni pojedinci/ke, grupe, ili institucije koje su od posebne važnosti za rad organizacije.

Pod zainteresovanom grupom podrazumevamo pojedince, grupe ljudi ili institucije/organizacije koje mogu uticati na rad organizacije i na koju rad organizacije može uticati.

Svaka NVO ima neke potrebe u odnosu na sve te grupe i svaka od tih grupa ima potrebe u odnosu na NVO, odnosno zainteresovane su za neki aspekt rada nevladine organizacije. Zato te grupe označavamo zajedničkim imenom zainteresovane grupe. Prvi korak u strateškom planiranju jeste analiza zainteresovanih grupa. Ova analiza se može obaviti u nekoliko koraka, a to su:

1) identifikovanje značajnih zainteresovanih grupa važnih za vašu organizaciju
Identifikovanjem zainteresovanih grupa, vaše okruženje dobija određeni oblik, te umesto da pokušavate da se bavite njime kao celinom, što je praktično nemoguće, možete se baviti određenim grupama.

2) rangiranje zainteresovanih grupa prema važnosti za vašu organizaciju
Pošto sve zainteresovane grupe nisu podjednako važne, sledeći korak jeste definisanje koliko je svaka od njih važna za vašu organizaciju. Svakoj nevladinoj organizaciji je na prvom mestu korisnička grupa, jer je to zapravo grupa zbog koje organizacija postoji.

3) određivanje kriterijuma na osnovu kojih vas određena zainteresovana grupa procenjuje
Svaka organizacija izlistava kriterijume za svaku važnu zainteresovanu grupu posebno.

4) Procena u kojoj meri vaša organizacija zadovoljava te kriterijume.
Tu se ne mora ići preterano u detalje. Dovoljno je da procenite sa okvirnom skalom (ne zadovoljava, zadovoljava, dosta zadovoljava, odlično) ili skalom od 1-5.

Ova vrsta procene se radi tako što svako od uključenih pokušava da objektivno oceni koliko organizacija zadovoljava određeni kriterijum. Sabiranjem tih ocena i pravljenjem preseka dobija se zbirna odnosno zajednička ocena.

Šta dobijate na ovaj način?

Prvo, jasna je slika okruženja. Imate tačno definisane zainteresovane grupe kao i njihovu važnost za organizaciju, dakle znate na koje grupe morate obratiti pažnju. Drugo, ukoliko ste bili objektivni, imate prilično jasnu sliku o tome gde zadovoljavate, a gde ne, te koje su vaše jake i slabe tačke u odnosu sa vašim zainteresovanim grupama. To je prvi korak ka promeni, odnosno ka planu kako da popravite slabe tačke i kako da održite ono što je dobro.

Potrebno je da se ovakva analiza pravi s vremena na vreme, a svakako se mora napraviti kada pravite strateški plan.

ZAINTERESOVANA GRUPA:

1. Koje kriterijume koristi ova zainteresovana grupa u proceni našeg učinka?

	Kriterijumi	Ocena
1)		
2)		
3)		
4)		

2. Šta bi trebalo da uradimo da bi obezbedili ispnjenje očekivanja zainteresovane grupe?

3. Kako ona utiče na nas?

4. Šta nam je potrebno od njih?

5. Koliko nam je ona važna?

Izuzetno Umereno Ne mnogo Nije uopšte

FOKUS GRUPE

Prikupljanje podataka o potrebama u zajednici može se izvršiti raznovrsnim tehnikama poput polustrukturisanih ili nestrukturisanih intervjua, diskusija u fokus grupama, opservacijom, mapiranjem, rangiranjem, putem upitnika itd. Sve ove tehnike služe za sticanje uvida u razmišljanja, mišljenja, stavove, osećanja, vrednosti i koncepte ciljne grupe/ljudi u zajednici.

U okviru ovih tehnika, izdvaja se posebna podgrupa tzv. grupnih tehnika (Delfi tehnika, fokus grupe, ne/formalni grupni intervjui, nominalne grupe itd.). Njihova specifičnost je u tome da dozvoljavaju učesnicima da stupaju u interakcije tokom utvrđivanja potreba čime se stiče bolji uvid u problem i dobijaju kvalitetniji i opsežniji podaci. Kod primene grupnih tehnika, takođe, smanjuje se negativan/inhibirajući uticaj nepoznatog facilitatora na učesnike, sama grupa stimuliše učesnike na veću produktivnost i raznovrsnost ideja.

Diskusija u fokus grupi je tehnika kod koje mala grupa ljudi, koji poseduju određene karakteristike, daje kvalitativne podatke putem fokusirane diskusije.

Pet koraka u radu sa fokus grupama:

1. Formulisanje niza pitanja koja će biti postavljana u fokus grupama – Lista pitanja koja će biti postavljana u fokus grupama se formuliše na osnovu ciljeva koji se žele postići (identifikovanje potreba u lokalnoj zajednici, određivanje prioriteta među potrebama, sticanje dubljeg uvida u neku određenu potrebu, identifikovanje uzroka nekog problema, identifikovanje najprihvatljivijeg rešenja za postojeći problem u lokalnoj zajednici...). Lista treba da sadrži precizno formulisana pitanja kao i moguća potpitanja (npr.: Koje probleme vezane za školovanje dece imaju roditelji u lokalnoj zajednici? Da li su ovi problemi slični kod svih roditelja? Šta treba da se uradi da se

ovi problemi prevaziđu? Šta od toga roditelji sami mogu da urade? Da li svi roditelji mogu da preduzmu to što je potrebno? Da li lokalna samouprava može nešto da preduzme? Itd.)

2. Selekcija učesnika – Prvi korak u selekciji učesnika je određivanje broja grupa koje će biti okupljene. Preporuka je da, ako se radi u regionu, posebna grupa bude formirana u svakom naselju jer se time štedi na vremenu i putnim troškovima, a dobijaju se grupe koje bolje predstavljaju svoju sredinu. Broj učesnika može da varira, ali bi trebalo da se kreće u granicama od 6-12 učesnika, što je optimalan broj učesnika za rad. Sastav grupe zavisi od teme i treba da bude takav da predstavlja sve važnije zainteresovane grupe u lokalnoj zajednici. Na primer, ako će tema biti obrazovanje mladih, u sastavu grupe treba da se nađu: roditelji, mladi, školski nastavnici, rukovodeće osoblje škola, predstavnici drugih organizizacija koje se bave neformalnim obrazovanjem, itd.

3. Planiranje potrebnih sredstava za vođenje grupa – formulisanje plana aktivnosti, obezbeđivanje finansijskih sredstava, najam ili zakazivanje prostora za sastanke grupa, nabavka opreme za rad (kasetofon, diktafon, video kamera), kupovina sitnog materjala za rad (papiri, olovke, fascikle, notesi...).

4. Vođenje diskusija u fokus grupama – fokus grupe obično vode 2 osobe, moderator i asistanet moderatora. Zadatak moderatora je da usmerava diskusiju u grupi u željenom pravcu (koristeći listu formulisanih pitanja) i vraća razgovor na glavnu temu kada se grupa počne baviti irelevantnim aspektima teme. Ovaj zadatak treba da bude izvršen pažljivo da ne bi smanjio entuzijazam i interesovanje grupe za diskusiju. Ključne lične osobine dobrog moderatora su:
- znanje o grupnim procesima (bilo iz prethodnog iskustva u radu sa grupama, bilo sa treninga o grupnoj dinamici)
- razvijene veštine slušanja
- adekvatno prethodno znanje o temi diskusije
- razvijene veštine pismene i usmene komunikacije
- smisao za humor

Zadatak asistenta moderatora je da beleži rad grupe (zapisuje, snima) i asistira moderatoru u vođenju grupne diskusije.
Rad sa jednom grupom obično traje 1-2 sata, a moguće je zakazati ponovne sastanke sa istom grupom, ili obaviti diskusiju na istu temu sa još nekoliko drugih fokus grupa.

5. Analiza prikupljenih podataka i pisanje izveštaja – podatke prikupljene kroz diskusije u grupama je potrebno sortirati, organizovati, zatim analizirati i interpretirati. Sa ovim procesom treba otpočeti što pre po završetku rada sa grupama – dok su utisci moderatora još sveži. Pregledaju se i sređuju beleške, snimci i razni produkti grupa. Odabira se relevantan materijal i sortira prema formulisanoj listi pitanja. Odgovori se klasifikuju i određuje se broj pojavljivanja određenih odgovora. Na ovaj način identifikuju se glavne teme/trendovi odgovora u fokus grupi. Ako je bilo više fokus grupa, njihovi odgovori se međusobno upoređuju i traže se opšti trendovi zajednički za sve grupe, čime se dobija celovita slika stanja u lokalnoj zajednici. Na kraju, u izveštaj se unose zaključci u vezi sa ciljevima rada u fokus grupama i daju se preporuke za dalji rad u zajednici.

MATRICA RANGOVA

Matrica rangova je tehnika za analizu podataka u okviru participativnog ispitivanja potreba. Ova tehnika učesnicima može omogućiti da:
- rangiraju probleme od interesa za njih, na osnovu kriterijuma koje su sami utvrdili.
- analiziraju mogućnosti i potrebe za bavljenjem određenim problemom
- otkriju razlike u opažanju istog problema od

strane različitih grupa u lokalnoj zajednici, da ih bolje rasvetli i ukaže na moguće načine rešavanja.

Proces izrade matrice rangova obuhvata sledeće korake:

1. Izbor **oblasti ili teme** iz života zajednice, koja je od značaja za članove grupe. Teme mogu obuhvatiti bilo koji aspekt života zajednice od interesa: zdravstvena zaštita, obrazovanje, urbanizam, položaj osoba sa invaliditetom, položaj Roma, itd.

2. Identifikovanje 4-5 važnih problema ili nerešenih pitanja u okviru te oblasti života zajednice/teme

3. Izlistavanje **kriterijuma** za ocenu šta je dobro, a šta loše u vezi sa svakim problemom. Na primer, kriterijumi mogu biti: koliko ljudi je pogođeno tim problemom, u kojoj meri je problem u vezi sa temom, koliko je rešenje lako dostupno/vidljivo, koliko se često javlja taj problem, koliko je problem važan itd.

4. Jednoznačna/pozitivna formulacija svih kriterijuma. Negativni kriterijumi se preformulišu u pozitivne (npr., »osetljivost na štetočine« u »otpornost na štetočine« ili »skupo« u »jevtino«).

5. Crtanje matrice, sa problemima kao naslovima redova i kriterijumima, kao naslovima kolona.

Legenda

POTREBA ILI IZJAVA O PROBLEMU	KOLIKO ČESTA	KOLIKO OZBILJNA	KOLIKO VAŽNA	RELATIVNI PRIORITET

X Ne baš česta (ili ozbiljna ili važna)

XX Česta (ozbilja ili važna)

XXX Ekstremno česta (ozbiljna ili važna)

6. Diskusija i odlučivanje koliko svaki problem ispunjava svaki pojedinačni kriterijum.

Ovi rezultati se upisuju u matricu, prema unapred dogovorenom načinu (koliko poena, izraženo cifrom ili brojem kružića, vredi najbolji, a koliko najgori problem po određenom kriterijumu).

POTREBA ILI IZJAVA O PROBLEMU	KOLIKO ČESTA	KOLIKO OZBILJNA	KOLIKO VAŽNA	RELATIVNI PRIORITET
ARHITEKTONSKE BARIJERE	X	XX	XX	5
NEZAPOSLENOST OSOBA SA INVALIDITETOM	XX	XXX	XXX	8
SOCIJALNE IZOLACIJA OSI	X	XX	XXX	6

PRILOZI: 1
ZA POTREBE TEME – LOKALNA ZAJEDNICA

1.PRED-TEST

YOUTH BUILD PROGRAM BUJANOVAC

Ova provera znanja će nam pomoći da procenimo efekte treninga (po završetku projekta). Molimo Vas da odgovorite na pitanja i da ne upisujete svoje ime, jer je test anoniman.

Molimo da definišete sledeće pojmove zaokruživanjem slova ispred odgovora koji ste odabrali.

1. PREDLOG PROJEKTA JE:

a) Ponuda, ideja, osnov za ugovor, odgovornost i obaveza.

b) Dokument za takmičenje u kome se dobijaju sredstva

c) Dokument koji sadrži detaljno objašnjenje o opravdanosti određenog poduhvata, aktivnostima i metodologiji po kojoj će se sprovoditi i potrebnim resursima za njegovo ostvarenje.

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

2. TIM JE:

a) Grupa ljudi koji imaju zajednički cilj i uređene odnose, ali bez zajedničkog identiteta

b) Grupa ljudi koja ima zajednički cilj, ali je komunikacija jednosmerna

c) Grupa ljudi koja poseduje komplementarne veštine, ima zajedničku misiju, viziju, cilj i međusobnu odgovornost

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

3. VOLONTERIZAM JE:

a) Rad na crnom i bez para

b) Način da ljudi dobrovoljno i organizovano pomognu zajednici, društvu i drugim ljudima u skladu sa svojm mogućnostima

c) Obaveza koju moram da ispunim da bih dobio/la posao

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

4. AKTIVIZAM JE:

a) Namerna akcija sa ciljem postizanja socijalne ili političke promene u društvu

b) Aktivnost, najčešće besposlenih / slobodnih ljudi koji žele da budu primećeni u društvu

c) Svaka sportska aktivnost

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

5. BIOGRAFIJA JE:

a) Životno pismo sa podacima onog ko ga piše

b) Vaš najvažniji marketinški alat, ujedno jasan i precizan dokument
koji sadrži Vaše kvalifikacije, sposobnosti i iskustva.

c) Lična karta poznatih ličnosti

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

6. ASERTIVNOST JE:

a) Izražavanje vlastitih misli, osećanja, uverenja bez težnje ka dominaciji, ponižavanju ili degradiranju drugoga

b) Izražavanje vlastitih misli, osećanja, uverenja sa težnjom ka dominaciji
ili degradiranju drugoga

c) Vrsta komunikacije u preduzeću

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

7. MEDIJACIJA JE:

a) Smireno stanje organizma sa glavnim ciljem umirivanja i opuštanja uma ili tzv. „ne razmišljanja".

b) Poseban oblik posredovanja kojim se osobama u konfliktu pomaže da postignu bolju koordinaciju svojih aktivnosti kako bi bili efikasniji u procesu donošenja najcelishodnijeg rešenja.

c) Korišćenje medija u svom radu

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

8. STEREOTIP JE:

a) Otisak sa nepokretnim slogom

b) Pogrešna i neopravdano široka generalizacija pojava i stavova

c) Vrsta vica

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

9. LOKALNA ZAJEDNICA JE :

a) Zajednica ljudi koji žive na određenom prostoru, imaju svoje aktivnosti i potrebe

b) Bilo koja zajednica ljudi koji imaju nešto zajedničko

c) Skup ljudi na istoj lokaciji

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

10. ŠTA SE PODRAZUMEVA POD POJMOM LJUDSKA PRAVA?

a) Prava koja pripadaju pojedincu zato što su svojstvena svim ljudskim bićima

b) Prava koja su propisana zakonom

c) Prava koja propisuje Evropska unija

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

11. DISKRIMINACIJA JE:

a) Negativno mišljenje o određenoj grupi ljudi

b) Nepravedno i ugrožavajuće postupanje prema pojedincu ili grupi, zasnovano na ličnom shvatanju ili mišljenju

c) Radnja protivna zakonu i moralu

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

12. KOMUNIKACIJA JE:

a) Razgovor

b) Proces ostvarivanja veza i razmene između ljudi

c) Sistem političko - ekonomskih odnosa

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

13. KONFLIKT JE:

a) Svađa, sukob, rasprava

b) Izbegavanje suprotstavljanja drugoj strani

c) Sastavni deo svake komunikacije

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom

14. DA LI ZNATE ŠTA JE JAVNO ZAGOVARANJE?

a) Društveni proces čiji je cilj postizanje određenih društvenih pozitivnih promena

b) Akt/ dokument kojim političke stranke utiču na donošenje odluka

c) Uvredljiv i neistinit govor o poznatim osobama

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom

15. DA LI ZNATE ŠTA VAM JE SVE POTREBNO ZA AKTIVNO TRAŽENJE POSLA?

a) Radno iskustvo i kontakti,

b) Biografija, propratno i motivaciono pismo

c) Diploma je dovoljna

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

16. KADA ČUJEM DA NEKO PRIČA O PROJEKTU MOJE PRVE ASOCIJACIJE SU:

a) Novi album, singl, duet poznate zvezde sa muzičke scene

b) Arhitektura, kuća, zgrada, nacrt

c) Sektor civilnog društva ili NVO aktivnosti

d) Nisam upoznat/a sa ovim pojmom/ Nisam siguran/a

17. MOJA OKOLINA JE PREPUNA OTPADA, TO ISTO MISLE I MOJI RODITELJI, ROĐACI, DRUGARI I KOMŠIJE. JA...

a) Neću ništa uraditi, ništa ne bih sam promenio;

b) Odlučiću da sa društvom osnujem KKP (komšijsku komunalnu policiju) i tako počnemo da kažnjavamo sve koji bacaju smeće na mesta koja nisu predviđena za odlaganje smeća;

c) Pokušacu da smislim sa društvom interesantnu akciju -kako da ubedimo što više ljudi da moramo prestati da ugrožavamo sami sebi život

18. NASTAVNIK MOG DETETA, SAOPSTIO JE DA JE LGBT OSOBA. JA ĆU:

a) Ispisati dete iz škole;

b) Tražiti od direktora da ga otpusti;

c) Neću uraditi ništa, jer to nema veze sa obrazovanjem mog deteta.

19. NA ULICI SREĆEM OSOBU KOJA JE GOVORILA MOM NOVOM ŠEFU NEISTINE O MOM PROŠLOM POSLU, JA ĆU:

a) Okrenuti glavu, pokušaću pri prvoj prilici da smislim sličnu priču za tu osobu.

b) Ovlaš ću se pozdraviti, ne želim da dam do znanja da marim za takve stvari;

c) Zamoliću je ako može da odvoji koji minut jer bi mi dosta značilo da popričamo o toj stvari.

20. ŽELIM DA SE ZAPOSLIM I ZBOG TOGA:

a) Pokrećem poznanike, prijatelje i rodbinu sa najjačim vezama da mi nađu posao u državnom sektoru;

b) Verujem da kao što svaka roba nadje svog kupca tako i svaki posao nadje kandidata, mene;

c) Redovno se informišem i pokušavam, u medjuvremenu, da naučim neke stvari koje ce biti od koristi za moj novi posao.

21. NAKON DVE GODINE AKTIVNOG TRAŽENJA POSLA KAŽEM:

a) Država je kriva, ništa ja tu ne mogu;

b) Konačno želim da osnujem svoj mali biznis i budem "sam svoj gazda";

c) Ipak mislim da ja baš "aktivno" i ne tražim posao, više sam čekao da mi dođe, čak nemam ni uredan CV.

22. OD POČETKA ŠKOLSKE GODINE VLADA I MILAN su u konfliktu koji se prošle nedelje završio tučom za vreme školskog odmora. Psiholog škole je predložio da uključe Esada i Veru koji će im kroz određeni proces pomoći da prevaziđu sukob. Ovaj proces rešavanja konflikta uz pomoć nepristrasne, treće strane, naziva se:

a) Meditacija
b) Medijacija

c) Konsultacija
d) Kontrola

23. UČEŠĆE GRAĐANA U NEKOM DRUŠTVENOM PROCESU, DONOŠENJU ODLUKA BITNIH ZA NJIHOV život ; učešće u društvenom životu zajednice kao i uslugama u zajednici i preuzimanje odgovornosti za to, naziva se:

a) percepcija

b) performansa

c) participacija

d) perverzija

24. NA LINIJI PORED POJMA DOPIŠI ZNAČENJE REČI, UPISIVANJEM OZNAKE RASPOLOŽIVIH IZJAVA A-F

Pošiljalac je .....
Poruka je .....
Informacioni kanal je .....
Primalac je .....
Dekodiranje je .....
Fidbek je .....

a) osoba kojoj je poruka namenjena

b) transformisanje poruke na način da bude razumljiva primaocu

c) osoba koja šalje informaciju

d) informacija poslata primaocu (kodirana namera)

e) način slanja poruke

f) povratna informacija na osnovu koje primalac stavlja do znanja da je razumeo poruku

25. LICE KOJE IMA ZAPOSLENJE ILI OBAVLJA POSLOVNU DELATNOST SAMOSTALNO ILI SA MALOM grupom ljudi, sa ili bez drugih lica zaposlenih kod njega, naziva se:

a) Preduzetnik

b) Preduzeće

c) Protektor

d) Predsednik

26. PROFESOR MATEMATIKE KOJI ODLUČI DA TOKOM NEDELJE DVA SATA, BEZ NAKNADE DAJE NASTAVU ZA socijalno ugrožene učenike, naziva se:

a) hedonista

b) naivac

c) volonter

d) filantrop

Hvala što ste popunili upitnik

TEMA DVA:
KOMUNIKACIJA, TIMSKI RAD

DANI: 5 - 7

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Unaprediti znanja i veštine o uspešnoj komunikaciji

2. Upoznati se sa prednostima timskog rada

3. Biti podstaknuti na timski rad i saradnju

Vreme

10 sati 50 minuta (tema se raspoređuje tokom tri dana obuke)

Prikaz sesije

A. Komunikacija, elementi i vrste komunikacije (1h 10 min.)

B. Prepereke u komunikaciji, aktivno slušanje i tehnike aktivnog slušanja (2h 50 min.)

C. Razlike između grupe i tima, uloge u timu (1h 30 min.)

D. Faze u razvoju tima (2h 10 min)

E. Građenje tima (2 h 25 min.)

F. Karakteristike uspešnog tima (45 min.)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, papiri u boji, markeri, tapetarska traka, makaze, selotejp traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru

• Instrukcije za vežbe (pogledati priloge)

Pisani materijali (handouts)

2A – Komunikacija, elementi i vrste komunikacije

2B – Prepreke u komunikaciji, tehnike aktivnog slušanja

2C – Grupa i tim, uloge koje grade tim

2D – Faze u razvoju tima

2E – Građenje tima

2F – Karakteristike uspešnog tima

Priprema

Pre početka sesija, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara. Zalepiti pravila rada sa prethodne radionice na vidnom mestu. Za prvi dan trodnevne radionice ispisati definicije Komunikacije, elemente komunikacije i vrste (videti 2A Komunikacija, elementi i vrste komunikacije), napisati na FC papiru šta je aktivno slušanje i koje tehnike postoje (videti 2B Prepreke u komunikaciji, tehnike aktivnog slušanja), koristeći pritom po jedan list za svaku od definicija.

*** Trenerske beleške**

Dodatni materijal sadrži opise i primere koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi dodatne materijale, definicije i izvore.

PRVI DAN

A. KOMUNIKACIJA, ELEMENTI I VRSTE KOMUNIKACIJE (1H 10 MIN.)

Korak 1 (10 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Komunikacija i timski rad. Podsetite se prošle nedelje i teme Lokalna zajednica, i ključnih tačaka učenja. Objasnite da će tokom tri dana radionice, učesnici naučiti šta je to komunikacija i koji su njeni elementi, koje vrste komunikacije postoje, zašto se javljaju prepreke u komunikaciji i kako ih prevazići, šta je tim a šta grupa, koje su to uloge koje grade jedan tim, koje su faze u razvoju tima, šta podrazumeva građenje tima i koje su to karakteristike uspešnog tima.

Prođite kroz program trodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (5 minuta)

Podsetite na ciljeve učenja radionice i pitajte učesnike/ce kako im se čine, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju seminara. Zatim, u dogovoru sa učesnicima proverite da li pravila rada od prošle nedelje mogu ostati ista ili žele da nešto dodaju i ako žele dodati, ista zapišite na već postojećem FC papiru sa pravilima rada kako biste mogli da se pozovete na njih u toku rada.

Korak 3 (10 minuta)

Za početak, vodite učesnike/ce kroz moždanu oluju reči koje ih asociraju na reč komunikacija. Da biste opustili grupu, trener/ica može jednostavno da prošeta po sobi i pita svaku osobu da kaže jednu reč koja joj pada na pamet kada pomisli na komunikaciju, ili da sam/a ispiše jednu ili dve reči koje asociraju na pojam komunikacija.

Reči koje asociraju na komunikaciju (primeri odgovora)

Razgovor	**Ubediti**
Informacije	**Izložiti**
Odnosi	**Komunikacija**
Proces	**Donošenje odluka**
Mišljenje	**Prodati ideju**
Ljudi	**Lobiranje**
Konflikt	

Beležite ove reči na flipčart, vodeći računa da ispišete sve reči. Ponavljanje uopšte nije problem: jednostavno označite simbolom ⊘ pored izraza koji se ponavljaju. Flipčart koji sledi pokazuje odgovore do kojih su učesnici došli na nedavnoj sesiji. Ono što treba voditi računa je da se prilikom ispisivanja koriste dve boje kako bi bilo preglednije i kasnije lakše za sumiranje. U nastavku vam dajemo primer kako izgleda FC papir nakon moždane oluje.

Korak 4 (10 minuta)

Nakon što grupa generiše dugačku listu pojmova koji asociraju na komunikaciju, podelite sa njima nekoliko definicija koje su razvile različite organizacije i mreže. Otkrite vašu definicije koje ste ispisali sa HANDOUTa 2A (ili ste ih sami pripremili). Pročitajte glasno svaku definiciju.

Primeri definicija na flipčartu:

Komunikacija je proces prenošenja misli, ideja, želja, osećanja, sa jednog subjekta na drugi. *(Gurevich, Roberts)*

Komunikacija je proces slanja i primanja informacija (i simbola i signala) između dve ili više osoba

Nakon što ste otkrili i obradili sve definicije, pitajte učesnike/ce da potraže i identifikuju u ispisanim definicijama na FC papiru pojmove koji su se pojavili u inicijalnoj moždanoj oluji. Možete koristiti neki jarki marker da zaokružite reči koje su učesnici naveli. Prokomentarišite sa učesnicima ključne pojmove i naglasite značaj komunikacije na privatnom, profesionalnom i društvom planu.

> Komunikacija je proces stalne – neprekidne razmene informacija.
> *(H. D. Lasswell)*

Korak 5 (35 minuta)

Nakon analize i komentara o različitim definicijama komunikacije, trener/ica najavljuje vežbu, deli učesnike u 3 grupe (na primer, iz koliko opština vam učesnici/e dolaze u toliko ih grupa podelite). Svaka grupa dobija zadatak da na kreativan način predstavi ono što smatra da su elementi komunikacije (kroz crtež). Učesnici/ce se zatim vraćaju u plenum, predstavljaju svoje crteže a potom trener/ica, povezujući sa produktom učesnika, predstavlja, takođe na kreativan način na unapred pripremljenom crtežu na FC papiru koji su to elementi komunikacije i koje vrste komunikacije postoje (videti 2A Komunikacija, elementi i vrste). Vreme predviđeno za vežbu je 20 minuta, 10 minuta za rad, i 10 minuta za prezentovanje. Trenerski input traje 10 minuta.

B. PREPREKE U KOMUNIKACIJI, TEHNIKE AKTIVNOG SLUŠANJA (2 H 50MIN.)

Korak 1 (30 minuta)

Nakon što je trener/ica prezentovao/la elemente i vrste komunikcije iz prethodne sesije, učesnici/e imaju priliku da iskustveno prođu kroz prepreke u komunikaciji i to na sledeći način: trener/ica ima unapred spremljen crtež (videti prilog 1 Vežba „Prenesi poruku“). Trener/ica deli učesnike u 4 grupe i smešta ih na 4 različita mesta u sali, a zatim zamoli za po jednog dobrovoljca - glasnika iz svake grupe koji će prenositi ostalima iz svoje grupe isključivo verbalno, bez ikakve gestikulacije ono što su videli na crtežu. Trener/ica zatim pažljivo pokazuje crtež dobrovoljcima - glasnicima (glasnici gledaju crtež 2 minuta) i objasni dobrovoljcu da što bolje zapamti sve elemente sa crteža a zatim i prenese kolegama u svojoj grupi. Za crtanje imaju predviđenih 10 minuta. Zatim se vraćaju u plenum, lepe svoje crteže na FC tablu, a trener/ica pokazuje originalan crtež svima. Sledi diskusija. U toku diskusije možete postaviti sledeća pitanja: Šta se desilo sa sadržajem opisa crteža? Zbog čega? Koliko je teško bilo glasnicima da što bolje prenesu sadržaj s crteža. Da libi im bilo lakše da su mogli koristiti gestikulaciju? Koliko im je ova situacija poznata u svakodnevnom životu? Na koji način su pamtili tekst kojiim je glasnik prenosio a zatim i crtali ono što im se prenosi? Koji su bili otežavajući faktori?

Korak 2 (60 minuta)

Nakon ove vežbe, trener/ica deli učesnike u tri grupe: prva grupa će na osnovu prethodne vežbe „Prenesi poruku“ pokušati da izlista na FC papiru sve prepreke koje je primetila koje se javljaju iz ugla pošiljaoca, druga grupa sve prepreke iz ugla primaoca, a treća sve prepreke prilikom prenošenja poruke u komunikacionom kanalu. Za rad u grupama

je predviđeno 30 minuta. Zamolite učesnike da izaberu po jednog predstavnika iz svake grupe koji će predstaviti urađeno. Na osnovu njihovih produkata, trener/ica zatim sumira koje sve to prereke se mogu javiti na relaciji pošiljalac – poruka – primalac (videti 2B prepreke u komunikaciji, tehnike aktivnog slušanja). Naglasiti da je uspešna komunikacija odgovornost i pošiljaoca i primaoca i da je povratna informacija jako važna. Za interaktivni trenerski input i diskusiju predviđeno je 30 minuta.

Korak 3 (10 minuta)

Trenerica zatim podeli učesnicima trominutni test (videti prilog 2 „Trominutni test"), i za ovu vežbu imaju predviđenih 3minuta. Trener/ica meri vreme a zatim zamoli učesnike/ice da odlože svoje testove i da prokomentarišu šta su uradili. Većina učesnika/ica će uvideti da nije „ispravno" uradila test, i zajedno sa trenerom/icom će porazgovarati o tome šta je cilj trominutnog testa i zašto su ga uradili na način na koji su ga uradili. Cilj testa je provera toga koliko zapravo slušamo tj. ne slušamo i ne pratimo instrukcije koje su nam zadate. Ukupno trajanje seije 10 minuta.

Korak 4 (10 minuta)

Trominutni test je uvod u sledeću sesiju o aktivnom slušanju, trener/ica na FC tabli ima ispisano šta je to aktivno slušanje tj. koje su to tehnike aktivnog slušanja (videti 2B Prepreke u komunikaciji, tehnike aktivnog slušanja) i objašnjava učesnicima tehnike razumevanja govornika kroz interaktivni input.

Korak 5 (30 minuta)

Sledi vežba na temu aktivnog slušanja (videti prilog 3), trener/ica podeli učesnike/ce u grupe od po 4 učesnika. Zatim daje instrukciju za vežbu, da u svakoj grupi imamo 4 uloge - osobu koja će biti govornik, osobu koja ohrabruje konverzaciju, osobu koja ometa konverzaciju i osobu koja ignoriše govornika. Trener/ica zadaje temu, npr. korišćenje mobilnih telefona ili slušanje narodne muzike i sl. Na znak trenera/ice učesnici se u ulogama smenjuju, tako da je važno da svaki član male grupe prodje sve četiri uloge. Učesnici/ce imaju na raspolaganju 15 minuta za pripremu i izvođenje. Nakon što su izveli vežbu, učesnici/ce se vraćaju u plenum, i sledi diskusija u trajanju od 15 minuta. Trener/ica razgovara sa svakom od grupa o tome kako su se osećali i šta su primetili, počevši od govornika iz svake grupe, zatim sa ometačima, ohrabrivačima i onima koji su ignorisali sam razgovor. Zatim se trener/ica vraća na input o aktivnom slušanju i tehnikama aktivnog slušanja i povezuje sa vežbom.

Korak 6 (25 minuta)

Na osnovu prethodnog, sledi input o davanju povratne informacije. Trener/ica upoznaje učesnike o tome šta je povratna informacija, zašto je važna i o pravilima davanja povratne informacije. Trener/ica može imati unapred napisana pravila davanja povratne informacije koja postepeno otkriva tokom davanja inputa. Podseća ih da se o tome govorilo na početku dana kada je bila tema osnovni elementi komunikacije. Zatim ohrabruje učesnike da jedni drugima daju povratnu informaciju tako što trener/ice prvi/e između sebe daju primer davanja povratne informacije, a onda deli učesnike u parove i daje im zadatak da jedni drugima daju FB na ponašanje u grupi.

Korak 7 (5 minuta)

Trener/ica zatim sumira dan, isticajući ključne tačke učenja naglašavajući odgovornost i pošiljaoca i primaoca za uspešnu komunikaciju obzirom da postoji mogućnost šumova u komunikacionom kanalu, isto tako da je važno imati u vidu da je komunikacija veština koja se razvija, uči se, tako da se učesnici ohrabruju da obrate pažnju na komunikaciju. Trener/ica se zahvaljuje se učesnicima/cama na uspešnom danu i radu.

DRUGI DAN

C. RAZLIKE IZMEĐU GRUPE I TIMA, ULOGE U TIMU (1H 30 MIN.)

Priprema:

Za drugi dan radionice Tim i timski rad, napisati šta je tim a šta grupa i koje su ključne razlike, kao i uloge koje grade tim (videti 2C grupa i tim,uloge koje grade tim), faze u razvoju tima (videti 2D Faze u razvoju tima).

Korak 1 (15 minuta)

Učesnici se dele u dve grupe i dobijaju zadatak (videti prilog 4 „Crtanje čovečuljka“) .Obe grupe imaju najmanje po 6 osoba jer ima 6 A4 papira sa ispisanim instrukcijama. Ako imate veću grupu, možete vežbu izvesti sa tri grupe, dve da rade timski, jedna individualno. Ovde je data instrukcija za rad u 2 grupe. Prva grupa odmah radi timski, druga grupa dobija instrukciju da svaki član grupe radi individualno zadatak. Zadatak za svaku grupu je isti da nacrtaju na A4 papiru ono što im je trener/ica zadala. Poželjno je da grupe rade u odvojenim prostorijama vežbu sa po jednim trenerom/icom.

Grupi koja radi timski se da instrukcija da od napisanih delova ljudskog tela koji su ispisani na papirima u dogovoru nacrtaju i sklope čovečuljka. Drugoj grupi se podele papiri sa zadacima i svako crta za sebe, štaviše poželjno je da jedni od drugih sakriju ono što crtaju. Kada obe grupe završe zadatke, spajamo ih u plenum, grupi koja je imala individualan rad u okviru zadatka se kaže da sada spoji delove tela u čovečuljka. Sledi prikaz oba čovečuljka i diskusija o tome zašto je jedan čovečuljak kompletniji i šta je jednoj od grupa nedostajalo da bi im crtež bio potpuniji a zadatak uspešniji. Ova vežba je odlična spona sa temom komunikacija, zato što se iskustveno prolazi kroz prepreke u komunikaciji, jedna grupa jasno dobija instrukcije za vežbu i dozvoljen joj je rad u timu gde će se dogovarati sa kolegama, a druga grupa ima malo informacija, i rade individualno sve do trenutka dok im trener/ica ne kaže da rade zajedno, i tek tada uviđaju da bi bili uspešniji da su radili međusobno se pomažući. Jako je bitno istaći prednosti komunikacije i zajedničkog cilja u ovoj sesiji za rad u timu, i nedostatak iste kad se radi u grupi pojedinaca koji ne čine tim.

Korak 2 (10 minuta)

Trener/ica na pripremljenom FC papiru (videti 2C Razlike između grupe i tima, uloge koje grade tim) ima ispisano šta je grupa a šta tim, i koje su razlike između grupe i tima, i zajedno sa grupom, vraćajući se na crteže iz prethodne sesije uočava razlike u postignuću grupe jedan i grupe dva. Naglašava se u čemu je ključna razlika između grupe i tima.

Korak 3 (40 minuta)

Zatim sledi vežba (videti prilog 5 „Pingvini“) koja traje 20 minuta. Trener/ica čita unapred pripremljen tekst, i na FC papriru su ispisane uloge iz vežbe, zatim zamoli učesnike/ce da prepoznaju koja im uloga odgovara od predstavljenih, razmišljaju o tome svako za sebe, a zatim trener/ica predstavlja uloge koje ima jedan tim (ispisane na FC papiru) i povezuje ih sa ulogama u priči (vidi 2C Razlike između grupe i tima, uloge koje grade tim). U narednih 20 minuta, sledi diskusija sa sumiranjem da je ovo vežba iz koje se mogu sagledati različite uloge koje su potrebne jednom timu, i koje učesnici/e zapravo već poseduju kao što su osobine, veštine i znanja. Ova vežba služi kao svojevrsna lična karta tima.

Korak 4 (25 minuta)

Sledi vežba povezivanje uloga u timu (videti prilog 6 kartice sa situacijama). Trener/ica deli učesnike u 4 grupe, i deli svakoj od grupa unapred pripremjene kartice sa problemima – situacijama. Zadatak svake grupe je da

razmisli o situaciji sa kojom će se susretati tokom rada i o ulogama koje će im biti potrebne u timu za rešavanje konkretnih zadataka/situacija. Popisaće uloge koje smatraju bitnim, i napisati ukratko šta bi bio konkretni zadatak osobe u toj ulozi kada bi se formirao tim za njegovo rešavanje. Vreme predviđeno za rad u grupama je 15 minuta, a potom učesnici/ce predstavljaju svoje zadatke i kako su podelili uloge u konkretno datoj situaciji. Vreme predviđeno za prezentovanje i kratku diskusiju je 10 minuta. Trener/ica naglašava značaj i odgovornosti svake uloge u timu sa individualnim osobinama učesnika/ca.

D. FAZE U RAZVOJU TIMA (2H 10 MIN)

Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica upoznaje učesnike/ce sa fazama u razvoju tima koje su ispisane prethodno na FC papiru, i komentariše sa učesnicima/cama o tome šta oni misle u kojoj od faza se trenutno nalaze. (videti 2D Faze u razvoju tima).

Korak 2 (35 minuta)

Sledi vežba procene tima, korišćenjem upitnika. Učesnici rade vežbu individualno (videti prilog 7 upitnik „Provera stanja tima “), pri čemu je važno naglasiti da učesnici procenjuju tim u kojem trenutno deluju kao YB učesnici (na radionici). Učesnici imaju 5-7 minuta da popune upitnik. Nakon odrađenog testa , tražiti od učesnika da izračunaju prosečne ocene za sve delove upitnika - izdvojene aspekte timskog rada (svrha/usmerenje; vođstvo...). Neka zaokruže onaj aspekt koji ima najmanju prosečnu ocenu, kojim su dakle, najmanje zadovoljni, kako bi ste iskoristili za kasniju podelu u grupe u vežbi “Napravi čudovište”. Zatim trener/ica na unapred pripremljenoj FC tabli gde ima ispisane oblasti iz upitnika, poziva učesnike da kažu gde imaju najmanji broj bodova i u kojoj to oblasti, i to trener/ica zapisuje. Pored oblasti na FC tabli upisuje imena učesnika/ca. Trener/ica sabira poene a zatim na osnovu bodovanja bira najviše četiri oblasti sa najmanje bodova. Procena se, primenom pomenutog upitnika obavlja korišćenjem ponuđene šestostepene skale kojo se vrši individualna procena načina na koji po ličnom viđenju člana, tim sada funkcioniše.

Nakon odrađenog testa , tražiti od učesnika da izračunaju prosečne ocene za sve delove upitnika - izdvojene aspekte timskog rada (svrha/usmerenje; vođstvo...). Neka zaokruže onaj aspekt koji ima najmanju prosečnu ocenu, kojim su dakle, najmanje zadovoljni, kako bi ste iskoristili za kasniju podelu u grupe u vežbi “napravi čudovište”.

Korak 3 (1h 20 minuta)

Trener/ica raspoređuje učesnike/ce u 3 ili 4 grupe u zavisnosti od veličine grupe na osnovu toga gde su imali najmanje poena po oblastima u prethodnoj vežbi. Imaju zadatak da svoje veštine i znanja u timskom radu gde su najslabiji predstave na kreativan način u vidu čudovišta. Učesnicima se podele papiri u boji, makaze, FC papir, marker, selotejp traka i sve ono što misle da mogu iskoristiti u pravljenju svog čudovišta. Učesnici imaju 30 minuta za pravljenje svojih čudovišta, i 20 minuta za prezentaciju uz objašnjenje šta njihovo čudovište predstavlja, koje su to slabosti i strahovi u vezi rada u timu.

Učesnici/ce se vraćaju u svoje grupe iz prethodne vežbe, i trener daje instrukcije za vežbu koja je sledeća: da na stikerima ispišu što više rešenja za prevazilaženje problema, strahova i slabosti koje su prepoznali kroz svoja čudovišta.Poželjno je da izlepe čudovište što je moguće više svojim rešenjima, da ga prekriju. Učesnici/ce za ovu vežbu imaju 25 minuta. Učesnici/ce se potom vraćaju u plenum, svaka od grupa predstavlja svoje izlepljeno čudovi-

šte i rešenja za prevazilaženje koja su ispisana na stikerima. Trener/ica sumira povezujući oblasti timskog rada kao neodvojive jedne od drugih, eventualno daje još neko rešenje koje se nije pojavilo na stikerima učesnika/ca. Za prezentaciju je predviđeno 15 minuta.

Korak 4 (5 minuta)

Trener/ica završava dan ističući ključne tačke učenja, timski rad je efektivniji od individualnog, svaki tim ima članove koji imaju svoje uloge i odgovornosti za najbolje funkcionisanje timai da svaki tim ima određene faze u svom razvoju. Trener/ica se zahvaljuje učesnicima/cama na uspešnom radu.

TREĆI DAN

E. GRAĐENJE TIMA (2 H 25 MIN.)

Priprema: *Trećeg dana trodnevne radionice ispisati na FC papiru šta je to građenje tima (videti 2E Građenje tima), i na kraju ispisati koje su to karakteristike uspešnih timova (videti 2F Karakteristike uspešnog tima)*

Korak 1 (5 minuta)

Nadovezujući se na prethodni dan, trener/ica uvodi učesnike/ce u dan kratkim inputom o tome šta je sinergija u timu, na FC papiru je ispisano ispisano 2+2=5. Trener/ica pita učesnike da li mogu pretpostaviti šta znači ove brojke, i na šta se odnosi a zatim daje komentar na brojke i na pojam sinergije koja je karakteristična za timski rad. Ona podrazumeva grupno delovanje u istom pravcu i vezuje se za princip da je efekat tima veći od efekta pojedinačnog rada.

Korak 2 (10 minuta)

Sledi igra "Timski krug"a poenta je uviđanje značaja međusobnog poverenja u timu. Trener/ica daje instrukciju da učesnici stanu u krug i svako od učesnika/ca dobije plastičnu kašičicu koju stavi u usta, a potom trener/ica stavi kliker na jednu od kašičica i učesnici moraju da prodju čitav krug tako što će prebacivati kliker iz kašičice u kašičicu bez korišćenja ruku koje drže iza leđa. Onog trenutka kada kliker padne na zemlju kreće se ispočetka sve dok se ne okrene čitav krug. Vežba traje do 10 minuta .Učesnike na karju pitati kako su se osećali prilikom izvođenja igre, da li su pomagali jedni drugima davajući savete o tome kako najbolje preneti kliker, ako su bili neuspešni, šta se to dogodilo unutar grupe pa nisu uspeli, naglasiti značaj međusobnog poverenja kao jednog od ključnog faktora za uspešno funkcionisanje tima, itd.

Korak 3 (20 minuta)

U sledećoj sesiji, trener/ica povezuje ovu sa onom od ranije, crtanje čovečuljka. Trener/ica uzima crtež iz vežbe koji je sklopljen u okviru grupe koja je imala zadatak da radi timski, jer taj crtež čovečuljka predstavlja uspešnog timskog igrača, zatim trener/ica upisuje u delu gde se na čovečuljku nalazi glava, napiše Znanje, u delu gde su ruke – Veštine, a u delu gde je srce – Osobine. Zatim podeli učesnicima stikere i zamoli ih da napišu na stikerima koja bi to znanja/veštine/osobine trebalo da poseduje "idealni" timski igrač, i da kada napišu izađu i zalepe stikere na delove čovečuljka. Trener/ica zatim čita naglas sve što su učesnici/ce zalepili, i sumira naglašavajući da je svaka od osobina koju su učesnici predložili važna, i da svako od njih poseduje bar jednu od izlistanih znanja, veština i osobina koju treba negovati. Trener/ica dopunjuje poželjne osobine, znanja i veštine ukoliko su učesnici propustili.

Korak 4 (60 minuta)

Potom sledi vežba „Na pustom ostrvu" (videti prilog 8) u kojoj se primenjuja tehnika „lavine", od individualnog ka grupnom radu. Trener/ica na FC papiru ima pripremljen spisak

predmeta potreban za vežbu. Vežba je sledeća: učesnici zamišljaju da se nalaze na pustom ostrvu i da mogu imati samo 5 predmeta od ispisanih 10 i više na FC tabli. Potrebno je da ih učesnici rangiraju, od najvažnijeg ka najmanje važnom za preživljavanje. Svako radi prvo za sebe (individualno) par minuta; potom ih trener/ica grupiše u parove da se dogovore oko zajedničke liste. Nakon 5 minuta rada u paru, trener/ica grupiše učesnike/ce u grupe od po 4 osobe sa ciljem da grupa definiše svoje prioritete, sve dok se ne spoje svi i ne odluče se za 5 predmeta. Cilj je sagledati proces kako se razvija saradnja, dogovor kako do njega doći za određeno vreme. Pitati učesnike/ce na koji način su se dogovarali, kako su dolazili do zajedničkog rešenja, šta im je pomoglo u dogovoru, kako su donosli odluke, koje su im to veštine komunikacije pomogle pri iznošenju stavova, slušanju drugih, reagovanju u vremenski limitiranim, potencijalno konfliktnim situacijama itd. Vreme trajanja vežbe je 60 minuta. Učesnici imaju 20 minuta da se dogovore, a zatim sledi diskusija od 20 minuta.

Korak 4 (40 minuta)

Sledi vežba „Građenje tima" koja za cilj ima postizanje zadatag cilja i primenu do sada naučenog u vezi timskog rada. Učesnici se dele u 3 ili 4 grupe, i svaka od grupa dobija zadatak da od ponuđenog materijala napravi kućicu za pse kroz koju će jedan od članova grupe moći da se provuče, dakle funkcionalnu. Materijal koji im je na raspolaganju je sledeći: Po 6 FC papira, selotejp traka, tapetarska traka, makaze, markeri. Vreme predviđeno za ovu vežbu je 40 minuta, 25 minuta za pravljenje kućice, 15 za diskusiju . Svaka grupa saopštava bar po jednu rečenicu kako je tekao proces dogovaranja za izgradnju kućice, da li je neko preuzeo vođstvo, da li je bilo delegiranja zadataka, ako nisu naparavili kućicu zbog čega je došlo do toga da zadatak bude neuspešan, itd.

F. KARAKTERISTIKE USPEŠNOG TIMA (45MIN.)

Korak 1 (30 minuta)

Sledi vežba u kojoj učesnici/ce trebaju kreirati svoj recept za uspeh koji oslikava njihovu viziju idealnog tima(videti prilog 9 "Recept za uspeh"). Učesnici se dele u 4 grupe, svaka grupa dobija radni list na kojem je odštampan "recept za uspeh tima" na kojem je potrebno upisati određene sastojke: svaka grupa ima po 5 minuta za kreiranje svog recepta. Ako je potrebno, olakšati im vežbu i razmišljanje navodeći da bi neki od sastojaka mogli biti poverenje, ravnopravno učešće, pouzdanost, motivisanost, međusobna podrška...

Zatim se grupe povezuju korišćenjem tehnike "lavina". Moraju napraviti jedan jedinstveni recept za uspešan tim. Recept ispisuju na FC papiru kao svoju buduću viziju. Takođe trener može da postavlja pitanja: šta vam je pomoglo u odabiru sastojaka, kako ste donosili odluke i sl.

Vreme predviđeno za vežbu je 20 minuta (za kreiranje „recepta") i 10 minuta za prezentaciju i diskusiju o tome kako su se dogovarali i kako je tekao sam proces vežbe.

Korak 2 (10 minuta)

Trener/ca zatim kroz interaktivni input sa učesnicima/cama predstavlja karakteristike uspešnog tima (prethodno spremljen FC papir sa karakteristikama uspešnog tima). Trener postepeno otvara FC papir na kome su napisane karakteristike uspešnog tima, i upoređuje sa prethodnom vežbom i receptom koji su oni napravili.

Korak 3 (5 minuta)

Sumiranje – trener/ica ističe ključne tačke učenja trodnevne radionice koji su sledeći: komunikacija kao veština se razvija i uči, bez adekvatne i uspešne komunikacije, načina na koji slušamo, na koji izražavamo sebe i svoje potrebe nema ni zadovoljavajućeg odnosa

sa drugima, uspešna komunikacija je osnov za funkcionisanje tima, timski rad odražava ideju da zajednički rad ljudi različitih znanja, sposobnosti i iskustva sa zajednički ciljem, značajno dorinosi efektivnosti rada i kvalitetu postignutih rezultata stvarajući produkte čiji kvalitet prevazilazi pojedinačna postignuća članova tima. Zahvaljuje se učesnicima/cama na uspešnom radu.

Handout 2A: Komunikacija

Ovaj materijal ima zadatak da razjasni od čega se sastoji dobra komunikacija i kako ona može da pomogne u rešavanju svakodnevnih problema.

Čitav naš život podrazumeva neprekidnu komunikaciju. Od kada ujutru otvorimo oči i ugledamo članove našeg domaćinstva, pa nadalje, kada udjemo u gradski prevoz ili prodavnicu, mi smo u situaciji da komuniciramo sa ljudima, objašnjavamo, tražimo, informišemo se ili dajemo obaveštenja drugima... Posao koji obavljamo mi u organizacijama vezan je za kontakte sa velikim brojem ljudi i od kvaliteta našeg obraćanja drugima, kao i primanja onoga što oni žele da saopšte nama, u značajnoj meri zavisi i naš uspeh. Otuda i potreba da se interpersonalnoj komunikaciji posveti posebna pažnja i ukaže na njenu suštinu.

Veština interpersonalne komunikacije

Veština razumevanja

Komunikacija se definiše kao odnos medju pojedincima/pojedinkama pri kome se veza medju njima uspostavlja znakovima – simbolima i signalima.

Interpersonalna komunikacija je proces slanja i primanja informacija izmedju dve ili više osoba. Ona ne mora da bude razmena reči mada se komunikacija najčešće poistovećuje sa konverzacijom.

Proces komunikacije – osnovni elementi

Pošiljalac – osoba koja šalje informaciju

Namera pošiljaoca – misao, osećanje, ideja koju pošiljalac želi da prenese primaocu

Kodiranje – pošiljalac formuliše poruku tj. transformiše svoju nameru tako da se ona učini dostupna čulima primaoca. Pošiljalac na taj način prenosi svoju nameru.

Poruka – informacija poslata primaocu (kodirana namera)

Slanje poruke – slanje informacije primaocu, izjava ili neverbalna poruka

Informacioni kanal – način slanja poruke: direktan (konverzacija) ili indirektan (telefon, pismo, e-mail, fax, mediji ...)

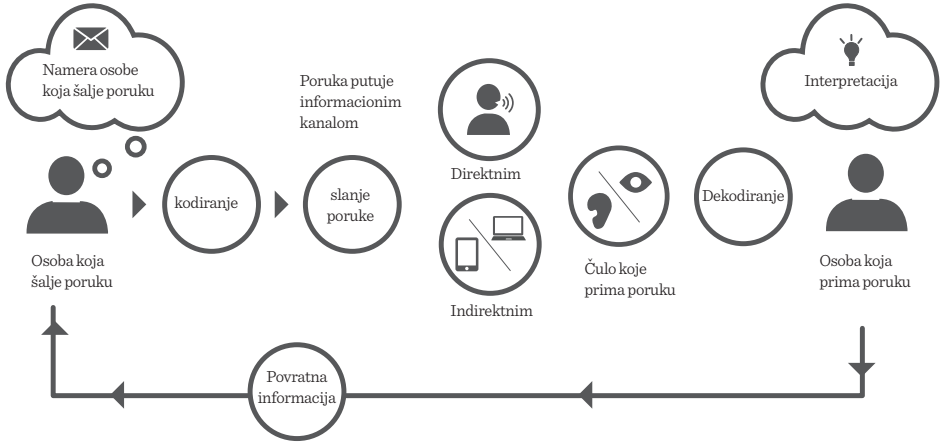
Primalac – osoba kojoj je poruka namenjena

Primalac poruke – senzorno čulo na koje poruka deluje

Dekodiranje – transformisanje poruke na način da bude razumljiva primaocu

Interpretacija – određivanje namere pošiljaoca

Fidbek – povratna informacija na osnovu koje primalac stavlja do znanja da je razumeo poruku



Šta je uspešna komunikacija

Proces komunikacije je uspešan kada primalac shvata informacije koje su mu poslate u skladu sa namerama pošiljaoca. Osnovni uslov za uspešnu komunikaciju je proveravanje da li primalac dobro razume namere pošiljaoca. I pošiljalac i primalac podjednako učestvuju u procesu uspešne komunikacije. Uspešnu komunikaciju nije lako ostvariti jer ona nije automatska i često imamo problema da jasno iznesemo svoje misli i da razumemo druge ljude. Osim toga, dobra komunikacija je osnovni uslov i sredstvo bilo kakvog timskog rada. Ona omogućava izvršavanje zadataka, pomaže pri donošenju odluka i razrešenju problema i naročito konflikata.

Kako poboljšati interpersonalnu komunikaciju

Da biste se bolje razumeli sa sagovornicima poslušajte četiri osnovna saveta:

- Govorite tako da vas čuju i razumeju drugi!
- Slušajte kako biste druge razumeli!
- Izbegavajte ponašanje koje može ometati uspešnu komunikaciju!
- Imajte na umu osnovna pravila dobre komunikacije i analizirajte ih!

Kako da govorite da bi vas drugi čuli i razumeli

- Govorite jasno
- Treba da znate šta želite da kažete
- Izbegavajte reči koje nisu svima razumljive
- Koristite kratke i proste rečenice
- Izbegavajte konfuziju – neka vam rečenice budu logične
- Budite svesni govora svog tela i pokušajte da on bude u skladu sa vašim rečima
- Prilagodite svoj način izražavanja mogućnostima slušalaca
- Prilagodite svoj način slanja informacija komunikacionom stilu vašeg sagovornika
- Zapamtite da od vas zavisi da li će vas čuti i razumeti

Kako da slušate da biste bolje razumeli

- Pokušajte da shvatite nešto više od onoga što je rečeno,
- Otkrijete nameru govornika
- Zapamtite da razumevanje poruke ne mora da znaci da se sa njom slažete,

• Obratite pažnju na govor tela vašeg sagovornika

• Pokažite svom sagovorniku da ga slušate :
- pogledom,
- stavom,
- određenim izrazima lica,
- klimanjem glavom,
- korišćenjem paralingvističkih zvukova i reči koje potvrđuju da ga slušate (» mmm«, »da, zaista«)

• Podstičite svog sagovornika da razgovara hvaleći ga,

• Proveravajte da li ste dobro razumeli ono sto je rečeno - koristite aktivne
tehnike slušanja:
- objašnjenje, razjašnjenje ,
- parafraziranje,
- hvaljenje, podsticanje,
- kratak pregled (sumiranje).

Handout 2B: Prepreke u komunikaciji

Izbegavajte ponašanje koje može ometati dobru komunikaciju

• Ne mislite na ono što želite da kažete dok vaš sagovornik govori, koncentrišite se na slušanje,

• Ne prekidajte sagovornika,

• Nemojte pretpostavljati da znate šta vaš sagovornik želi da kaže,

• Nemojte davati savete, ne tražite rešenja za vašeg sagovornika,

• Ne potcenjujte predmet rasprave,

• Nemojte čitati ili pisati dok vam se neko obraća,

• Nemojte kriti osećanja koja su obostrana,

Deset principa dobre komunikacije

1. Pokažite da vas zanima sagovornik, pokušajte da ga bolje upoznate i razumete,

2. Dozvolite drugoj osobi da govori i slušajte pažljivo,

3. Naučite da govorite o stvarima koje zanimaju druge ljude,

4. Budite oprezni sa kritikama,

5. Pažljivo iskazujte zahteve,

6. Priznajte svoje greške,

7. Hvalite ono što je vredno hvale,

8. Pokušajte da zamislite sebe u ulozi druge osobe,

9. Izbegavajte svađu i ne protivrečite,

10. Ne štedite osmehe.

Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija obuhvata: gestikulaciju, izraze lica, boju glasa, držanje, fizičku razdaljinu izmedju sagovornika. Neverbalna komunikacija u svim kulturama služi izražavanju emocija, saopštavanju interpersonalnih stavova i informisanju o sebi. Medjutim, znaci neverbalne komunikacije (naročito gestovi) često imaju različita značenja u različitim kulturama, stoga su mogući nesporazumi.

Ljudi postaju uznemireni kada se verbalna i neverbalna saopštenja ne poklapaju (npr.kada nekome kažemo da mu verujemo i pri tom ga ne gledamo u oči).

Primeri osnovnih vrsta neverbalnog izražavanja:

Gestikulacija

pokreti ruku, nogu, tela
simboli – (gestovi koji znače »O.K.«)
ponašanje koje označava ton diskusije

Dodiri

rukovanje, tapšanje po ramenu
Izrazi lica
Podizanje obrva, grimase...
Znakovi emocija – facijalna ekspresija (tuga, bes)

Kontakt očima

Gledanje pravo u oči, izbegavanje kontakta

Fizička udaljenost između sagovornika

Udaljenost između sagovornika mora odgovarati njihovim kulturološkim potrebama. To znači da se u svakom momentu mora imati na umu da li je reč o bliskoj osobi, poslovnom kontaktu, društvenom i javnom susretu i razdaljinu između sagovornika prilagoditi tome kako bi se obe strane osećale ugodno i sigurno.

Držanje

Način na koji stojimo, sedimo ili hodamo , Stresno, opušteno, drhtanje...

Paralingvistički zvuci

Kašljanje, plakanje, smejanje, zviždanje, uzdisanje...

Način govora

Intonacija, tempo...

Spoljni izgled

Lice, kosa, telo, odeća, boje...

Okruženje

Kuća, posao, kola, porodica, prijatelji...

Veština komunikacije je osnov za sve aspekte rešavanja problema, kako interpersonalnih tako i međugrupnih. Dobra komunikacija je odraz respekta s jedne strane i sredstvo za njegovo kreiranje. Ona takođe predstavlja put za uspostavljanje razumevanja i dostizanja sporazuma. Pažljivo slušanje drugog i jasno izražavanje svojih stavova pomaže da se razjasni priroda problema. Dobra komunikacija sprečava nastajanje nepotrebnih konflikata ili sprečava da postojeći konflikt eskalira. Stavovi i veštine dobre komunikacije su stoga vitalni za sve one koji žele da deluju konstruktivno na problem bilo kao sami učesnici ili medijatori.

Handout 2C:
GRUPA I TIM

Kada je na okupu nekoliko ljudi, bilo da je to vezano za posao ili ne, neminovan proces je stvaranje grupa. Grupe unutar skupa ljudi se stvaraju iz različitih razloga: na primer jer se zbližavaju ljudi koji imaju slične vrednosti, stavove ili razmišljanja, ili ljudi koji su privučeni istom osobom itd. U procesu rada takav proces je još uočljiviji. Grupe koje se stvaraju u okviru neke organizacije, ili podgrupe u okviru šire grupe koja ima nekakav zadatak su uglavnom neformalne, ali mogu biti i formalne – kao kada se formira tim koji treba da obavlja određeni deo posla. Bilo formalne ili ne, grupe prolaze kroz određeni proces stvaranja.

Handout 2D:
FAZE U RAZVOJU TIMA

Jednostavna je izmišljotina ili bajka među rukovodiocima da se tim pravi tako što se zajedno organizuje određen broj ljudi (po mogućnosti onih koji se među sobom dobro slažu) a zatim se oni puste da rade i sastaju se zajedno. I gle-vi imate tim. U stvari, tim se razvija fazno i to se događa protokom vremena.

FORMIRANJE / PREISPITIVANJE

Inicijalna faza u formiranju nove grupe se često karakteriše konfuzijom uloga koju svaka osoba treba da ima, zadataka koje treba da izvede, tipa liderŝipa i odakle ta osoba dolazi. (Može formalno postojati lider, ali su ostali u grupi svesni da bi svako drugi takođe mogao da ima ovu ulogu isto tako dobro). Ljudi su se pridružili grupi, ali sebe, pre svega, vide kao individue. Grupa još uvek predstavlja skup osoba.

Prva faza predstavlja vreme formiranja ili preispitivanja: "Zbog čega smo ovde?", "Šta se očekuje od mene da radim". Sa konfuzijom

možete očekivati takođe nemir, zabrinutost, čak ljutnju i skoro sigurno zavisnost o lidera. Kada su uloge i zadaci nejasni, ljudi doživljavaju osećanje nemira i zabrinutosti. Oni mogu biti ljuti jer su postavljeni u situaciju koja im je strana, bez jasnih uputstava i ne znaju kako da se nose sa tim. Interakcija među ljudima u ovoj fazi reflektuje odnose, predrasude, pretpostavke i netrpeljivosti koje dolaze izvan grupe. Uloge koje ljudi inicijalno pokušavaju da igraju u novoj grupi obično su slične onima koje oni igraju izvan ove grupe. Oni su upravo na pragu traženja novog identiteta: svoje uloge u grupi.

Stvaranje je faza u kojoj se grupa formira. Na samom početku sve izgleda idealno, svi su ushićeni i izgleda kao da nikada neće biti problema. Ljudi još uvek nisu svesni razlika u mišljenju.

PREVIRANJE

Druga faza unosi definiciju zadatka koji grupa treba da izvede ili cilja koji treba da dostigne. Ljudi počinju da uviđaju koju vrstu uloge oni žele da igraju u nastojanju da se cilj dostigne. Oni teže da vide sebe kao individue koje rade sa drugim pojedincima u izvođenju zadatka. Oni još uvek nisu istinska grupa, pre su skup osoba koje su se okupile oko zajedničkih namera.

Na površinu izlaze određeni predvidljivi međusobni uticaji. Mogu izbiti sukobi između onih koji žele da se posao obavi brzo i onih koji žele da proces bude pažljiviji i sporiji. Sukobi mogu izbiti i između onih koji su već odlučili kako posao treba da bude urađen i onih koji bi da eksperimentišu. Neki ljudi insistiraju da se primene rešenja koja su uneli u projekat, dok drugi brinu da li su problemi i sporna pitanja dobro definisani. Obično su tu i članovi koji žele snažna, autokratska uputstva od početka i drugi koji preferiraju da rade u demokratskoj i atmosferi otvorenosti.

Tu je obično mnogo ličnih interesa. Neki članovi žele da pridobiju uticaj u grupi, bilo da sebe vide kao prirodne vođe - kao što su stručnjaci/ eksperti o temama koje se diskutuju - ili zato što žele da vide kako grupa prihvata njihove prioritete i metodologiju. Drugi žele da iskoriste grupu kako bi povećali sopstvenu vidljivost i snagu. Članovi koji su vrlo visoko orijentisani prema zadatku mogu postati vrlo nepažljivi prema onima koji žele da se pažnja obrati na grupnu dinamiku - šta se događa među ljudima.

Do previranja dolazi kada pojedinci shvate da postoje različita mišljenja u grupi. Članovi grupe tada praktično testiraju gde su granice i dolazi do prvih konflikata i podela u grupi.

NORMIRANJE

Članovi osećaju da više nisu skup individualaca, svaki sa svojim sopstvenim ciljevima i interesima, već pravi članovi grupe koja radi skupa na postizanju zajedničkog cilja. Bez obzira na to kako su ranije videli svoju ulogu, sada je oni vide u službi grupe. Njihova prethodna uloga podređena je novoj koja je posvećena pomaganju da grupa dostigne svoj cilj. Ljudi koji su bili orijentisani prema zadatku sada razumeju da je neophodno da obrate pažnju na proces u grupi - interakciju među članovima - zato što to zahteva ravnotežu između zadatka i ljudi koji ga izvode kako bi bili efikasni.

Do ovog momenta udruživanja, članovi su zadržavali individualnost (u negativnom smislu) ili se pridruživali podgrupama da bi bili uticajniji. Podela bledi kako se ljudi identifikuju sa grupom. Grupa zadobija jedinstven identitet, baš kao što su njeni članovi jedinstvene ličnosti.
Faza normiranja nastaje kada ljudi shvate da moraju davati i uzimati, prihvatati kompromise i posvećivati se interesu grupe. Tada grupa stvara pravila/norme ponašanja unutar grupe.

IZVOĐENJE / OBAVLJANJE POSLA

Ne samo da članovi zajedno rade na zadatku ili na cilju, oni procenjuju sopstvenu efektivnost u tome. Oni eksperimentišu sa novim ulogama koje će pomoći da grupa bude uspešna, kao što je na primer vođstvo/ lidership. Formalno vođstvo može biti manje izraženo ako ga članovi ukrug prolaze. Članovi tima gledaju kako da funkcionišu u nadi da će razviti mnogo efektnije načine da dođu do cilja grupe.

Nakon što je grupa uspela da prevaziđe početne poteškoće, stvorila norme ponašanja, grupa počinje da funkcioniše dobro i efikasno izvršava zadatke.

ŽALJENJE

Grupa formirana da uradi zadatak ili projekat obično »umire« kada je posao obavljen. Tu će doći do perioda tuge kada članovi žale zbog toga što je prošlo nešto što je bilo veoma značajno, zahvaljujući učešću.
Grupe koje imaju permanentnu misiju se menjaju. Neki ljudi odlaze, drugi se priključuju. Nema umiranja. Za njih, ova faza je tačnije opisana kao asimilovanje, odnosno reformiranje. Oni uključuju nove članove kada stari odlaze. Nastaje nova dinamika. S vremena na vreme grupa menja svoj identitet kako se menjaju njeno članstvo i zadaci.

Žaljenje nastaje kada grupa prestane da postoji iz bilo kog razloga. Ova faza neminovno dolazi i tada članovi grupe prolaze kroz fazu žaljenja.

Ove faze ne moraju neminovno ići po ovom redosledu, niti je određeno vreme koje se provodi u svakoj fazi. Neke grupe se raspadnu već u drugoj fazi, a neke prolaze kroz ovaj proces više puta – na primer, ukoliko se u nekom periodu grupi pridruže nove osobe, ponovo može doći do normiranja.

Važno je još i da napomenemo da se u procesu stvaranja grupa javlja osećanje/proces koji zovemo grupnom kohezijom. To se dešava ukoliko se ljudi unutar grupe snažno identifikuje sa grupom kao celinom. Identifikovati se sa grupom kao celinom, znači identifikovati se sa pojmovima prihvatljivog i neprihvatljivog ponašanja (koji su stvoreni tokom faze normiranja), sa grupnim vrednostima i modelom 'dobrog' i 'lošeg'. Grupna kohezija je važna, ali ne mora uvek imati pozitivne rezultate. Ukoliko grupna kohezija postane suviše jaka, često se dešava da osoba koja ima drugačije mišljenje automatski bude izbačena/kažnjena na neki način, a to guši kreativnost i inovacije.

Ukoliko je grupa/organizacija dovoljno velika, ili ako postoje određene oblasti u poslu, dobro je da se formiraju timovi koji će imati određene zadatke. Timovi se mogu stvoriti kao potpuno nove grupe, ili formalizovanjem već postojeće grupe.

TIM čini mali broj ljudi sa komplementarnim veštinama, posvećenih zajedničkoj misiji i ciljevima, za čije se ostvarenje smatraju međusobno odgovornima.

Timovi su osnovne "jedinice" za većinu organizacija. Oni su veoma korisni jer ujedinjuju veštine, iskustva i perspektive nekoliko ljudi. Oni prolaze kroz iste faze stvaranja kao i bilo koja druga grupa. Ne postoji jedinstven recept za stvaranje dobrog tima, ali ćemo ovde dati karakteristike i dobrih i loših timova.

Dobri i efikasni timovi

• neguju međusobno ohrabrivanje, aktivno slušanje, poštovanje i podsticanje razmene mišljenja i ideja, prepoznavanje potreba, interesa i postignuća drugih
• dobijaju energiju kad su pred izazovom
• uvek daju bolji rezultat nego individualno delovanje ili delovanje većih grupa

• fleksibilni su i lako odgovaraju na promene zahteva ili okruženja. Većom brzinom, tačnošću i efikasnošću prilagođavaju svoj pristup novim informacijama

• ulažu dosta vremena i napora u istraživanje, oblikovanje i slaganje oko svrhe postojanja

• karakterišu duboka osećanja posvećenosti rastu i uspehu tima

PONAŠANJA KOJA IZGRAĐUJU TIM

1. Podržavanje
2. Suočavanje
3. "Čuvanje otvorenih vrata"
4. Posredovanje
5. Usaglašavanje/Uskladjivanje
6. Sumiranje
7. Posmatranje procesa
8. Slušanje drugih

U lošim, disfunkcionalnim timovima

• atmosfera je napeta i preterano formalizovana

• ili ima suviše diskusije koja ne vodi ničemu ili je nema uopšte

• članovi tima ne razumeju zašto su tu, šta treba da rade ili standarde kojima treba da teže

• ljudi ne slušaju jedni druge

• neslaganja su česta i obično vezana za ličnost

• odluke nisu zajedničke

• postoje jasni, otvoreni napadi na druge, ili prikrivena netrpeljivost

• ljudi se ne osećaju slobodnima da izraze sopstveno mišljenje

• postoji malo ili nimalo fleksibilnosti u načinu na koji funkcionišu

• lider dominira timom i više pažnje je usmereno na to ko ima kontrolu nego na obavljanje posla

PONAŠANJA KOJA PODRIVAJU TIM

• Ućutkivanje
• Analiziranje i etiketiranje
• Dominiranje
• " Da, ali...."
• Negiranje (govorenje "ne")

Uloge u timu

Obzirom da svi ljudi imaju jake strane i slabosti u različitim oblastima, najbolje je kad se u timu nalaze ljudi koji se međusobno dopunjuju. U skladu sa tim, kažemo da postoje "uloge" u timu, što znači da svako preuzima delove posla koji najbolje odgovaraju njihovim jakim stranama. Teoretičari daju nekoliko tipologija tih uloga a ovde ćemo navesti podelu koju je osmislio Belbin, 1981:

• **osoba koja vodi** - osoba koje vodi računa o tome kako tim radi

• **osoba sa idejama** - smišlja nove načine i ideje

• **osoba od akcije** – promoviše ideje među drugima, pokreće proces pretvaranja ideje u realnost

• **organizator/ka** – organizuje podelu posla

• **osoba za spoljne kontakte** – koja proverava kako stvari funkcionišu u okruženju

• **timski radnik/ca** – podržava tim, i održava timski duh

• **kontrolor/ka** - analizira i evaluira

• **perfekcionist/kinja** – brine o rokovima i da svi detalji budu završeni

Bez obzira na podelu, najbitnije je razumeti da su sve uloge podjednako važne, odnosno, da timovi neće dobro funkcionisati ukoliko nema osobe sa nekom od ovih uloga. Kada je manji broj osoba u timu, jedna osoba ispunjava više uloga.

Handout 2E:
KAKO DA IZGRADITE DELOTVORAN TIM?

Prvi i najosnovniji korak u postizanju uspeha vašeg tima je stvaranje uslova koji potpomažu saradnju.

Članovi vašeg tima trebalo bi da sarađuju u cilju da tim postigne svoje ciljeve i da delotvorno radi

Kako da stvorite uslove koji potpomažu saradnju? Ovde je navedeno šest ključnih faktora koji stimulišu dobar timski rad:

1. Zajednički cilj – zajednička vizija
Svi članovi tima imaju isti cilj, razumeju ga i usmereni su na njegovo postizanje

2. Poverenje i dobri medjusobni odnosi
Članovi tima veruju i poštuju jedni druge i mogu da se pouzdaju jedni u druge.

3. Jasna podela uloga
Svako zna šta tim od njega očekuje I zna kako on može da dovede tim do uspeha

4. Komunikacija
Trebalo bi da bude otvorena, bilateralna i u skladu sa principima delotvornog razumevanja.

5. Različitost
Članovi tima znaju da se njihove vrednosti, stilovi, iskustvo i znanje razlikuju od tih karakteristika drugih članova i oni poštuju te razlike.

6. Ravnoteža izmedju zadataka i medjusobnih odnosa
Sa takvom osnovom za saradnju mogu se izgraditi drugi faktori za uspeh vašeg tima:

- Konstruktivne metode rešavanje konflikta
- Otvorenost za promene i inovacije
- Donošenje jednoglasnih odluka
- Kreativno rešavanje problema
- Šta bi još trebalo dodati?

Handout 2F:
KARAKTERISTIKE USPEŠNOG I NEUSPEŠNOG TIMA

USPEŠAN	NEUSPEŠAN
INFORMACIJE	
Teku slobodno u svim pravcima	Uglavnom odgore prema dole
Svi znaju sve	Gomilaju se i zadržavaju
Otvorene i poštene	Koriste ih radi manipulisanja, moći
	Nepotpune, nejasne, zbrkane
ODNOSI MEĐU LJUDIMA	
Poverenje	Sumnjičenje i grupisanje
Poštovanje	Pragmatični, zasnovanim na potrebama i simpatijama
Saradnja	
Podrška i pomoć	Takmičarski suzdržani

USPEŠAN	NEUSPEŠAN
KOFLIKTI	
Smatraju se prirodnom pojavom Konflikti su korisni Odnose se na pojave, ne na ljude	Užasavaju ih se i izbegavaju ih destruktivni Umešani su motivi i ličnosti ljudi
ATMOSFERA	
Otvorena Niko se ne oseća ugrožen Nema takmičenja Svi učestvuju	Zatvorenost u male grupe Osećaj ugroženosti i straha “mi i oni” Rezervisanost
ODLUKE	
Donose se kosenzusom Efikasno se koriste potencijali/resursi Potpuna predanost	Većinom glasova ili nametanjem Bitna je moć Konfuzija i neusaglašenost
KREATIVNOST	
Uvek otvoreno više mogućnosti Orijentacija ka najboljem rešenju	Kontrola moćnih grupa Orijentisana na proces, ne na cilj
PODELA MOĆI	
Učestvuju svi “neka pobedi najbolji” Zavisi od doprinosa timu	Čuva se u zatvorenim grupama Politiciziranje, savezi Svako gleda lične interese Korist moćnim grupama/pojedincima
MOTIVACIJA	
Posvećenost zajedničkim postavljenim ciljevima Zadovoljenje odgovarajuće lične potrebe Veće šanse za postizanje zajedničkog cilja	Otaljavaju se nametnuti ciljevi Prinuda i pritisci Ignorišući se lične potrebe/ciljevi Lični doprinos se vrednuje van konteksta uspeha grupe
POHVALE I PRIZNANJA	
Zasniva se na doprinosu grupi Ceo tim učestvuje u ocenjivanju Orijentisana na proces, ne na cilj	Ne zna se na osnovu čega Zasnovano na subjektivnom, često ocene/priznanja dolaze spolja

PRILOZI:

PRILOG 1:

Napomena: Trener/ica može koristiti bilo koji crtež koji ima što više detalja na sebi

PRILOG 2:

TROMINUTNI TEST

1. Pročitajte sve pre nego što uradite bilo šta;

2. Napišite svoje ime u gornjem desnom uglu papira;

3. Zaokružite reč „ime“ u drugoj rečenici;

4. Nacrtajte pet malih kvadrata u gornjem levom uglu papira;

5. Napišite ponovo svoje ime ispod naslova na ovom papiru;

7. Potom ispod imena napišite „ Slušam aktivno“;

8. Recite glasno svoje ime;

9. Napišite „X“ u donjem levom uglu ovog papira;

10. Ukoliko vam se ne dopada ovaj test, napišite „DA“, u suprotnom „NE“ u donjem desnom uglu;

11. Napišite svoje PREZIME pored ovog pitanja;

12. Na desnoj strani ovog papira pomnožite 66 sa 7;

13. Nacrtajte pravougaonik oko reči „papira“ u četvrtoj rečenici;

14. Ukoliko mislite da ste dovde pažljivo sledili instrukcije, stavite x pored pitanja ;
15. Recite glasno da ste majstori u rešavanju testa

16. Brojte na glas unazad od 10 do 1;

17. Okrenite papir i nacrtajte veliko srce i brzo se vratite na test;

18. Sada, kada ste sve pažljivo pročitali, kao što je rečeno u instrukciji broj 1, uradite samo instrukciju broj 2.

PRILOG 3 :

OHRABRUJE KVALITETNU KONVERZACIJU

• Gledanje u govornika;

• Ohrabrivanje govornika (npr. Klima-njemglave, osmehomitd.)

• Verbalnoohrabrenje;

• Pokazivanje razumevanja, strpljenjai prihvatanja;

• Pokazivanje zainteresovanosti;

• Traženje objašnjenja postavljanjem pitanja;

• Davanje dobrog, konkretnog i određenog saveta;

• Dopuštanje govorniku da razvije poentu bez prekidanja;

• Izbegavanje kriticizma i ocenjivanja;

• Zadobijanje poverenja (npr. sve što kažete ostaće strogo poverljivo).

NE OHRABRUJE KVALITETNU KONVERZACIJU

• Negledanje u govornika;

• Nedostatakrazumevanja i simpatije;

• Neslušanjerečenog i postavljanjepitanja;

• Kritikovanje i ocenjivanjegovornika;

• Previšepriče, premaloslušanja;

• Raspravljanje;

• Pričanje o sebi;

• Zauzetost drugim predmetom za vreme slušanja (npr. Pregledanje beleškiilizagledanjenoktiju);

• Ismejavanje govornika, ne uzimatiga/je za ozbiljno.

PRILOG 4 :

Crtanje čovečuljka: na belim A4 paiprima napišite sledeće (ukupno 6 papira): na jednom papiru napišite glava, na drugom noga, na trećem noga, na četvrtom ruka, na petom ruka, na šestom trup. Pošto imamo dve grupe, ponovite isto za drugu grupu: na jednom papiru napišite glava, na drugom noga, na trećem noga, na četvrtom ruka, na petom ruka, na šestom napišite trup.

PRILOG 5:

Učesnicima se ispriča sledeća priča:

Jednog zimskog dana grupa mladih pingvina pošla je u obližnji Ledengrad na koncert poznate grupe iz Pingvingrada. Pošto mesto nije bilo daleko, odlučili su da saonice ostave kod kuće i krenu peške.

Prethodnih dana napadao je divan sneg, uživaće u šetnji, razmišljali su svi. U trenutku kada su zašli na teritoriju do koje, do sada, baš i nisu često dolazili, počeo je da pada mrak.

- Hmm, mrak je pao brže nego što smo očekivali. Požurićemo, Ledengrad nije daleko - pomisli Pingvin koji je išao prvi.

Ne prođe dugo, a sneg poče da pada i ubrzo se pretvori u pravu mećavu. Jedva su nazirali put i obrise horizonta pred sobom. Zastali su za trenutak i pogledali se, zbunjeni i uplašeni.

- Ići ćemo ovim putem - reče Pingvin koji je išao prvi i počne se probijati kroz mećavu. Ostali krenuše za njim. Pingvin sa žutim šalom je prišao, zbijao šale, trudio se da im odagna zastrašujuće misli.

Mesec je izašao toliko svetao, da su se, odjednom, ispred njih jasno nazreli obrisi puta. Mali pingvin istrča ispred grupe, izvidi deo puta koji je pred njima i vrati se da ih obavesti.

- Na zaleđenom zalivu ispred nas ima pukotina! - reče on uznemireno.

- Pogledajte! - uzviknu pingvin sa čudnom kapom, pokazujući na gomilu drveta pored puta. - Stanemo li na komad drveta i zaletimo se sa one padine, moći ćemo da ga iskoristimo kao skejt - brže ćemo preći zaliv i lakše izbeći pukotine.

- Imam plan - reče pingvin sa šarenim rukavicama.

- Ako budemo išli jedan po jedan, moći ćemo svi da pređemo, a da led ne pukne.

Pingvin u zelenoj majici primeti da mali pingvin usporava hod. - Ne plaši se - reče mu - biću sve vreme uz tebe.

Likovi koji su bitni za priču:

- pingvin koji je išao prvi,
- pingvin sa žutim šalom,
- mesec,
- mali pingvin,
- pingvin sa čudnom kapom,
- pingvin sa šarenim rukavicama,
- pingvin u zelenoj majici.

PRILOG 6:

POVEZIVANJE ULOGA U TIMU SA ZADACIMA

Kartice sa situacijama/zadacima:

1. YB grupa treba da odluči o uređenju Trening centra, unutrašnjih prostorija (učionice, kuhinje, potkrovlja). Takođe, usled donacije koju su dobili za čitaonicu i biblioteku, treba da osmisle i organizuju sređivanje ove prostorije.

2. YB grupa treba da odluči o destinaciji ekskurzije, agenciji koju bi eventualno angažovali i o načinu pokrivanja troškova tj. pronalaženju sredstava.

3. YB grupa treba da odluči o uvođenju novih aktivnosti u Trening centru (koje su to sekcije, ko će ih držati, gde će se održavati, u koje vreme i kojim danima, koji broj učesnika može biti primljen, ko vrši selekciju i po kojem kriterijumu, na koj inačin i dr.).

4. YB grupa treba da odluči o organizovanju poseta bioskopu u Domu kulture I svečanoj večeri pošto im u posetu dolazi YB grupa iz Novog Pazara. Treba i da osmisle radni program u trajanju od dva dana kako bi razmenili iskustva sa njima.

PRILOG 7:

Materijal za rad za učesnike - upitnik "Provera stanja tima" za svakog učesnika

Svaku stavku upitnika pažljivo pročitajte i procenite koliko se slažete sa izrečenomtvrdnjom, ocenama od 0 do 5, prema dole navedenim značenjima ocena:

5 - potpuno se slažem (navedeni aspekt funkcioniše i više no što se to određenjemove stavke upitnika podrazumeva);

4 - slažem se (aspekt funkcioniše, ali ne idealno);

3 - delimično se slažem (funkcioniše, ali samo delimično zadovoljava određenjenavedeno u stavki upitnika);

2 - uglavnom se ne slažem (slabije funkcioniše, uglavnom ne zadovoljava opis datu stavki upitnika);

1 - ne slažem se (tek smo počeli da radimo na tome, za sada ne funkcioniše);

0 - apsolutno se ne slažem (ništa nije urađeno na tom planu; opis iz stavke upitnikauopšte se ne može primeniti na naš tim).

Odgovarajuću ocenu upišite pored tvrdnje na koju se ona odnosi.

UPITNIK

SVRHA/USMERENJE

a) tim ima jasan cilj, poznat svim članovima
b) vizija tima i kriterijumi uspešnosti jesu izazovni, smisleni i uzbudljivi članovima
c) članovi razumeju kako se rad tima uklapa uširi okvir u kojem tim funkcioniše

VOĐSTVO TIMA

a) voditelj nalazi adekvatnu ravnotežu između usmeravanja aktivnosti tima i podrške i otvorenosti za doprinos članova
b) voditelj diskutuje sa timom o ključnim pitanjima
c) voditelj delegira odgovornost i vođstvo članovima u oblastima njihove stručnosti

ULOGE U TIMU

a) članovi tima razumeju svoje uloge i u čemu se one preklapaju sa ulogama drugih članova
b) članovima je jasno šta se od njih u timu očekuje
c) članovima je jasno koje su individualne snage i doprinos svakog člana tima

PROCES

a) sastanci tima su efikasni
b) tim je otkrio i primenjuje bolje načine rada
c) tim ima efikasan način rešavanja problema i donošenja odluka
d) tim ima dovoljno resursa (ljudi, novca,vremena) za obavljanje posla

KOMUNIKACIJA

a) svako ima utisak da članovi tima uvek saslušaju njegove ideje
b) različitosti i konflikti prevazilaze se otvoreno i konstruktivno
c) interakcija članova je otvorena i poštena

ODNOSI

a) različita iskustva, veštine i sklonosti članova prihvaćeni su i korišćeni u timu
b) među članovima tima prisutno je poverenje i otvorenost
c) novi članovi osećaju se uvaženim i brzo postaju produktivni članovi tima
d) tim preuzima odgovornost za svoje uspehe i neuspehe i izbegava prebacivanje krivice na druge ljude ili grupe

PRILOG 8:

MATERIJAL ZA UČESNIKE – STVARI

- baterijska lampa
- kamperski nož
- pilotska mapa područja
- plastična kabanica
- kompas
- pribor za prvu pomoć sa zavojima
- pištolj kalibra 0.45 napunjen
- padobran crveno-beli
- litar vode
- Knjiga " Životinjske vrste na ostrvu"
- jedan par naočara za sunce
- jedno malo ogledalo

PRILOG 9 :

Recept za uspeh

Učesnicima se podeli šablon recepta. Trener/ica im kaže da napišu svoj tajni recept za uspeh tima.

Podsetiti ih da svaki recept ima dva dela: sastojke i proces. Ako je potrebno, olakšati im razmišljanje navodeći da bi neki od sastojaka mogli biti poverenje, ravnopravno učešće, pouzdanost, motivisanost, međusobna podrška...

Procesi bi mogli biti: mešati,ohladiti, držati toplo, čekati, dodati...

RECEPTI ZA USPEH

Iz kreativne kuhinje

Sastojci

Proces

TEMA TRI: VULNERABILNE GRUPE

Dan: 8

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Povećati nivo znanja o vulnerabilnim grupama u zajednici

2. Razumeti socijalni model invaliditeta

3. Podići nivo informisanosti o rodnoj ravnopravnosti

Vreme

4 sata 30 minuta (09.00 – 15.00)

Prikaz sesije

A. Vulnerabilne grupe (1 h 10 min.)

B. OSI (2h 10 min.)

C. Pol i rod (1h 10 min.)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru

• Instrukcije za vežbe (pogledati priloge)

• Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

3A – Vulnerabilne grupe

3B – (OSI) Modeli invalidnosti

3C – Pol i rod (Rodna ravnopravnost)

Priprema

Pre početka sesije, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara. Ispisati vulnerabilne grupe (videti 3A Vulnerabilne grupe), zatim napisati definiciju vulnerabilnosti (videti 3A Vulnerabilne grupe), ispisati uzroke nastanka, vrste invalidnosti, statističke podatke (videti 3B OSI), kriterijume za modele invalidnosti (videti 3B OSI – Modeli invalidnosti), zatim definicije i karakteristike oba modela invalidnosti (videti 3B OSI – Modeli invalidnosti), vrste prepreka sa kojima se susreću OSI (videti 3B OSI- Modeli nvalidnosti), šta je rod a šta pol (videti 3C Pol i rod)

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUT-u 3A/3B/3C su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi definicije i sadržaj iz drugih materijala i koje su razvile i lokalne organizacije.
Pre svakog početka radionice trener/ica daju uvodnu igru koja ima za cilj da podigne energiju grupe, takođe, nakon pauze za ručak obavezno dati igricu koja ima za cilj da podigne koncentraciju.

A. VULNERABILNE GRUPE (1 H 10 MIN.)

Korak 1 (5 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Vulnerabilne grupe. Objasnite da će tokom jednodnevne radionice, učesnici naučiti šta su to vulnerabilne grupe, šta podrazumeva pojam OSI, koji to modeli

invalidnosti postoje i šta je rod a šta pol. Istaći značaj bavljenja vulnerabilnim grupama u kontekstu lokalne zajednice, potrebu da im se pruže jednake mogućnosti, podrška i solidarnost kao i njihovo aktivno uključivanje u život zajednice.

Prođite kroz program jednodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (5 minuta)

Podsetite učesnike/ce na ciljeve učenja radionice i pitajte učesnike/ce da li su ciljevi razumljivi i kako im se čine, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju radionice. Zatim, u dogovoru sa učesnicima proverite da li pravila rada od prošle nedelje mogu ostati ista ili žele da nešto dodaju. Ako žele dodati, ista zapišite na već postojećem FC papiru sa pravilima rada kako biste mogli da se pozovete na njih u toku rada.

Korak 3 (10 minuta)

Dan počnite igrom koja je uvod u temu Vulnerabilne grupe. Igra se zove „Primećujem". Učesnici se podele u parove. Stolice se nameste tako da svako sedi naspram svog partnera. Instrukcija je sledeća: parovi se posmatraju bez reči, od glave do pete, a zatim se stolice okrenu za 180 stepeni, tako da partneri sede leđima okrenuti jedan drugom (više se ne vide). Zadatak svakog od para je da opiše kako njegov partner danas izgleda (boja očiju, pantalone/suknje, minđuše, boja cipela/patika, itd.). Učesnici za posmatranje imaju 3 minuta. Cilj vežbe je da učesnici zaista primete i vide osobu pored sebe, podsticanje okrenutosti ka drugima i njihovoj različitosti. Naglasiti da ne možemo na osnovu posmatranja vrednovati ljude oko nas, na osnovu boje kose, odevanja i sl. jer na taj način doprinosimo održavanju stereotipa i predrasuda, a možemo i diskriminisati ljude. Najaviti da će zbog važnosti teme, u toku naredne nedelje dva dana biti posebno posvećena temi diskriminacije.

Korak 4 (30 minuta)

Pojam Vunerabilnih grupa se dodatno učesnicima približava kroz vežbu (videti prilog 1 " Izbaci uljeza"). Trener/ica podeli učesnike/ce u 4 grupe. Svaka grupa dobija unapred pripremljene A4 listove na kome se nalazi po pet ličnosti. Zadatak svih grupa je da na nivou svoje grupe prodiskutuju o tome ko ne pripada grupaciji na papiru. Sledi prezentacija grupa i objašnjenje o tome koga su izostavili sa liste i zašto, šta je slično, a šta različito između ličnosti, zašto su to osetljive grupe. Kada svi završe, trener/ica razvrstava ove ličnosti u opštije kategorije vulnerabilnih grupa koje su prethodno pripremljene i ispisane na FC papiru npr: deca bez roditeljskog staranja, stariji od 65 godina, nezaposleni, Romi, osobe sa invaliditetom žene itd. Učesnici/ce imaju 15 minuta za diskusiju unutar grupe, i 10 minuta za prezentaciju. Sumiranje trenera/ice traje 5 minuta i naglašava zbog čega te osobe pripadaju osteljivim grupama, a to su nejednakost i neravnoravnost, izolovanost, siromaštvo, zavisnost od drugih, nisko samopouzdanje i nedostatak motivacije itd.

Korak 5 (20 minuta)

Sledeća sesija je interaktivni input (videti 3A Vulnerabilne grupe) gde trener/ica objašnjava pojam i poreklo reči vulnerabilnost, njeno značenje i prevod, povezuje sa prethodnom sesijom i podgrupama ispisanim na FC papiru iz prethodne sesije, odgovarajući na pitanja zašto su te podgrupe u toj grupi? Šta ih čini ranjivim? Šta su uzroci? Kakvu podršku treba da očekuju? Od koga? Itd. Naglasiti da je odgovornost na zajednici da brine o osetljivim grupama, i kako će organizovati servise podrške osetljivim grupama. Povezati sa prvom temom lokalna zajednica i aktiviz-

mom građana, dati primer udruženja građana koja su organizovana u cilju davanja podrške osetljivim grupama, kao i primere prethodnih YB grupa. Trener/ica pita učesnike/ce kakav je nivo podrške u njihovoj zajednici, traže se od učesnika primeri .Trener/ica takođe daje primere ukoliko učesnici ne mogu da se sete.

B. OSI (2H 10 MIN.)

Korak 1: (25 minuta)

Ovu sesiju započnite kratkim filmom o inkluziji (videti prilog 2), a kad odgledate film, sledi grupna diskusija: šta su učesnici/ce primetili u filmu, kako su se osećali prilikom gledanja filma, imaju li neke primere iz okruženja koje bi podelili sa grupom. . Trener/ica može podeliti neko svoje iskustvo. Vreme trajanja sesije: 15 minuta za film, 10 minuta za grupnu diskusiju.

Korak 2 (15 minuta)

Trener/ ica najavljuje da ćemo se osvrnuti na terminologiju koja je važna kada govorimo o osobama sa invaliditetom. Trener/ ica deli učesnike/ce u parove, i deli im stikere na kojima će zapisati sve termine za koje su čuli i za koje znaju, a odnose se na osobe sa invaliditetom. Trener/ica može na FC papiru imati ispisano nekoliko primera ispravne i neispravne terminologije, da olakša učesnicima ukoliko ne dobije dovoljno primera. Kako koji par završi, lepe stikere na FC papir, a zatim trener/ica čita sve i grupiše stikere na kojima su ispisani termini sa korektnom terminologijom i stikere na kojima nije korektna terminologija. Trener/ica upućuje na „politički korektan jezik“ i objašnjava zašto je to značajno, daje primer medija, zvaničnih dokumenta i sl. Za ovu vežbu predviđeno je 15 minuta, 5 minuta za pisanje na stikerima, i 10 za sumiranje. Trener/ica na kraju sumira zbog čega je bitno koristiti adekvatnu terminologiju, osetljive društvene grupe su već izolovane iz društva i nazivi koji imaju negativnu konotaciju samo doprinose još većoj stigmatizaciji i otuđenosti ljudi iz ovih grupa.

Korak 3: (10 minuta)

Posle ove sesije, zamolite učesnike da se prisete nekih osoba sa invaliditetom iz javnog života (pevači/ce, glumci/ice, naučnici/ce, sportisti/kinje itd.) metodom oluje ideja, i zapisujte sve što učesnici izlistaju tom prilikom. Zahvalite im se na primerima kojih su se setili, a i sami dodajte neke ličnosti za koje znate da pripadaju grupi OSI. (Lista OSI iz javnog života nalazi se u prilogu 3). Prodiskutujte nakratko sa učesnicima/cama o onome što su nabrojali. Sumirati da invaliditet nije prepreka profesionalne, lične uspešnosti, postizanja rezultata i motivisanosti za lični i poslovni razvoj.

Korak 4: (10 minuta)

Sledi interaktivni input (videti 3B OSI – Modeli invalidnosti) o tome koje sve vrste invalidnosti postoje (možete povezati sa onim što su učesnici/ce izlistali u sesiji kroz oluju ideja) , obratiti pažnju na terminologiju, koji su uzroci nastanka, pomenuti istorijski odnos društva prema invalidnosti, statističke podatke o rasprostranjenosti. Pitati učesnike u diskusiji kako je u njihovim zajednicama, da li ima osoba sa invaliditetom i kako se zajednica odnosi prema njima. Na FC papiru unapred pripremiti sadržaj (uzroke nastanka, vrste invalidnosti, statističke podatke).

Korak 5: (45 minuta)

Sledi vežba za modele invalidnosti (socijalni i medicinski), (videti prilog 4) u kojoj se učesnici dele u 4 grupe, svaka od grupa dobija kartice sa izjavama koje karakterišu odnos ljudi prema osobama sa invaliditetom (neke će se i ponavljati, nije problem). Trener/ica je prethodno ispisao/la na FC papiru kriterijume za određivanje da li je u jednoj zajednici prisutan socijalni ili medicinski model. Učesnici prateći kriterijume komentarišu svoju

karticu da li izjava na kartici pripada socijalnom ili medicinskom modelu. Karticu lepe na unapred pripremljen FC papir na zidu koji je podeljen na dva dela sa ispisanim naslovom socijalni i medicnski model. Za ovu vežbu imaju 20 minuta (za razgovor i odgovore), i 15 minuta za prezentaciju i diskusiju. Zatim sledi sumiranje i interaktivni input gde trener/ica objašnjava modele invalidnosti i karakteristike oba modela, povezujući sa produktima iz vežbe i na osnovu odgovora grupa, sledi objašnjenje šta ukazuje da je jedan model preovlađujući i diskusija sa grupom zašto se to javlja. Imati unapred ispisano na FC papiru osnovne karakteristike oba modela. Vreme trajanja interaktivnog inputa je 10 minuta.

Korak 6: (25 minuta)

Zatim se učesnici dele u 4 grupe i imaju za zadatak da izlistaju što više prepreka za koje znaju da se OSI suočavaju u svakodnevnom životu. Za ovu vežbu je predviđeno 10 minuta za rad u grupama, i 10 minuta za prezentacije. Trener/ica potom sumira i pojašnjava koje to vrste prepreka postoje i grupiše ih u fizičke, psihološke, socijalne (prethodno spremljen FC papir na kojem su ispisane vrste prepreka). Na kraju trener/ica sumira čitav blok podsećajući učesnike/ce na uspešne ljude osobe sa invaliditetom iz javnog života, i time da su dosadašnji polaznici Youthbuild programa značajno doprineli smanjenju fizičkih prepreka za OSI izgradivši rampe za osobe sa invaliditetom. Za sumiranje ovog koraka je predviđeno 5 minuta.

C. ROD I POL (1H 10 MINUTA)

Korak 1: (30 minuta)

Sledi vežba kao uvod u temu rod/pol (videti prilog 5). Trener/ica sredi prostoriju tako da skloni stolice što više ka zidu, a da na sredini prostorije ne ostane ništa, osim jedne linije koja se obeleži tapetarskom trakom. Trener/ica daje instrukcije grupi: svi stanu na liniju, trener/ica ima unapred pripremljene izjave koje se odnose na temu rod i pol i objašnjava učesnicima/cama da će ih čitati jednu po jednu, a da je njihov zadatak da ako se slažu sa izjavom, iskorače napred, ako se ne slažu sa izjavom idu korak nazad, a ako su neodlučni ili se donekle slažu sa izjavom, ostanu na liniji. Trener/ica potom čita izjavu po izjavu, i posle svake izjave sledi kratka diskusija onih koje se slažu i koji ne, u toku diskusije možda neko i promeni mišljenje, pa zašto je promenio mišljenje, šta ga je navelo da promeni poziciju itd. Za ovu vežbu predviđeno je 25 minuta. Na kraju trener/ica sumira sesiju tako što naglašava da svako od nas ima svoje mišljenje koje nije uvek ispravno, da nas stereotipni stavovi mogu navesti na pogrešno mišljenje, treba se truditi razumeti one koji su drugačiji od nas i poštovati različitost, i da i ova vežba doprinosi menjanju stavova među učesnicima kroz njihovu međusobnu dikusiju i iznošenje stavova. Za sumiranje je predviđeno 5 minuta.

Korak 2: (20 minuta)

Trener/ica deli učesnike u parove i deli im unapred pripremljene testove (videti prilog 6), koju učesnici/ce rade u paru. Za rešavanje testa imaju predviđenih 5 minuta, i 10 minuta za grupnu diskusiju. Trener/ica sumira nakon diskusije da je test bio neka vrste provere znanja učesnika/ca o tome šta je rod a šta pol i pita učesnike/ce kako im je bilo raditi u paru, kako su dolazili do odgovora i da li je bilo teško da se dogovore ako je bilo različitih odgovora na isto pitanje. Sumiranje traje 5 minuta.

Korak 3: (15 minuta)

Test iz prethodne sesije je uvod u samu temu šta je pol, a šta rod. Trener/ica na unapred pripremljenom FC papiru ima određene definicije pojmova rod i pol, i kroz interaktivni input diskutuje sa grupom, objašnjava ključne razlike između roda i pola, i pojašnjava učesnicima da je to osnova razumevanja

rodne ravnopravnosti i daje primere za rodnu ravnopravnost posebno kako je zakonski okvir to regulisao.

Korak 4: (5 minuta)

Trener/ica sumira čitav dan, ističući ključne tačke učenja: vulnerabilne grupe ljudi su svuda u našoj okolini i žele da žive životom koji je dostojan, socijalni model invalidnosti je humaniji pristup koji teži omogućavanju uslova za ravnopravan položaj osoba sa invaliditetom jer iako svi ljudi nisu isti, svi ljudi imaju ista prava! Pojmovi rod i pol imaju različito značenje i ne treba ih izjednačavati. Trener/ica ohrabruje učesnike da postave pitanja ukoliko im je nešto bilo nejasno, a zatim se zahvaljuje učesnicima na interaktivnom i uspešnom radu

Handout 3A

VULNERABILNE GRUPE

Postoje različite definicije u različitim sredinama i za različite svrhe , najčešće u odnosu na neke osnovne
karakteristike:

- finansijski uslovi
- mesto boravka
- kulturno poreklo i etnicitet
- godine
- pol
- zdravstveno stanje
- drugo

Vulnerabilnost je individualna predispozicija određena pojedinačnim ili grupnim faktorima porekla

- biološkog
- psihološkog
- socijalnog

Pod vulnerabilnim grupama podrazumevamo grupe koje su na periferiji, neuticajne i koje su uskraćene za pristup socijalnim, ekonomskim, političkim i kulturnim pravima koja su dostupna drugima. U vulnerabilne grupe ubrajamo:

- stare ljude,
- dugotrajno nezaposlene,
- porodice sa jednim roditeljem,
- osobe sa invaliditetom,
- Rome
- etničke manjine,
- siromašne,
- žene,
- decu i mlade,
- izbeglai raseljena lica
- osobe obolele od teških bolesti,
- LGBTIQ populaciju,
- beskućnike,
- manjinske verske grupe.

Ovo nije neki konačni spisak vulnerabilnih grupa, jer se svako od nas, u određenom trenutku, može naći na marginama društva bez mogućnosti ostvarivanja svojih, zakonom zagarantovanih prava.

Handout 3B

MODELI INVALIDNOSTI

Izvori diskriminacije uglavnom su predrasude, neinformisanost itd, **a u slučaju invalidnosti to može biti i dominantan model u jednom društvu**. Iz vladajućeg modela invalidnosti proizilaze dominantni društveni stavovi o osobama sa invaliditetom, koji direktno ukazuju na njihovo mesto i ulogu u društvu u kome žive.

Model je, inače, pristup ili odnos prema invalidnosti, a sledeći kriterijumi mogu se uzeti kao reference za odredjivanje vladajućeg modela invalidnosti u jednom društvu:

1. Šta ili ko je centralni problem, tj. ko ili šta treba da se menja?

2. Kakvo je shvatanje invalidnosti?

3. Kako je organizovano društvo?

4. Koje su dominantne službe?

5. Kakav je polozaj osoba sa invaliditetom?

I MEDICINSKI MODEL INVALIDNOSTI

Medicinski model invalidnosti u centar stavlja osobu koja ima oštećenje (fizičko, mentalno ili senzorno) na osnovu koga se daje određena dijagnoza.

Prema ovom, i kod nas dominantnom pristupu, društvo je organizovano tako da nastoji da "popravi" ili rehabilituje osobu sa invaliditetom, kako bi funkcionisala poput ostalih koji ne pripadaju ovoj marginalizovanoj grupi.

U ovom pristupu dominiraju lekari, medicinske sestre, defektolozi, psiholozi, socijalni i humanitarni radnici..., koji se "brinu" o osobama sa invaliditetom. Takođe, organizuju se razne specijalne službe, specijalne škole, specijalne ustanove, specijalni prevoz... Sama osoba koja ima neki oblik invalidnosti je svedena na pasivnog primaoca tuđe pomoći, koja ne može bitnije da utiče na svoje odluke, koja je izolovana, nema mogućnosti da se školuje u tzv. redovnim školama, da se zapošljava i da bude ekonomski nezavisna, koja ne može samostalno da se kreće, da koristi javni saobraćaj, da zasniva svoju porodicu, koja živi sa nizom nezadovoljenih potreba i kojoj su, jednom rečju - uskraćena osnovna ljudska prava. Sve to proističe iz uverenja da su "bolest" i "bespomoćnost" osnovna, imanentna osobina osoba sa invaliditetom. Invaliditet se, dakle, shvata kao lični, a ne kao društveni problem, iako nije izazvan ničijom voljom ili krivicom.

II SOCIJALNI MODEL INVALIDNOSTI

Socijalni model invalidnosti, koji se sada promoviše u razvijenijim zemljama i kome i mi težimo, u centar problema ne stavlja osobu, već društvo koje osobama sa invaliditetom nije omogućilo da samostalno i nesmetano funkcionišu, te tako problem vidi u okruženju u kome osobe sa invaliditetom žive.

Dakle, ono što treba popraviti, promeniti, po ovom shvatanju nije osoba koja ima invaliditet, već društvo koje je diskriminiše. Po ovom modelu, lekari su ograničeni na to da izađu u susret medicinskim potrebama, ali same osobe sa invaliditetom mogu proceniti koje su njihove potrebe da bi imale život koji ih zadovoljava. Dakle, na prvom mestu je ličnost, dok je invalidnost na drugom mestu.

Drugim rečima, invalidnost se shvata kao društveni, a ne kao lični problem, budući da društvo ne pruža invalidima, kao ni ostalim marginalizovanim grupama, podjednake šanse za normalan život bez prepreka, već stvara zavisnost, predrasude, neznanje, nedostatak objektivnih uslova, izolovane porodice, siromaštvo, oduzima kontrolu nad ličnim životom, ne pruža adekvatne servise, dovodi do prezaštićenosti ili do potpune izolovanosti pojedinca sa određenim tipom invalidnosti.

Po ovom modelu, osoba sa invaliditetom mora imati uticaj na politiku, razvoj i pružanje usluga koji se tiču njihovih potreba. Dakle, adekvatni servisi, npr. službe personalnih asistenata, pristupačne institucije i infrastruktura, bez prefiksa "specijalni", odnosno samostalan život, uticaj na donošenje odluka, pravo na izbor, puno poštovanje osnovnih ljudskih prava - prava na samostalno kretanje, na integrisano školovanje, zapošljavanje, na ekonomsku sigurnost..., zastupljeni su u zemljama u kojima je ovaj model dominantan, u Americi na primer. Na taj način invalidnost prestaje da bude samo deo socijalne zaštite, već postaje pitanje osnovnih ljudskih prava.

Socijalni ili društveni koncept invalidnosti, kao bolji, humaniji, treba da dovede do stva-

ranja demokratskog, civilnog društva, koje jedino može da omogući uslove za ravnopravan položaj osoba sa invaliditetom.

Taj model bi trebao da postane i kod nas dominantan, **jer iako svi ljudi nisu isti, svi imaju ista prava!**

Handout 3C

Pojmovi **"pol" i "rod"** najčešće se definišu na sledeći način:

Pol
se odnosi na biološke razlike između žena i muškaraca. One su uglavnom trajne i univerzalne. Žene imaju grudi a muškarci ne – to je odlika pola. Žene rađaju decu a muškarci ne – to je takođe polna odlika.

Rod
se odnosi na psihološke, kulturološke i društvene razlike između žena i muškaraca, za koje se smatra da su uloge koje su nametnute od strane društva. Na koji način jedno društvo vidi ulogu žene i muškarca i šta od svakog od njih očekuje (društvena očekivanja vezana za rodne uloge) zavisi od niza faktora: kulturnih, političkih, ekonomskih, društvenih i religioznih. Na njih podjednako utiču i običaji, pravo, klasna i etnička pripadnost, kao i predrasude raširene u datom društvu. Stavovi i ponašanja prema rodu su naučeni i mogu se menjati. Uobičajena podela poslova – žene kuvaju i brinu se o kući, a muškarci popravljaju kola, su rodne uloge, odnosno ono što društvo očekuje od nas. Ideja da žene slabije voze od muškaraca je rodna uloga. Ideja da muškarci nisu nežni je rodna uloga.

Seksizam
je stav/mišljenje/ponašanje kojim se jedan pol (obično ženski) smatra/tretira kao inferioran u odnosu na drugi. Takav stav uključuje mržnju, omalovažavanje i sve druge oblike nejednakog i nepravednog tretmana jednog pola u odnosu na drugi. Nametanje jakih društveno prihvaćenih uloga muškaraca i žena je ono što podstiče i stvara seksizam. Kada se govori o nepravednom tretmanu, uglavnom se misli na nepravdu koja ide na štetu žena. Mada se može diskutovati o nejednakom tretmanu muškaraca, podaci pokazuju da su u većini žene te koje trpe posledice nejednakog tretmana (deo podataka ćemo prikazati u ovom poglavlju).

Rodne uloge
su uloge muškaraca i žena koje su nametnute od strane društva i nisu urođene. Rodne uloge su naučene, a uče se od trenutka kada se rodimo.
Bebama devojčicama se kupuje roze odeća, a dečacima plava. Istraživanja su pokazala da se bebama različitog pola obraća na različit način – dečacima se kaže kako su opasni, i jaki, a devojčicama da su slatke i nežne. Time se pokazuje šta se od njih zapravo očekuje. Kad malo porastu, devojčicama se kupuju lutke i šerpice, a dečacima automobili i oružje. Kad još malo odrastu, devojčice pomažu mami u kuhinji i kući, a dečaci tati da popravlja kola. Ako oni na bilo koji način pokušaju da izađu iz tih okvira, bivaju kažnjeni. Dečaci koji se igraju lutkama su "ženski petko", a devojčice su "muškarače". Pošto bivaju kažnjeni ili ismevani od strane odraslih a i svojih vršnjaka koji su se "uklopili" u zadati okvir, deca i sama prihvataju te uloge, i nastavljaju sa njima kad odrastu i imaju sopstvenu decu.
Najbolji dokaz da rodne uloge nisu urođene jeste promena rodnih uloga tokom vekova. Na primer pre sto pedeset godina se smatralo da žene ne treba da se školuju, i da nisu sposobne da obavljaju profesionalne poslove. Danas je sasvim uobičajeno da žene imaju svoju profesiju isto kao i muškarci.
Do velikih promena u rodnim ulogama obično dolazi za vreme velikih kriza u društvu. Takve krize su na primer velike ekonomske krize, ili veliki ratovi. Drugi svetski rat je tako doneo veliku promenu u stavovima prema zapošljavanju žena u mnogim zemljama. Pošto je

većina muškaraca bila mobilisana, a fabrike su morale da rade, naročito fabrike oružja, države su apelovale na žene da se zaposle i preuzmu muške uloge – i veliki broj žena je to zaista i učinio. Kada se rat završio, mnoge žene nisu želele da se vrate u kuće i da sasvim prestanu da rade. Iako su se susretale sa velikim otporom društva i muškaraca (koji su to doživeli kao "otimanje" posla), u sledećih pedeset godina, žene su osvojile mnoge profesije i postalo je uobičajeno da se školuju i rade. Kad jednom započnu, velike promene je teško zaustaviti, i to je ono što nazivamo društvenim napretkom.

Da li su žene stvarno diskriminisane?

Često čujemo da ljudi prihvataju da postoje različite uloge, ali kažu da ženama uopšte nije loše, i da nije tačno da je njihov položaj gori od položaja muškaraca. Na sledećoj strani je navedena statistika koja se odnosi na neke od osnovnih podataka o položaju žena kod nas i u svetu.
Međutim, nezavisno od statistike, možemo razmisliti o tome da li postoji diskriminacija nad ženama.

Svaka osoba, bez obzira kog je pola, može se angažovati u tri sfere u životu i to su

• privatna sfera – porodica, kuća, prijatelji

• poslovna sfera – profesija kojom se bavi

• javna sfera – politika, nevladine organizacije, sve ono što se jednom rečju zove društveni angažman

Neki ljudi se posvećuju samo jednoj od ovih sfera (samo porodica ili samo posao, ili čak samo javni angažman). Pogledajmo položaj žena u svakoj od ovih sfera.

Prvo, angažman žena u privatnoj sferi je, kad se uporedi sa muškim angažmanom, veći.
To možemo dokazati statističkim podacima, ali možemo i videti svuda oko nas – uglavnom su žene te koje se više bave kuvanjem, pranjem, čišćenjem, brigom o deci, starima...

Muškarci se u kući bave uglavnom popravkama i težim poslovima koji nisu tako česti kao što su obaveze koje imaju žene. Sa druge strane, ako posmatramo ko odlučuje o velikim stvarima (kao što su promena mesta življenja, potomstvo i tako dalje) odluke su u najboljem slučaju zajedničke, ali vrlo često su muškarci ti koji imaju poslednju reč. Dakle, s obzirom da su kućni poslovi neplaćeni, čini se da žene obavljaju više posla, a imaju manju ili u najboljem slučaju jednaku ulogu u odlučivanju u privatnom životu. To je posledica rodnih uloga i svakako pokazuje nejednak status muškaraca i žena.

Dalje, poslovna sfera – za muškarce je uobičajeno da imaju svoju profesiju, dok je neke žene imaju, ali mnoge ostaju u kući i postaju domaćice. Ukoliko žene imaju profesiju, suočavaju se sa više problema pri zapošljavanju (statistike pokazuju da žene duže čekaju na zaposlenje i da ih je više na birou za nezaposlene), uglavnom zato što su poslodavci neradi da prime ženu, koja će definitivno izostajati sa posla ukoliko ima porodicu – pre svega ako se odluči da rodi dete, odsustvovaće barem godinu dana, a kasnije su tu dečije bolesti problem i tako dalje... retko je da muškarac uzme bolovanje zbog porodičnih poslova. Ukoliko žena dobije posao, napredovanje će biti problematično, pogotovu ako se bavi onim što zovemo muškom profesijom – inženjerski i tehnički poslovi, koji su, usput, više plaćeni nego profesije koje su žene osvojile (obrazovanje, tekstilna industrija i slično). Nepoverenje sa kojim se susreće žena u poslu je posledica rodnih uloga i, nanovo, pokazuje da postoji diskriminacija.

Na kraju, u javnoj sferi je vrlo malo žena tamo gde je moć – a to će reći u politici. Naprotiv, ima ih više u nevladinim organizacijama koje podrazumevaju više volonterskog (dakle opet neplaćenog i manje uticajnog) rada.
Argumenti onih koji tvrde da ne postoji diskriminacija prema ženama su uglavnom da položaj žena ima veze sa sposobnošću i

nesposobnošću, odnosno da je to prirodna uloga. Zanimljivo je međutim da se položaj i uloga žena menja kroz istoriju, ali argumenti protiv njih su uvek isti: one to ne mogu.
Pre tri stotine godina, govorilo se da nisu sposobne da upravljaju sopstvenim novcem i imovinom, kao ni da se obrazuju. Štaviše u većini zemalja je postojao zakon o glasanju, u kome su žene izjednačene sa "decom i ludima" – umesto njih su mislili i odlučivali muškarci. Danas je jasno da one mogu upravljati novcem i imovinom i da su sasvim sposobne da pohađaju fakultete, i čine značajan deo biračkog tela.

Pre sto pedeset godina govorilo se da možda mogu upravljati svojim novcem i imovinom, ali ne mogu biti u profesijama jer nisu sposobne da ih obavljaju. Danas nas leče lekarke, uče profesorke, kuće i zgrade nam projektuju arhitektice...

Danas se govori da položaj žena nema veze sa diskriminacijom, već da učešće žena u nekim profesijama utiče na njihovu ženstvenost, odnosno da one koje uspeju u politici, ili profesijama, pogotovu "muškim", nisu prave žene. Nekako, kad se pokazalo da žene mogu da uspeju, i da mogu da budu podjednako uspešne, pa čak i da pokažu bolje rezultate nego muškarci, onda "negiraju svoju žensku prirodu i postaju muškobanje odnosno slične muškarcima". Pravo pitanje je da li one negiraju svoju prirodu, ili ono što se zamišlja da je njihova priroda.

Uzroci ovakve diskriminacije su dakle rodne uloge, odnosno očekivanja i pritisak da se u te uloge uklopimo jer smo određenog pola, a ne zato što nam to odgovara ili ne. Takođe te uloge povlače za sobom značajnu razliku u moći (odlučivanje u porodici, bolje pozicije u poslu, političku moć) između muškaraca i žena koja prouzrokuje nejednak tretman.

PRILOZI:

PRILOG 1:

LIČNOSTI na papirima:

Grupa 1. :

1. Fismir, 72 godine, opštinski penzioner
2. Vanja, 30 godina, boluje od dijabetesa
3. Jovan, 28 godina, nezaposlen
4. Teute, 47 godina, službenica u centru za socijalni rad
5. Esma, 32 godine, samohrana majka

Grupa 2.:

1. Amir, 6 godina
2. Vesna, 20 godina, studentkinja, HIV pozitivna
3. Marko, 21 godina, vozač u hitnoj pomoći
4. Esad, 23 godine, nezaposlen
5. Vera, 70 godina, penzionerka

Grupa 3:

1. Džahid, 33 godine, boluje od multiple skleroze
2. Ivan, 10 godina, učenik
3. Merale, 32 godine, sa kancerom dojke
4. Ivana, 22 godine, medicinska sestra na hirurgiji
5. Goran, 14 godina, učenik

Grupa 4:

1. Dragan, 38 godina, sa hepatitisom B
2. Jelena, 33 godine, učiteljica u školi za decu sa oštećenim sluhom
3. Veronika, 31 godina, trudnica
4. Fejzul, 29 godina, korisnik invalidskih kolica
5. Emir, 14 godina, bez roditeljskog staranja

PRILOG 2:

http://www.youtube.com/watch?v=Kt23rJNsFcI

PRILOG 3:

Lista OSI iz javnog života

1. Helen Keller, američka književnica i aktivistkinja, osoba sa totalnim oštećenjem vida i sluha

2. Ludwig van Beethoven, kompozitor i pijanista, osoba sa oštećenjem sluha

3. Christopher Reeve, glumac, proslavio se ulogom Supermena, padom sa konja zadobio teške povrede, osoba sa tetraplegijom

4. Nick Vujičić, motivacioni govornik, rođen sa retkom anomalijom bez udova

5. Stephen Hawking, poznati teoretski fizičar i kosmolog, boluje od teške neuromotoričke bolesti, generiše misli i razgovara preko kompjutera

6. Stevie Wonder, američki muzičar, osoba sa totalnim oštećenjem vida

7. Ray Charles, poznati američki muzičar, osoba sa totalnim oštećenjem vida

8. Michael J. Fox, boluje od Parkinsonove bolesti

9. Patrick Anderson, poznati košarkaš, korisnik invalidskih kolica, zadobio povrede još kao mali u sobraćajnoj nesreći

10. Oscar Pistorius, južnoafrički atletičar, učesnik olimpijskih i paraolimpijskih takmičenja, rođen sa anomalijom, još kao detetu su mu noge do kolena amputirane, nosi proteze

11. Saša Matić, pevač, osoba sa kompletnim oštećenjem vida

12. John Nash, poznati matematičar, bolovao od shizofrenije, dobitnik Nobelove nagrade za ekonomiju 1994. godine, po njegovom liku i delu snimljen film „Blistavi um“

13. Vaslav Nijinsky, ruski baletan I koreograf, bolovao od shizofrenije
14. Friedrich Nietzsche, nemački filozof, bolovao najverovatnije od progresivne demencije, mada neki izvori govore da je bolovao od shizofrenije ili nekog težeg oblika psihoze

Napomena: Lista se može proširiti, ohrabrujemo trenere/ice da prošire listu

PRILOG 4:

Izjave :

Možda postoji neki lek ili tretman što bi mogli poboljšati Draganovu percepciju. On bi trebalo da ode do psihijatra.
To je dobro rješenje da Dragan živi sa svojim bratom, tako da je okružen osobama bez invaliditeta.

O, Esma je jadna žena, ona bi trebalo da ode kod lekara razgovara sa njim, da li postoji terapija koja bi joj mogla omogućiti da opet hoda, kao i svi drugi.
Zajednica stvarno treba da izgradi rampe ispred javnih objekata kako bi Esma mogla da učestvuje u društvenom životu.

Siguran sam da će za nekoliko godina biti dostupni slušni aparati koji će petogodišenjem Luki omogućiti da bolje čuje.
Mi svi treba da naučimo znakovni jezik tako da možemo komunicirati sa petogodišnjim Lukom svim drugim osobama koje imaju oštećenje sluha.

Stručnjaci znaju šta je najbolje za Marjana.
Marjan: „Ja imam iskustvo invalidnosti i znam šta je najbolje za mene“

O Enisu neko treba da se brine.
Enis „Potrebna mi je asistencija“.

Treba ih smeštati u ustanove.

Želim da živim samostalno u svom okruženju i zajednici.

PRILOG 5:

Izjave –
Slažem se/ Ne slažem se/Neodlučan/na sam

1. Verbalna pretnja nije zlostavljanje.
2. Žena žrtva nasilja u porodici uvek može da napusti nasilnika i tada će nasilje prestati
3. Deci je potreban otac, iako je nasilan prema njihovoj majci. Žena treba da ostane sa nasilnim partnerom zbog dece.
4. U redu je da muškarac kuva tri puta nedeljno ukoliko i on i supruga rade van kuće
5. Sasvim je u redu da muškarci plaču.
6. Prilikom zapošljavanja važno je koje veštine posedujem, a ne da li sam muško ili žensko.
7. U braku je silovanje dozvoljeno.
8. Žene ne treba da se zapošljavaju u „muškim zanimanjima“
9. Žensko samopouzdanje i finansijska nezavisnost izazivaju probleme u mnogim porodicama
10. Žensko – muški odnosi bili su bolji pre pokreta za oslobođenje žena.
11. Ako muškarac odbacuje ženstvenost u sebi, postaje neosetljiv na potrebe drugih.
12. Muškarci mogu da menjaju pelene i da hrane bebu.
13. Patrijarhalna strogoća daje muškarcima superiornu ulogu.
14. Lutke se ne kupuju dečacima.

PRILOG 6:

TEST

TVRDNJE	POL	ROD
Žene radjaju decu, muškarci ne		
Devojčice su nežne, a dečaci su čvrsti i snažni		
Kada je dečak koji je bio odgajan kao devojčica shvatio da je dečak, njegove su se školske ocene značajno popravile		
Za sezonske poljoprivredne radove žene dobijaju 60% muške nadnice		
Žene doje, muškarci ne		
Većina građevinskih radnika su muškarci		
U strarom Egiptu muškarci su ostajali kod kuće i vezli. Žene su vodile porodične poslove i nasledjivale porodičnu imovinu		
Muškarci u pubertetu menjaju glas, žene ne		
Muškarci su pribraniji u problematičnim situacijama i postupaju mnogo racionalnije		

TEMA ČETIRI:
STEREOTIPI, PREDRASUDE, DISKRIMINACIJA

Dan: 9 i 10

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:
1. se upoznati sa pojmovima stereotipa, predrasuda i diskriminacije.
2. unaprediti znanja i veštine za prepoznavanje diskriminacije.

Vreme

7 sati i 20 minuta

Prikaz sesije

A. Stereotipi (3 sata i 5 minuta)
B. Predrasude (20 minuta)
C. Diskriminacija (3 sata i 55 minuta)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

4A – Stereotipi, predrasude, diskriminacija

4B - Jednake mogućnosti

Priprema

Pre početka sesije, ispišite primere definicija stereotipa, predrasuda, diskriminacije, tolerancije (vidi handout 4A, 4B, 4C) koristeći po jedan list za svaku definiciju. Takođe, pripremite sav potrebni materijal za seminar i to:

- prezentaciju „Čudni ljudi"- potrebno za prvi dan

- kartice sa uvreženim stereotipima – potrebene za prvi dan

- radne liste za vežbu „ MORE" za svaku grupu po primerak - potrebne za prvi dan

- zatim za svakog učesnika po primerak vežbe „ Evropska železnica", - potrebna za drugi dan

- opis uloga za roll play „ Z2" – potrebna za drugi dan

- zatim za svakog učesnika test „ Šta je diskriminacija? " – potrebna za drugi dan

- evaluacioni listić – potreban za drugi dan

Sav potreban materijal dat je u prilogu pod nazivom dodatak sa numeracijom 4.

Pre svakog početka radionice trener/ica daju uvodnu igru koja ima za cilj da podigne energiju grupe, takođe, nakon pauze za ručak obavezno dati igricu koja ima za cilj da podigne grupnu koncentraciju.

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUTu 4A su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi što više izvora i drugih materijala za temu.

A. STEREOTIPI (4 SATA I 30 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Ovaj korak predstavlja uvod u radionicu, u kojoj trener/ica požele dobrodošlicu učesnicima i prezentuju ciljeve, šta će se raditi, šta će učesnici/e u okviru ovog radionice naučiti i na koji način će se raditi. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (35 minuta)

Nakon što ste učesnicima/ama prezentovali plan rada i ciljeve, polako počinjete da ih uvodite u temu radionice kroz vežbu „ Ko sam JA?". U ovoj vežbi učesnici/e će imati zadatak

da za 10 minuta, radeći individualno, napišu/nacrtaju kako sami sebe doživljavaju, tačnije kada bi ih neko pitao ko si ti, kako bi sebe najbolje opisali ili nacrtali. Učesnici dobijaju po jedan list A4 papira i flomastere. Posle zadatog vremena trener/ica poziva učesnike da prezentuju produkte od kojih pravi galeriju. Trener/ica najavljuje da će produkti biti korišćeni u narednim vežbama, kako bi učesnici/e mogli lakše da uvide međusobne sličnosti i razlike. Vreme potrebno za prezentaciju 20 minuta

Korak 3 (20 minuta)

Nakon što su učesnici/e prezentovali/predstavili sebe, trener / ica otvaraju grupnu diskusiju pod nazivom „ Sličnosti i razlike „ koja ima za cilj da učenici/e uvide međusobne sličnosti i razlike, iskuse kakav je osećaj biti u većini / manjini i da uvide raznovrsne izvore različitosti – boja očiju, kože, nošenje optičkih pomagala...

Trener/ica zamoli učesnike/ce da prošetaju, pogledaju galeriju i pokušaju da uvide međusobne sličnosti i razlike, nakon čega učesnici/e komentarišu: šta je ono što su uvideli. Trenerica zapisuje ključne komentare i, nakon što svi učesnici/e izlistaju, trener/ica otvara destominutnu diskusiju.

Korak 4 (20 minuta)

U cilju još boljeg razumevanja sličnosti i razlika trener/ica prikazuje prezentaciju pod nazivom „Čudni običaji" koja ima za cilj da upozna učesnike/ce sa različitim običajima u svetu, i ujedno nastavlja započetu diskusiju koja je pokrenuta u predhodnom koraku, i kojom se ulazi u temu stereotipi.

Korak 5 (40 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu sa karticama. Daje učesnicima/ama da izvuku kartice sa uvreženim stereotipima. Ova vežba može da se radi i u paru, u zavisnosti koliko ima učesnika. Pripremljen je FC papir koji u jednom od polja ima napisano „Slažem se" u drugom „ Možda" i u trećem polju „ Ne slažem se". Učesnici imaju zadatak da razmisle, i da na jednom od polja na FC papiru zalepe karticu. Za to imaju par minuta, da pročitaju i razmisle. Kada se odluče za neko od polja, učesnici daju komentar zašto su se odlučili da na to mesto stave karticu. Trener/ica sumira kada su svi učesnici zalepili kartice: da postoje stereotipi, da su oni prisutni u svim društvenim grupama i da je važno da se i na ličnom nivou sagledaju stereotipi i predrasude. Cilj ove vežbe je da se učesnici suoče sa sopstvenim stereotipima.

Korak 6 (15 minuta)

Nadovezujući se na prethodni korak, trener/ica daju input o stereotipima, o uzrocima nastajanja, o tome šta mogu proizvesti., odnosno kakav imaju uticaj na komunikaciju i odnose medju ljudima. Više informacija o sadržaju koji ovde treba da se prenese je dat u HANDOUT 4A.

Korak 7 (45 minuta)

Sledi vežba pod imenom „ More" . Trener/ica pita učesnike/ce da li vole da idu na more, i kad odlaze na more šta najviše vole da rade: da li vole da se šetaju, plivaju ili skaču. Na osnovu onoga šta učesnici od ove tri stvari vole da rade, trener/ica ih podeli u tri grupe (šetače, plivače i skakači) i daje im zadatak da za 5 minuta osmisle u svojim grupama, kako najbolje nekom mogu da simuliraju/odglume šta rade plivači, šetači, skakači.

Nakon dogovora na nivou grupe, učesnici jedni drugima simuliraju/ glume svoje uloge, za šta imaju 2 minuta na raspolaganju. Trener/ica zatim daje radni list (**prilog 4. Vežba – MORE; Radni list za kupače/šetače/skakače**) da svaka grupa timski (šetači, plivači, skakači) opišu/popune pitanja koja su im data u radnom listu. Vreme za popunjavanje radnog lista je 15 minuta. Po završetku

rada u grupama, trener/ica zamoli svaku grupu da prezentuje šta su napisali jedni za druge.

Nakon njihovih izlaganja, trener/ica otvara grupnu diskusiju pitanjima :

1. Simulacija koju smo sada izvodili, na koje vas ovo životne situacije podseća? Da li su ovakve situacije gde jedna grupa ljudi olako (najčešće plivači misle o šetačima da su pozeri, glumci, ne znaju da plivaju, došli na more da bi bili viđeni, itd...) procenjuje druge uobičajene u životu, da li zaista tako mislimo jedni o drugima u svakodnevnom životu?

2. Da li ste u realnosti doživeli da neka razlika, na koju do tada niste obraćali pažnju, odjednom postane razlog za grupisanje ili čak neprijateljstva?

Nakon što učesnici/e završe svoja izlaganja u okviru diskusije trener/ica sumira vežbu i kaže da se u životu često ponašamo kao u ovoj vežbi. Najčešće težimo da druge i sebe svrstavamo u određene kategorije i šablone i pridajemo im određene vrednosti procenjujući ih na osnovu sopstvenih pravila, bez promišljanja, koja su "preuzeta" i najčešće nisu zasnovana na ličnom iskustvu .

Korak 8 (55 minuta)

Naglasiti da vežba „More" predstavlja dobar uvod u sledeću vežbu „ Rušimo stereotipe", koja omogućava da se naučeno o stereotipima i primeni. Učesnike podelite u tri grupe. Svaka grupa dobija da nabroji što više stereotipa koje su čuli za određene grupacije ljudi. Na primer, jedna grupa može da nabroji sve stereotipe o mladima, druga o starima, a treća o osobama sa invaliditetom. Kad izlistaju stereotipe, ispisuju oblike ponašanja koji proističu iz tih stereotipa, zatim načine/predloge za njihovo prevazilaženje-ispravno ponašanje. Za ovu vežbu imaju 30 minuta za rad. Radi bolje preglednosti, trener/ica može sugerisati da učesnici/e FC papir koji su dobili podele u tri kolone.

Kada grupe završe rad, predstavnici grupa prezentuju (5 minuta po svakoj grupi grupnoj prezentaciji). Na kraju treneri/ica sumira sesiju da ima načina da se utiče na stereotipe i da je važno da svako od nas može dati tome doprinos.

B. PREDRASUDE (30 MINUTA)

Korak 1(15 minuta)

Trener/ica učesnike/ce uvodi u temu kroz input o predrasudama: kako predrasude nastaju, kakva je veza sa stereotipima, koje su posledice i do kakvih sve situacija nas mogu dovesti ukoliko nismo dovoljno osvešćeni o njihovim postojanju. Na FC papiru beleži posledice predrasuda koje učesnici nabrajaju.

Korak 2 (15 minuta)

Povezujući sa prethodnim korakom, započnite grupnu diskusiju po nazivom " Iz ličnog ugla ", koja ima za cilj da učesnici/e i trener/ica razmene svoja iskustva ili iskustva iz okoline o predrasudama ali i stereotipima, na koji način su ih prepoznavali, prevazilazili, rušili . Trener sumira dan navodeći ključne stvari za stereotipe i predrasude i najavljuje nastavak rada na istoj temi..

C. DISKRIMINACIJA (4 SATA I 20 MINUTA)

Korak 1 (15 min)

Ovaj korak predstavlja uvod u dan, u kojoj trener/ica požele dobrodošlicu učesnicima i proverava da li ima pitanja ili komentara u vezi sa sadržajem rada prethodnog dana. Pre početka prve sesije trener/ica otvara kreativnu igru podsećanja na sadržaj rada prvog dana u formi Kviza. Učesnici kviz rade podeljeni u 5 grupa i svaka grupa dobija 2 pitanja u vezi sa sesijama prvog dana radionice. Ova je ujedno i uvod u rad.

Korak 1 (60 minuta)

Ovaj korak je uvod u sesiju o dikriminaciji. Vežba " Evropska železnica " ima za cilj da ispita stavove učesnika o određenim grupama ljudi. Trener/ica kaže učesnicima/ama da se ukrcavaju u ekspresni voz „Balkan expres" koji 5 dana putuje od Londona do Istanbula i da u kupeu moraju putovati sa još troje ljudi. Listu koju im dajete, sadrži međutim, dvadeset saputnika od kojih oni moraju da izaberu troje sa kojima bi putovali i delili kupe ali i troje sa kojima ni pod kojim uslovima ne bi putovali. Za odabir svojih saputnika ali i za odabir onih sa kojima ni pod kojim uslovima nebi putovali imaju 30 minuta, naravno trener/ica im kaže da i za jednu grupu i drugu moraju da imaju argumente zašto su ih izabrali, odnosno zašto ih nisu izabrali. Nakon što učesnici/e odaberu saputnike, obrazlože svoj izbor, trener/ica upisuje u unapred pripremljenu tabelu na FC listu putnika. Nakon prezentacija trener/ica sumira kakav je odabir putnika na nivou grupe, za koga su se najviše opredelili za saputnike i sa kojima ne bih putovali, sumira objašnjenja učesnika. Otvara se diskusiju o tome do čega može dovesti diskriminacija kada su u pitanju odnosi medju ljudima i komunikacija. Ova diskusija traje najviše 25 minuta.

Korak 2 (15 minuta)

Trener/ica daje input o diskriminaciji kroz temu " Licem u lice sa diskriminacijom", nadovezujući se na korak 1 ali i na prethodne sesije u kojima se govori o stereotipima i predrasudama. Ovde trener/ica treba, pored definicije, navesti koji su oblici diskriminacije koji su utvrđeni zakonom o zabrani diskriminacije.

Korak 3 (60 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu u kojoj će učesnici/ce prepoznati gde se sve ispoljava diskriminacija kroz igranje uloga pod nazivom "Z2". Trener/ica deli učesnike u 6 malih grupa, jer imamo 6 situacija, vodeći računa da podela bude u skladu sa ulogama koje su zadate situacijama. Situacije iz vežbe su one u kojima se najčešće ispoljava diskriminacija i u kojima se svi svakodnevno nalazimo, a jasno je propisano zakonom šta se u svakoj od ovih situacija ne sme događati. Kada ste učesnike podelili u grupe, svaka grupa ima zadatak da se dogovori kako i na koji način će odigrati uloge koje su im dodeljene zadatkom. Za podelu uloga i pripremu simulacije učesnici imaju 20 minuta, a za simulaciju 5 minuta po grupi i 10 minuta za diskusiju.

Nakon simulacije, trener/ica deli učesnicima kartice na kojima su opisani postupci pred organima vlasti, pri pružanju usluga, pri korišćenju javnih objekata i površina, na poslu, u obrazovanju i u zdravstvenim ustanovama sa kaznenim odredbama, kako bi se upoznali sa svojim pravima. Trener/ica potom vodi diskusiju sa učesnicima/cama o tome koliko često se ispoljavaju ovi vidovi dikriminatornog ponašanja u svakodnevnom životu i koliko su bili upoznati sa zakonom o zabrani diskriminacije.

Korak 4 (30 minuta)

Trener/ica deli test "Prepoznati diskriminaciju" i daje učesnicima/ama da individualno popunjavaju testove, da prepoznaju diskriminaciju i daju odgovore. Za popunjavanje ovog testa predviđeno je 10 minuta, nakon čega trener/ica počinje sa iščitavanjem testa i pita grupu šta su odgovorili, ako su odgovorili potvrdno zašto tako misle, ako nisu odgovorili potvrdno zašto nisu, i tako redom, davajući posle svakog pitanja tačan odgovor i objašnjenje zašto neke tvrdnje nisu diskriminacija odnosno jesu. Cilj je da se učesnici/ce bolje upoznaju sa tim šta jeste a šta nije diskriminacija. Predviđeno vreme za diskusiju je 20 minuta.

Korak 5 (20 minuta)

Kroz veoma slikoviti naziv sesije "Prijatelji diskriminacije su naši neprijatelji" učesnici/e

će zajedno sa trenerom/icom prepoznati i definisati vrste diskriminacije. Trener/ica prethodno na FC papiru ima ispisanu listu izjava koja pomaže učesnicima da lakše identifikuju vrste diskriminacije odnosno da nauče ako pre toga nisu znali adekvatnu terminologiju koja ide uz određenu vrstu diskriminacije. Kroz razgovor, na osnovu primera, ličnog iskustva, a sve u cilju lakšeg prepoznavanja u svakodnevnom životu, učesnici dopunjuju listu sa izjavama, a trenerica zapisuje na FC.

Korak 6 (30 minuta)

Nadovezujući se na prethodni korak, trener/ica daje instrukcije za vežbu pod nazivom " Nokautiraj diskriminaciju". Cilj je da učesnike/ce " prošeta " kroz zakon o zabrani diskriminacije i to na sledeći način: trener/ica deli učesnike u tri grupe, svaka grupa dobija zakon sa zadatkom da svaka grupa prezentuje jedan deo zakona. Za ovu vežbu predviđeno je 20 minuta za prepremu i 10 minuta za prezentaciju. Primer podele : jedna grupa obrađuje deo zakona koji se odnosi na osnovne odredbe, jedna na odredbe kome se strana koja je trpela diskriminaciju može sve obratiti i treća da prezentuje kaznene mere.

Korak 7 (10 minuta)

Nakon što smo "nokautirali diskriminaciju" otvaramo grupnu diskusiju o toleranciji, pitavši učesnike šta je za njih tolerancija i da li je tolerancija nešto sa čime se rađamo ili je to nešto drugo. Nakon grupne diskusije trener/ica sumira i kaže da je tolerancija vrednost, da ona predstavlja aktivan stav zasnovan na poznavanju univerzalnih ljudskih prava. Tolerancija je pre svega poštovanje, uvažavanje i prihvatanje velike raznovrsnosti kultura u svetu i oblika izražavanja...prihvatanje različitosti kod ljudi, ne nametanje svojih stavova. Trener/ica navodi primer, da se u svakodnevnom životu tolerancija najčešće tumači kao mogućnost trpljenja.

Korak 8 (10 minuta)

Povezujući sa pojmom tolerancije, trener/ica daje input o afirmativnoj akciji – doskorašnjoj pozitivnoj diskriminaciji, objašnjava pojam, takođe, pita učesnike/ce da li znaju da navedu neke primere, a ukoliko primeri iz grupe nedostaju, trener/ica ima spremne primere iz života.

Korak 9 (10 minuta)

Trener/ica se na kraju seminara vraća na ciljeve, kratko popriča sa učesnicima/ama kako su zadovoljni i zamoli ih da popune evaluacione listiće, obavezno napominje da su anonimni, nakon popunjavanja zahvaljuje se učesnicima/ama i zatvara seminar.

Handout 4A - STEREOTIPI, PREDRASUDE I DISKRIMINACIJA

STEREOTIPI

U stereotipe ulazimo kad god pokušamo da generalizujemo pojmove. Svaki put kada se izgovori rečenica koja počinje sa "Svi... to je generalizacija ili uopštavanje.

Stereotipi su kada se smatra i veruje da svi pripadnici određene grupe ljudi imaju iste osobine ili se ponašaju na isti način.

Stereotipi su dakle slika o određenim grupacijama, i najčešće je ta slika negativna, kao npr. "Cigani su prljavi", "Žene su brbljive". Međutim, neki stereotipi nisu na prvi pogled negativni. Ima ljudi koji će čista srca reći "Svi Cigani tako divno sviraju" ili "Vidi se da je ovde ženska ruka, sve je tako sređeno" a da uopšte ne shvate da su to izjave koje takođe odražavaju stereotipe.

PREDRASUDE

U centru diskriminacije prema bilo kojoj grupi ljudi leže predrasude. **Predrasude su logički neosnovani stavovi koji nisu bazirani na poznavanju ili ozbiljnom promišljanju o objektu na koji se odnose.** Predrasude su obično praćene snažnim emocijama (uglavnom neprijatnim).

Sa predrasudama se susrećemo svakog dana. Na primer, puno ljudi formira stav o Romima, a da se pri tome njihov jedini kontakt svodi na ne/davanje novca na ulici onima koji prose. Sa druge strane, možete imati svakodnevne kontakte sa nekom grupom, pa i dalje biti podložni predrasudama.

DISKRIMINACIJA

Diskriminacija označava postupke koji proističu iz naših predrasuda i stereotipa.

Određenije, **diskriminacija znači pravljenje razlike, pozitivne ili negativne između ljudi i stvari.** Ukoliko je osoba tretirana nepravedno i na svoju štetu, samo zato što pripada određenoj grupi ljudi, to je negativna diskriminacija. Kroz poricanje određenih prava, diskriminacija rezultira nejednakošću, podređenošću i/ili oduzimanjem političkih, obrazovnih, društvenih, ekonomskih i kulturnih prava.

Osnovi za diskriminacija mogu biti:

- godine
- poreklo
- rasa
- nacija/etničko poreklo
- porodični/bračni status
- HIV pozitivni/e
- fizički ili mentalni invaliditet
- politička uverenja
- pol
- religija
- seksualna orijentacija
- ...

DISKRIMINACIJA U KOMUNIKACIJI

Diskriminacija ima mnogo oblika i ne mora uvek biti uočljiva ili jasna. Vrlo često se indirektno primenjuje, jer direktna diskriminacija može biti kažnjiva zakonom.

U direktnu diskriminaciju spada ugrožavanje osnovnih ljudskih prava, kao što su pravo na život, pravo na rad, pravo na obrazovanje itd.

Sa druge strane, primeri indirektne diskriminacije nisu tako jasni i lako uočljivi, indirektna diskriminacija se često dešava tako da je ljudi uopšte nisu svesni. Ona se često odnosi na govor koji se upotrebljava ili na ponašanja, praksu i običaje koji se navodno primenjuju na sve ali zapravo imaju efekat nejednakog tretiranja određene grupe.

Postoji puno načina da se sprovede diskriminacija nad nekim, a možemo ih svrstati u tri osnovna oblika:

1) direktno ugrožavanje/oduzimanje prava

2) ponašanje

3) govor

U svakom od ovih načina, postoji osoba koja sprovodi diskriminaciju, ali i osobe koje ćute ili ne reaguju, takođe, učestvuju u diskriminaciji.

Direktno ugrožavanje prava

U ovu grupu ponašanja spadaju svi postupci kojima se direktno ugrožavaju osnovna ljudska prava koja su zagarantovana zakonom. Osnovna ljudska prava su definisana Univerzalnom deklaracijom o ljudskim pravima i kao takva su našla svoje mesto u zakonodavstvu većine država.

Osnovna ljudska prava su:

1. pravo na život
2. pravo na slobodu govora i izražavanja
3. pravo na slobodu mišljenja

4. pravo na slobodu kretanja

5. pravo na rad i jednaku platu

6. pravo na obrazovanje

7. pravo na porodicu

Ponašanje kojim diskriminišemo

Kada nam se neko ne dopada, postoji mnogo načina koje možemo koristiti da to pokažemo i toj osobi a i drugim ljudima koji nas okružuju. Na primer, možemo izbegavati da se viđamo sa tom osobom, ili ako smo u društvu, nećemo joj se obraćati, ili ako joj se obratimo to će biti preterano formalno, ili uvredljivim tonom.

To se može činiti sa bilo kim ko nam se ne dopada, ali se to može činiti i prema određenoj grupi ljudi koja se po nečemu razlikuje od grupe kojoj pripadamo. U tom slučaju to je ponašanje koje diskriminiše, jer se cela jedna grupa ljudi tretira drugačije na njihovu štetu. Takva ponašanja pokazuju predrasude, i nanovo jačaju stereotipe.

Ono što takvo ponašanje čini opasnim, jeste kada oni koji su u većini na takav način tretiraju one koji su u manjini. Tada je ta grupa ugrožena, jer ih dominantna grupa na taj način može isključiti iz velikog dela društvenog života.

U ovu vrstu diskriminacije spada veliki deo ponašanja koji se pravdaju "nepisanim pravilima", "stvarima koje se podrazumevaju" ili "običajima", koji nisu regulisani zakonom i stoga ih je teško zakonski sankcionisati. Zato ih je najteže i promeniti. Slede primeri ovakve diskriminacije:

• U nekim zemljama je običaj da se prilikom poslovnih dogovora ili konsultacija ne obraća direktno ženama, bez obzira što su one prisutne i učestvuju u poslu.

• Nepisano pravilo je da se, u nekim zemljama, u neke klubove, ne primaju osobe koje nisu bele rase.

• Kada je na ulici osoba koja ima vidljiv fizički invaliditet, ili se bulji u nju, ili se uopšte ne gleda u nju.

Govor kojim diskriminišemo

UVREDLJIV GOVOR: Kada koristimo izraze koji imaju negativnu konotaciju da označimo čitavu jednu grupu ljudi. Primeri: Ganci, čađavi, mandov, rospija, matora, mačka, riba, komad, groblje, bogalj, slepac, gluv kao top, peder, perverznjak...

STEREOTIPSKI GOVOR: Kada se neki stereotip o određenoj grupi prihvati kao opšte poznata činjenica. Primeri: „Žene mnogo pričaju", „Žene vole da ogovaraju", „To je ženski posao", „E, sad možeš da se udaš", „Gej muškarci su feminizirani", „Lezbejke su žene koje nisu našle pravog muškarca"...

HUMOR: Opštepoznati su vicevi u kojima se ismevaju ili na neadekvatan način predstavljaju čitave grupe ljudi. Primeri: vicevi o Lalama, Crnogorcima, plavušama, Romima...

UVREDLJIVA POREĐENJA/OBJAŠNJENJA: „To su ciganska posla", „Prljav si k'o Cigani", „Pričaš k'o neka baba", „Žena bi to bolje uradila od tebe"...

GOVOR DECI: ovakvim govorom se još u ranom uzrastu deca uče predrasudama i stereotipima jer im se nepoželjna ponašanja predstavljaju kao karakteristična za određenu grupu ljudi. Primeri: „Sedi tu kao da je invalid", „Ako ne budeš dobar, ukrašće te Cigani"...

"MEDICINSKI GOVOR" DIJAGNOSTIČKI GOVOR: identifikuje ljude samo po njihovim dijagnozama, ignorišući da je iza dijagnoze ličnost kao i svaka druga. Primeri: bolesnik, invalid, pacijent, slučaj, vezani za kolica, paraplegičari, cerebralci...

U današnje vreme sve češće se upotrebljava pojam "politički korektan govor". Zahtev za politički korektnim govorom nije ništa drugo nego zahtev da se jezik upotrebljava pažljivije.

Handout 4 B -

Šta su jednake mogućnosti?

Jednake mogućnosti su pojam kojim se označavaju politika, principi i mere koje se sprovode da bi se svim ljudima omogućila ravnopravnost u svim oblastima života. Ljudi imaju ista prava, koja su prvi put definisana Univerzalnom deklaracijom o ljudskim pravima, a zatim i posebnim zakonima u većini zemalja. Međutim, dugogodišnje iskustvo onih koji se zalažu za ljudska prava ukazalo je da nije dovoljno zagarantovati ista prava, već da je potrebno pružiti svima iste mogućnosti.

Zašto?

Zakonski u našoj zemlji svi imamo pravo na školovanje. Da li to što nam zakon obezbeđuje to pravo znači da ćemo svi imati mogućnost da se školujemo? Očito ne, jer ima onih čiji su roditelji imućniji i mogu da finansiraju studije na Beogradskom univerzitetu, i onih čiji su roditelji suviše siromašni za tako nešto. Ima dece koju drugačije tretiraju u školama, jer su Romi.

Zakonski, u našoj zemlji svi imamo pravo na rad. Da li to znači da svi mogu dobiti posao, sa istim kvalifikacijama? Ne, jer će radije zaposliti muškarca nego ženu, pošto se može desiti da uzme porodiljsko odsustvo ili bolovanje zbog dece.

Zakonski, svi imamo pravo da konstruktivno provodimo vreme. Da li je to zaista moguće za ljude koji koriste kolica i koji ne mogu da uđu čak ni u domove zdravlja, a kamoli u pozorište ili bioskop?

Zato su zakoni koji garantuju ista prava samo jedan korak ka postizanju stvarne ravnopravnosti među ljudima. Ono što su prateći koraci jeste uvođenje posebnih mera koje će obezbediti jednake mogućnosti, a da bi svi zakoni i mere zaživeli u praksi neophodno je razumeti zašto nastaje nejednakost, šta ona sve podrazumeva i najvažnije, želeti da se ponašamo drugačije.

PRILOZI: 4

za potrebe Teme – Stereotipi, predrasude i diskriminacija

4. VEŽBA – KARTICE SA UVREŽENIM STREOTIPIMA

1. Mudri ljudi ne pričaju puno
2. Ljudi visokog čela su pametni
3. Žene su loši vozači
4. Plave osobe su nežne
5. Emotivne osobe se lako rasplaču
6. Novinari mnogo piju
7. Deca iz razvedenih brakova su nesrećna
8. Filosofi su rasejani
9. Mladi su neozbiljni i neodgovorni
10. Starije osobe ne mogu da nauče rad na kompjuteru
11. Muškarci su manje osećajni od žena.
12. Tinejdžeri nemaju poštovanje prema starijima.
13. Direktori su lopovi.
14. Jedino što žene žele jeste da se udaju.
15. Ženino mesto je u kuhinji.
16. Ljudi koji govore glasno su sigurni u sebe

4. VEŽBA – MORE

RADNI LIST ZA KUPAČE

Šta mi kupači mislimo o ŠETAČIMA?

.....

.....

.....

.....

Šta mi kupači mislimo o SKAKAČIMA?

Šta mi kupači mislimo da ŠETAČI misle o nama?

Šta mi kupači mislimo da SKAKAČI misle o nama?

Šta mi mislimo da ŠETAČI misle o SKAKAČIMA?

RADNI LIST ZA ŠETAČE

Šta mi šetači mislimo o KUPAČIMA?

Šta mi šetači mislimo o SKAKAČIMA?

Šta mi šetači mislimo da KUPAČI misle o nama?

Šta mi šetači mislimo da SKAKAČI misle o nama?

Šta mi mislimo da KUPAČI misle o SKAKAČIMA?

RADNI LIST ZA SKAKAČE

Šta mi skakači mislimo o ŠETAČIMA?

Šta mi skakači mislimo o KUPAČIMA?

Šta mi skakači mislimo da ŠETAČI misle o nama?

Šta mi skakači mislimo da KUPAČI misle o nama?

Šta mi mislimo da ŠETAČI misle o KUPAČIMA?

4. VEŽBA – EVROPSKA ŽELEZNICA

Ukrcavaš se u ekspresni voz „Balkan ekspres“ koji 5 dana putuje od Londona do Istanbula. U kupeu moraš putovati sa još troje ljudi.Sa kim od ovih putnika bi putovao?

ZADATAK:

Odaberi troje ljudi sa kojima bi najradije putovao i troje sa kojima ne bi putovao.

Spisak putnika:

1. Gojazni biznismen iz Novog Pazara
2. Disk-džokej iz Italije koji izgleda ima dosta dolara
3. Kinez sa 6 torbi „krmača“
4. Turbo folk pevačica koja se vraća iz Mrča-jevaca
5. Zgodna i mlada pripadnica Jehovinih svedoka
6. Hrvat, književnik, koji ide na odmor
7. Industrijalac iz Austrije-neonacista
8. Moldavka srednjih godina koja nema vizu i drži u rukama jednogodišnje dete
9. Rom iz Novog Gradišta upravo pušten iz zatvora
10. Mladi umetnik HIV poizitivan
11. Afrikanka koja prodaje kožnu galanteriju
12. Nabildovana lezbejka koja je pošla na gay-paradu
13. Turčin, hotelijer, koji se vraća sa frankfurt-skog sajma turizma
14. Ljubitelj žena-moderni „Kazanova“
15. Modni kreator iz Pariza feminiziranih pokreta
16. Pijani navijač „Crvene zvezde“ sa rekvizitima za finalnu utakmicu
17. Skinheds iz Švedske pod uticajem droge
18. Sveštenik koji je pošao na hodočašće
19. Agresivna, tvrdokorna feministkinja iz Holandije
20. Američki vojnik angažovan na Balkanu

4.VEŽBA –
IGRA ULOGA „ Z2 „

INPUT KOJI DAJE TRENER/ICA:

Situacije u kojima se najčešće ispoljava diskriminacija su one u kojima se svi svakodnevno nalazimo. Svi moramo da zaradimo neki dinar, odemo u prodavnicu da ga potrošimo, moramo kod lekara, na opštinski šalter, deca moraju da se igraju u parku, i pri svemu tome svi moramo da prođemo ulicom. Jasno je propisano šta se u svakoj od ovih situacija nikako ne sme događati (što ne znači da je dozvoljen neki oblik diskriminacije koji nije pomenut). U postupcima pred organima vlasti

IGRA ULOGA BR. 1:

Gospodin u skupom odelu i sa zlatnim satom na ruci dolazi do opštinskog šaltera, uredu vec stoji neugledna zena sa cegerom punih namirnica sa pijace, pa potom prosjaka u ritama. Gospodin sa sirokim osmehom mase salterskom radniku/ci, a ovaj mu daje znak da priđe.

KAZNENA ODREDBA:

Svako ima pravo na jednak pristup i jednaku zaštitu svojih prava pred sudovima i organima javne vlasti (policijom, inspekcijama, lokalnim vlastima, u centru za socijalni rad... itd.). Gospodin u skupom odelu i sa zlatnim satom na ruci morao bi na opštinskom šalteru da dođe na red posle prosjaka u ritama ako je prosjak stao u red pre njega. Zakon je diskriminatorsko ponašanje državnih i lokalnih (pokrajinskih, gradskih, opštinskih) službenika i zaposlenih u organizacijama i preduzećima koja vrše javna ovlašćenja (u školama, zdravstvenim ustanovama, javnim preduzećima) okarakterisao kao težu povredu radne dužnosti, a to znači da oni koji tako postupaju moraju biti kažnjeni (novčano, trajnim smanjenjem plate, ili premeštajem na niže radno mesto), a mogu i da izgube posao.
Pri pružanju usluga

IGRA ULOGA BR. 2:

U restoran ulazi osoba sa invaliditetom pracena clanovima svoje porodice I prijateljima I planirala je tu proslaviti upravo odbranjeni diplomski rad. Na samom ulazu konobar ih smesta za prvi slobodan sto. Neki gosti vec pocinju da se okrecu I dosaptavaju. Nakon par minuta, dolazi vlasnik restorana I govori kako je kuvar prezauzet I nece moci da poruce nista naredna cetiri sata tako da ce biti bolje za njih ako pronadju neki drugi restoran. Na kraju se ispostavlja da ova informacija nije tacna I da je to saopsteno gostima upravo zato sto je jedan od njih bio osoba sa invaliditetom.

KAZNENA ODREDBA:

Firmama ili pojedincima koji javno pružaju usluge zabranjeno je da odbiju da nekom pruže te usluge ili da za pružanje usluga nekom postavljaju uslove koji se ne traže od drugih, samo zbog nekog njegovog ličnog svojstva. Ne smeju ni da nekom neopravdano omoguće prvenstvo u odnosu na tebe, zbog tvojih ličnih svojstava. Tako u butiku ne mogu da traže od tebe, ako ti nedostaje neki ekstremitet da se presvlačiš u posebnoj kabini, daleko od „normalnih" kupaca. Ili, ne mogu da kažu: „Mi u ovoj kafani ne uslužujemo bivše robijaše". Pri korišćenju javnih objekata i površina

IGRA ULOGA BR. 3:

Na javnom bazenu porodica romske nacionalnosti pokusava vec nekoliko puta da udje, medjutim ovog puta sa zatrazili da razgovaraju sa direktorom bazena.

KAZNENA ODREDBA:

Svako ima pravo na jednak pristup objektima u javnoj upotrebi (što će reći da mu se mora omogućiti da uđe u zgrade državnih organa, škole, bolnice, ustanove socijalne zaštite, kulture, sporta, hotele i restorane, javna skloništa...), kao i javnim površinama (parkovima, trgovima, ulicama, pešačkim prelazima...). To znači da niko ne sme da zabrani Romima ulazak na gradski bazen, kao što se dešavalo,

a vlasnici i zakupci javnih zgrada i poslovnih prostora moraju da omoguće da i ljudi u invalidskim kolicima nesmetano uđu u zgradu.

Na poslu

IGRA ULOGA BR. 4:

Mlada devojka kojoj je ponudjen posao u jednoj firmi dolazi na razgovor gde biva istaknuto da ako u skorijem periodu planira da osnuje porodicu moze ozbiljno ugroziti svoju sansu za taj posao.

KAZNENA ODREDBA:

Zaštitu od diskriminacije na poslu uživaju ne samo zaposleni (po ugovoru o radu ili bilo kom drugom ugovoru), već i pripravnici, volonteri, učenici i studenti na praksi, oni koji tek traže posao i svi drugi koji po bilo kom osnovu učestvuju u radu.

Diskriminacija na poslu je posebno zabranjena (jer su u tim situacijama posledice po žrtve najgore) u odnosu na:
• zapošljavanje i izbor kandidata za obavljanje određenog posla;
• izvršenje obaveze poslodavca da ti obezbedi određene uslove rada;
• ostvarivanje prava na obrazovanje, osposobljavanje i usavršavanje na radu;
• odlučivanje o nečijem napredovanju na poslu;
• otkazivanje ugovora o radu.

Odredbe ugovora o radu kojima se utvrđuje bilo kakva diskriminacija jednostavno ne važe i neće ih priznati nijedan sud.

U obrazovanju

IGRA ULOGA BR. 5:

Učiteljica Visnja je sastavila ucenike u svom razredu govoreci svima "sve sami biseri", mislivsi pri tome na imovno stanje I ugled roditelja njenih buducih djaka prvaka. Roditelji malog Davida su juce dobili pismo od skole u kome im je saopsteno da vise nema mesta. Medjutim majka je od koleginice koja radi u toj skoli saznala da ipak ima mesta. Roditelji su fini I skromni ljudi, majka je cistacica a otac ulicni prodavac dolaze da svoje dete upisu u bas Visnjin razred jer jedino u njemu ima jos dva mesta. Ako pak ne uspeju da svoje dete upisu u ovu skolu, njihovo dete ce morati da putuje 30 minuta autobusom da prve sledece skole.

KAZNENA ODREDBA:

Zabranjeno je na osnovu ličnog svojstva:

• otežati ili onemogućiti nekom upis u školu ili na fakultet, ili ga isključiti iz ovih ustanova;

• otežati ili uskratiti nekome mogućnost praćenja nastave i učešća u drugim aktivnostima u obrazovnoj ustanovi;

• razvrstavati učenike (kada, na primer, učiteljica prema zanimanju roditelja, to jest prema njihovom pretpostavljenom imovnom stanju, bira koji će učenici biti u njenom odeljenju prvog razreda osnovne škole).

U zdravstvenim ustanovama

IGRA ULOGA BR. 6:

Stariji gospodin koji je dijabeticar dolazi u zdravstvenu ustanovu sa clanovima porodice. Clanovi porodice su zabrinuti jer je gospodinu pozlilo i lose se oseca. Na priemnom odeljenju sestrica zakljucuje da je gospodin kao I clanovi njegove porodice polupismen, to navodi I doktoru koji je nakon pregleda predlozio da se sa sestrom dogovore oko prijema na odeljenje I zakazivanja operacije, ne dajuci nikakve dodatne informacije osim pismenog uputa.

KAZNENA ODREDBA:

Diskriminacija postoji naročito ako se nekom neopravdano odbije pružanje zdravstvenih usluga ili postave posebni uslovi za pružanje tih usluga, koji nisu opravdani medicinskim razlozima. Zakon izričito zabranjuje da lekar nekom odbije da postavi dijagnozu ili uskrati informacije o zdravstvenom stanju, ili preduzetim ili nameravanim merama lečenja ili rehabilitacije, zbog njegovih ličnih svojstava. Lekar ne sme da kaže: „Ma on je nepismen, šta ima njemu da objašnjavam da ćemo mu amputirati nogu."

4. VEŽBA –
ŠTA JE DISKRIMINACIJA?

1. Ako se za rad u ženskom frizerskom salonu traži isključivo ženska osoba do 25 godina?

Da Ne

2. Ako stanari jednog naselja protestuju i ne dozvoljavaju da se u blizini njihovih kuća napravi romsko naselje?

Da Ne

3. Ako poslodavac ne uplaćuje penziono osiguranje zaposlenima?

Da Ne

4. Ako na jednoj zgradi dva čoveka ispišu grafiz „Ubij, zakolji, da Hrvat ne postoji"

Da Ne

5. Ako u novinama pročitate naslov „Ženama je mesto u kući „

Da Ne

6. Ako se konkursom za radno mesto, pored školske spreme, traži da još imaš i vozačku dozvolu i najmanje 10 godina radnog iskustva.

Da Ne

7. Ako se konkursom traži isključivo muškarac (na primer inženjer)

Da Ne

8. Ako te ne prime na posao samo zbog toga što nisi članica stranke na vlasti.

Da Ne

9. Ako te ne prime na posao jer ti fali samo jedna godina iskustva u struci.

Da Ne

10. Ako je tvoja zarada niža od zarade kolege na istoj poziciji u preduzeću.

Da Ne

11. Ako ti je uskraćen pristup restoranu samo zato što si Romkinja

Da Ne

12. Ako nisi izabran za odbornika na lokalnim izborima

Da Ne

13. Ako ti je zasnivanje radnog odnosa uslovljeno davanjem izjjave o tome da u određenom vremenskom roku ne planiraš trudnoću

Da Ne

14. Ako hoćeš da kupiš cigarete, a ne daju ti bez lične karte;

Da Ne

15. Ako nisi primljena u radni odnos u vaspitnoj ustanovi, uprkos stručnoj spremi, samo zato što si drugačije seksualne orijentacije;

Da Ne

16. Ako ti profesor uslovljava polaganje ispita druženjem uz kafu/večeru i /ili seksualnom uslugom;

Da Ne

17. Ako te ne puste u noćni klub sa obaveznom garderobom samo zato što si u bermudama;

Da Ne

18. Ako ne možeš ući u dom zdravlja /ambulantu/biblioteku jer nema prilaz za osobe korisnike kolica;

Da Ne

19. Ako je na javnom konkursu za dodelu stana prednost data kolegi koji ima samo jednu godinu radnog iskustva više nego ti;

Da Ne

20. Ako po Zakonu o socijalnoj zaštiti imaš pravo na dečiji dodatak od 5 000 dinara, a opština svima isplaćuje 2000 din;

Da Ne

21. Ako dobiješ otkaz samo zato što si članica /član sindikata;

Da Ne

22. Nastavnik vašeg deteta saopštio je da je LGBT osoba. Šta ćete uraditi?

-ispisati dete iz škole

-tražiti od direktora da ga otpusti

-nećete uraditi ništa, jer to nema veze sa obrazovanjem Vašeg deteta

23. Kolege sa posla ne kupuju u najbližoj pekari jer je vlasnik Albanac. Vaša reakcija će biti:

-moram da priznam da je to donekle normalno, jer su nam Albanci oteli Kosov

-objasniću im da je u pitanju diskriminacija

-gledaću svoja posla

24. Na zajedničkom zimovanju u Srbiji, u grupi ljudi u kojoj ste i Vi, nalazi se i jedna prijateljica koja koristi invalidska kolica. Izlazite svi na večeru u restoran, ali u objekat ne može da se uđe u kolicima. Vi ćete.

-izviniti se prijateljici koja koristi invalidska kolica i ući sa jednom grupom ljudi;

-prijaviti slučaj policiji;
-protestvovati kod vlasnika, a zatim svi zajedno otići na neko drugo mesto;

25. Na jednom privatnom bazenu, vlasnici ne dozvoljavaju grupi Roma da uđu na kupalište. Šta ćete uraditi:

-nećete preduzeti ništa, jer je bazen privatan, pa vlasnik može da bira koga će da pusti;

-protestvovati kod vlasnika bazena i sugerisati Romima da zatraže pravnu pomoć;

-složiti se, jer mislite da Romi i nisu baš za takva mesta;

26. Roditelj jedne učenice iz razreda u koji ide i Vaša ćerka, kaže Vam u poverenju da je jedna devojčica iz odeljenja HIV pozitivna. Šta ćete uraditi:

-svima ćete ispričati i tražiti da Savet roditelja pokrene inicijativu da se devojčica hitno ispiše iz škole;-

-strogo zabraniti ćerki da se približava devojčici koja je HIV pozitivna

-ponuditi pomoć i podršku devojčicinim roditeljima

Linkovi:

http://www.gendernet.rs/files/dokumenta/Domaci/Zakon_o_zabrani_diskriminacije.pdf

http://upravusi.rs/drzava/diskriminacija-drzava/posebna-zastita-nekih-ranjivih-grupa/#4

http://upravusi.rs/posao/zasnivanje-radnog-odnosa/zabrana-diskriminacije-na-poslu/

http://upravusi.rs/posao/zasnivanje-radnog-odnosa/ugovor-o-radu/

http://upravusi.rs/posao/prestanak-radnog-odnosa/otkaz-od-strane-poslodavca-razlozi-i-upozorenje/

ČUDNI OBIČAJI

ANTROPOLOŠKI PRILOG POZNAVANJU RAZLIČITOSTI LJUDI

TEMA PET:

KONFLIKT I MEDIJACIJA

DAN: 11 DO 12

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Bolje razumeju proces medijacije

2. Unaprede svoja znanja i veština o korišćenju medijacije u zajednici

Vreme

Tema je raspoređena u dva dana. Radni dan traje od 9:00 do 17:00 sati. Dve pauze od po 20 minuta. Pauza za ručak 60 minuta nakon koje trener/ica daju igricu za podizanje koncentracije. Efektivan rad traje 8 sati i 15 minuta.

Prikaz sesije

A. Konflikt i načini rešavanja konflikta
(1 sat i 40 minuta)
B. Medijacija (6 sata i 45 minuta)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred spisani na FC

Pisani materijali (handouts)

5A – Konflikt i načini rešavanja konflikta

5B – Medijacija

Priprema

Pre početka sesije, ispišite primere definicija konflikta, medijacije (vidi handout 5A, 5B,) koristeći po jedan list za svaku definiciju. Takođe, pripremite sav potrebni materijal za seminar kao što su :
• petominutni filmić Pepa Prase- potreban za oba dana
• test lični stil u rešavanju konflikta – potreban za prvi dan
• kartice za igru uloga u okviru sesije medijator i aktivno slušanje – potrebne za prvi dan
• tekst pod nazivom „ Kupi mi, kupi“ za sesiju pod nazivom razlikovanje potreba, želja i emocija- potreban za drugi dan
• opise situacija potrebnih za simulaciju medijacije – potrebne za drugi dan
• evaluacione listiće – potrebni za kraj drugog dana
• Sav potreban materijal dat je u prilogu pod nazivom dodatak sa numeracijom 5.

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUTu 5A su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi što više izvora materijala na temu.

DAN I

A. KONFLIKT I NAČINI REŠAVANJA KONFLIKTA (1 SAT I 40 MINUTA)

Korak 1 (5 minuta)

Trener/ica pozdravlja učesnike/ce i poželi dobrodošlicu. Osvrće se na temu prethodnog dana navodeći da smo govorili o streotipima, predrasudama i diskriminaciji, i kao što to biva u životu, oni nas dovode ponekad do nesporazuma, nerazumevanja pa čak i sukoba. Zato ćemo se tokom ove sesije, baviti konfliktima i načinima za njihovo prevazilaženje. Trener/ica zatim prezentuju ciljeve i plan rada koji su prethodno ispisali na FC papiru ili pripremili kao handout. Nakon toga pita učesnike/ce da li imaju pitanja ili komentare u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (20 minuta)

Nakon što ste učesnicima/ama prezentovali plan rada i ciljeve, polako počinjete da ih uvodite u temu radionice kroz vežbu „ Lični prostor i vizuelizacija drugog „. Svi učesnici su podeljeni na parove, u krugu. Prvi zadatak svakog para je da, krenuvši sa svoje pozicije (krenuvši iz dva najudaljenija ugla prostorije), oboje koračaju u pravcu drugoga, te da se zaustave kada osete da su stigli do „granice" (bez verbalnog dogovora). Tada dobijaju instrukciju da se posmatraju pažljivo 10-15 sekundi. Nakon toga, trener/ica daje instrukciju prvoj/prvome da zatvori oči i da rečima opiše svog partnera (fizički izgled – sa detaljima, zatim utisak koga ta/taj ostavlja na Drugoga i generalnu ocenu o tome kakva je osoba. Kada ona/on završi, istu instrukciju dobija i drugi član para. Za sve to vreme, trener/ica postavlja niz instruktivnih podpitanja (Pantalone su imale specifičan detalj, da li nam ga možeš opisati?; Cipele su crne, i imaju crvene pertle, jesam li u pravu?...)

Naredni par čini isto, kao prvi zadatak (koračaju i zaustavljaju se na „granici").

Potom, trener/ica ponavlja instrukciju da se 10-15 sekundi pažljivo posmatraju. Vežba se nadalje razlikuje od prethodnog para: umesto da verbalizuju (pričaju o drugome), svaki od učesnika ima zadatak da zatvorenih očiju i ispruženih ruku u vazduhu vizualizuju, tj. „nacrtaju" konture tela svog partnera, najpreciznije što mogu – najpre iz anfasa, a potom i iz profila – od vrha glave, pa do stopala. Voditelj im sve vreme daje dodatne instrukcije o kretanju, sa naglaskom na to da ne smeju da dodiruju svog partnera...

Trener/ica otvara diskusiju i postavlja pitanja da kratko prokomentarišu sopstvena osećanja i doživljaje tokom vežbe. Ova vežba je vežba zagrevanja ali i usko je vezana sa samom temom, jer način na koji nekog vizueliziramo, doživljavamo, približavamo može biti i jedan od izvora za nastajanje konflikta.

Korak 3 (5 minuta)

Na početku,trener/ica daje instrukciju da grupa pažljivo posmatra 5-minutni crtani film iz serijala Pepa prase „Svađe" jer ova epizoda nam nudi veoma „plastičnu" ilustraciju svih faza konflikta, odličan opis aktera, njihovog ponašanja, i daje nam odličan uvod za sledeći korak.

Korak 4 (25 minuta)

U ovom koraku trener/ica postavlja niz pitanja učesnicima/ama o konfliktu kao npr. šta konflikt predstavlja za učesnike/ce? Kada se kaže konflikt u školi, na ulici, porodici koje su to asocijacije, slike, uspomene koje izaziva kod vas? Pustite učesnike da razmisle tri minuta, i nakon toga ih podelite u dve grupe sa sledećim zadacima: prvoj grupi dati zadatak da sve asocijacije na reč konflikt nacrtaju i prezentuju kroz slike, dok druga grupa ima zadatak da sve svoje asocijacije, slike prezentuju rečima. Učesnicima/ama trener/ica daju po

list FC papira, markere i 10 minuta za pripremu svojih prezentacija, Trener/ica ohrabruje učesnike/ce da ispišu što više reči i nacrtaju što više slika. Nakon isteka vremena za vežbu učesnici imaju po 5 minuta za prezentaciju. Nakon toga, trener/ica naglašava da su kroz ovu vežbu videli samo jedno „ lice „ konflikta i da će im sada nešto više reći o konfliktu i polako uvodi u sledeći korak.

Korak 5 (10 minuta)

Nakon što su učesnici/ce imali priliku da kreativno predstave sopstveno poimanje konflikta, trener/ica daje desetominutni input na temu konflikt, kakav može biti i prezentuje faze u nastajanja konflikta. Na slici možete videti neke od definicija konflikta koje možete ispisati na FC papiru.

Konflikt je SUKOB između ponašanja, stavova, emocija, potreba, ciljeva, različitih vrednosti ili vrednosti koje se smatraju različitim!

ILI

Konflikt je način stimulisanja interesa za rešavanje problema ili uskladjivanje odnosa izmedju različitih osoba.

Korak 6 (10 minuta)

U ovom koraku trener/ica podeli učesnike/ce u parove, zatim parovima dodelite uloge i to tako da svaki par ima svoje leto i svoju zimu.

Razdvojiti parove tako što zamolite učesnike/ce koji su dobili ulogu zime da izađu iz prostorije, a učesnike/ce koji su dobili ulogu LETO da ostanu u prostoriji. Trener/ica daju prvo zadatak učesnicima/ama koji su ostali u prostoru (LETO) da će imati zadatak da nacrtaju na jednom belom zajedničkom papiru i zajedničkom olovkom SLONA, zatim izlaze u drugu prostoriju i učesnicima (ZIMA) daje istu instrukciju samo što umesto slona njihov zadatak će biti da nacrtaju KUĆU .Nakon što su treneri dali instrukcije spajaju parove (LETO +ZIMA) i na zajedničkom papiru i sa zajedničkom olovkom bez ikakvog dogovoranja, u potpunoj tišini učesnici/e odpočinju sa izvršavanjem svojih zadataka. Trener/ica napominje da onog trenutka kad se marker podigne sa papira rad na zadatku tog para će biti prekinut. Za instrukciju treneru je potrebno 3 minuta, za rad parova je potrebno ne više od 5 minuta. Nakon što su učesnici/e završili trener/ica pravi galeriju i otvara kraću diskusiju u trajanju od 5 minuta, u okviru koje pita učesnike kako su se osećali, da li su se povlačili ili nametali svoj zadatak ili se samo prepustili svom paru? Trener/ica naglašava da je cilj ove vežbe da učesnici prepoznaju kako reaguju kada se nađu u konfliktu.

Korak 7 (10 minuta)

U ovom koraku učesnici/e će sami spoznati načine na koje reaguju u konfliktu kroz individualni test. Trener/ica dele test za svakog učesnika/cu uz napomenu da je ovaj test način da sagledamo svoju reakciju kada se nađemo u konfliktu. Za ovu vežbu, trener/ica ima 3 minuta za input, a učesnici za rad 5 minuta. Nakon što učesnici/e završe test, trener/ica prokomentarišu rezultate, u prethodnoj vežbi ste mogli da vidite kako reagujete u konfliktu, koliko su vam se rezultati testa poklopili sa oni kako ste reagovali kako u vežbi ali i u svakodnevnom životu, želeli bismo da čujemo vaše mišljenje. Nakon što učesnici/e prokomentarišu svoje rezultate trener/ica kaže da su ovo trenutni rezultati i da su oni promenljivi.

Korak 8 (15 minuta)

Nakon testa trener/ica daje desetominutni input o načinima za rešavanje konflikta. Konkretnije šta treba reći u okviru ovog koraka naći ćete u dodatku 5A, a svakako treba na kraju naglasiti ključne tačke učenja iz svakog koraka.

B. MEDIJACIJA (2 SATA I 45 MINUTA)

Korak 1 (20 minuta)

Trener/ica uvode učesnike/ce kroz input u medijaciju, tako što se nadovezuje na prethodnu temu (konflikti). U ovom koraku treba reći definiciju medijacije, o samom procesu, o koracima po kojima se ona odvija, kakve osobine/veštine treba da poseduje medijator, koje su dobrobiti medijacije za zajednicu.

LIČNOST MEDIJATORA
Da ima strpljenja da sasluša
Da je asertivan
Da je pravdoljubiv
Da ima razumevanja za druge
Da ima sposobnost da sa lakoćom iznese zamisao
Da je elokventan
Da ima pozitivan status
Da se njegovo mišljenje uvažava

Medijacija je način rešavanja konflikta i prevazilaženja nesporazuma u kome se neutralna, treća strana ili strane , pojavljuju u ulozi medijatora, tj. posrednika između sukobljenih strana.
Medijacija olakšava proces komunikacije između strana koje pregovaraju i omogućava im postizanje sporazuma. odnosa izmedju različitih osoba.

KORACI U MEDIJACIJI
1. Uvod
2. Izlaganje problema
3. Definicija problema
4. Pronalaženje rešenja - brainstorming
5. Faza dogovora
6. Plan sprovođenja odluke
7. Procena sprovođenja

Korak 2 (60 minuta)

Trener/ica daje zadatke svakom učesniku da spreme uvodni deo u kome će oni kao "medijatori" simulirati uvodnu fazu medijacije. Naravno, da bi učesnici/e lakše prošli ovu fazu, dok simuliraju imaće i strane u sukobu koju će simulirati učesnici/e koji se dobrovoljno jave u slučaju da niko iz grupe ne želi da bude strana u sukobu trener/ice preuzimaju ovu ulogu. Za pripremu ove kratke simulacije potrebno je 10 minuta, za izvođenje ne više od 40 minuta za grupu koja ima 20 učesnika što je u proseku 2minuta po učesniku/ci. Ovu vežbu treba svi učesnici/e da prođu jer je uvodna faza ključna za nastavak procesa. Nakon što su učesnici/e simulirali prvu fazu, ukoliko nisu bili uspešni, trener/ica simuliraju i ujedno naglašavaju da prilikom uvoda nikako ne smemo da zaboravimo da kažemo da su medijatori treća neutralna strana, zatim da prezentujemo principe kao i pravila medijacije (koje možete ispisati na FC papiru). Za ovu završnicu trener/ice imaju 10 minuta.

PRINCIPI MEDIJACIJE
Neformalan proces
Ravnopravnost
Konstruktivizam
Usmerenost na budućnost
Dobrovoljnost
Poverljivost

PRAVILA MEDIJACIJE
Da se strane u sukobu slušaju
Da se strane u sukobu ne prekidaju
Da se ne vredjaju i ne etiketiraju
Da uvek govore u svoje ime (ja poruke)
Da isključe mobilne telefone
Da pitaju ukoliko ima nejasnoća

Korak 3 (15 minuta)

Aktivno slušanje je korak koji vode sami učesnici, tako što trener/ica pita da li ima dobrovoljaca koji bi zauzeli mesto trenera/ice. Nakon što se neko iz grupe javi, dajete mu zadatak da sa grupom odrade podsećanje na aktivno slušanje koje smo radili u okviru teme komunikacija. Za ovo podsećanje, učesnici imaju 5 minuta na raspolaganju, nakon čega se trener/ica vraćaju na svoje mesto voditelja i povezuje pojmove koje su učesnici/e izlistali. Nadovezuje se na važnost aktivnog slušanja kod medijacije i naglašava da je to jedna od veština koju svaki medijator treba da poseduje.

Korak 4 (30 minuta)

Trener/ica učesnike/ce podeli na 3 grupe (optimalno – po četvoro u grupi) ostali učesnici su aktivni posmatrači koji imaju zadatak da nakon završenih simulacija daju povratnu informaciju učesnicima simulacija. Svaka od grupa simulira (jedna po jedna) sesiju medijacije, gde 2 člana predstavljaju strane u konfliktu, a preostalo dvoje su medijator i ko-medijator.

Centralnu ulogu u vežbi imaju medijator i ko-medijator. Instrukcija koju trener/ica daju grupama (ispisana na papirima) jeste da kroz razgovor i dogovor osmisle „priču" koja stoji iza konflikta. Zatim se „strane" u konfliktu uvežbavaju za svoju priču, tj. nastup na seansi medijacije. Takođe, trener/ica daju instrukcije i medijatoru/ko-medijatoru:

• prva grupa ima zadatak da tokom medijacije odaje utisak potpune nezainteresovanosti i „isključenosti" tokom trajanja medijacije;

•u drugoj grupi medijator i ko-medijator treba da glume tokom sesije „kao da su tu" (postavljaju pitanja, daju predloge itd.), ali sa potpuno „ravnim", birokratskim odnosom prema slučaju, bez empatičnosti i/ili ikakvih emocija...

•u trećoj grupi, medijator i ko-medijator zaista aktivno učestvuju, vodeći sesiju i čitav proces na način koji jasno pokazuje da im je stalo, da slušaju i uvažavaju argumente obe strane i da pokušavaju da ih zaista pomire. Za pripremu učesnici imaju 5 minuta, za izvođenje svaka grupa po 5 minuta

Diskusija: nakon završetka vežbe otvara se diskusija o viđenom, o tome šta se čulo i doživelo. Traži se od grupe da ukaže na uočene detalje na relaciji verbalno-neverbalno u komunikaciji. Kao ishodište, stiže se do „modela" dobre i uspešne sesije medijacije.

Korak 5 (30 minuta)

Trener/ica na početku vežbe da kraći uvod o rezimiranju kao jednoj od bitih veština koje treba da poseduje medijator, nakon toga treneri zamole učesnike/ce da sednu u krug. Jedan od učesnika ispriča šta mu se desilo

u poslednjih dan, dva... Priča bi trebalo da ima izmedju 5 i 10 rečenica. Nakon toga baca lopticu/marker nekom iz kruga. Izabrani bi trebalo da ponovi šta je njegov predhodnik rekao, tako što će izneti suštinu i sve detalje koje smatra bitnim. Nakon toga on iznosi priču pred ostale. Ostatak grupe sluša i komentariše eventualne propuste. Ceo proces rezimiranja mogu i treneri da započnu kako bi oslobodili učesnike/ce. Cilj je da učesnici/e prođu iskustveno fazu rezimiranja kao jednu od ključnih delova u samoj medijaciji, takođe, da nauče da iznesu suštinu i sve detalje koji su bitni. Za ovu vežbu je predviđeno 30 minuta.

Korak 6 (10 minuta)

Na kraju dana trener/ica sumiraju dan, zamolivši učesnike/ce da kažu po jednu ključnu reč vezanu za ono što su u toku današnjeg čuli, zapisavši na FC papiru, od izlistanih reči trener/ica daju zaključak i zatvaraju dan.

DAN II

MEDIJACIJA (4 SATA)

Korak 1 (10 minuta)

Na početku drugog dana, trener/ica se osvrnu na prethodni dan, pročitavši definicije konflikta i medijacije koje su okačene po zidovima i kažu šta učesnike/ce očekuje u nastavku dana.

Korak 2 (60 minuta)

U ovom delu pod nazivom "Razlikovanje, potreba, želja i emocija" trener/ica pročitaju priču " Kupi mi, kupi mi". Nakon toga, trener/ica dele učesnike u četiri grupe sa zadatkom da unutar grupa ispišu :

I grupa – Zoranove potrebe

II grupa – Zoranove emocije

III grupa – Tanjine potrebe

IV grupa – Tanjine emocije

Za izradu zadatka na velikom FC papiru imaju 30 minuta. Potom, svaka grupa izvesti šta su napisali, za šta je predviđeno 5 minuta do sedam minuta po grupi. Nakon toga sledi diskusija, koju treneri otvaraju, i to u dva smera. Prvi je da li uspevamo da razlikujemo emocije od potreba i načina na koji te potrebe mislimo da bi trebalo zadovoljiti . Drugi je da li uspevamo da održimo neutralnost i ne stavimo se ni na jednu stranu u situaciji medijacije.

Ova pitanja su ključna za sam proces medijacije, jer ako ne znamo da održimo neutralnost, onda proces medijacije nije moguć.

Korak 3 (60 minuta)

Trener/ica dele učesnike/ce u tri grupe i govori da su sve tri grupe dobile frižider, i da svaka grupa treba da ispiše što više namena za frižider koji su dobili na poklon. Frižider koji su dobili je neispravan i ne može da se popravi. Recite učesnicima da će pobednik koji ima najviše rešenja dobiti nagrade (smisliti nešto kreativno ili im kupiti čokolade). Za izlistavanje učesnici/e imaju 20 minuta, nakon čega isčitavaju rezultate i otpočinju sa diskusijom. Tokom diskusije trener/ica zaokruži crvenim markerom rešenje koje većina smatra realno neizvodljivim, plavim moguće rešenje na kome bi trebalo malo poraditi i crnim potpuno prihvatljivo rešenje za većinu. Nakon toga objasni da se isti mehanizam može primenjivati i u medijaciji – prilikom pronalaženja rešenja. Za ovu diskusiju u okviru koje je uvršćeno iščitavanje se prezentuju produkti rada grupa predviđeno je 20 minuta.

Korak 4 (80 minuta)

Nakon što smo sa učesnicima prošli sve faze kroz interaktivne vežbe, delimo ih u u više grupa , a važno je da grupa ima 4 osobe (strane u konfliktu, medijator i komedijator). Svaka grupa dobija pisani tekst za simulaciju. Ukupno imaju 20 minuta vremena za dogovor i pripremu.Nakon toga jedna po jedna grupa

kreće u simulaciju, treneri prate i zapisuju kako bi nakon završene prezentacije dali učesnicima povratnu informaciju i ukazali u kom pravcu treba da rade kako bi bili uspešniji u procesu medijacije. Za simulaciju predviđeno je ne više od 7 minuta po grupi, ostalo vreme namenjeno je za diskusiju i povratnu informaciju na liniji učesnici- učesnicima; trener- učesnicima, u kojoj trener/ica naglašava da medijatori moraju bez obzira na sve da sačuvaju neutralnost ali i da se pridržavaju principa medijacije.

Korak 5 (20 minuta)

U ovoj sesiji trener/ica puštaju učesnicima/ama da ponovo odgledaju 5-minutni crtani film iz serijala Pepa prase „Svađe". Nakon emitovanja, trener/ica najpre traži od grupe da analizira sadržaj i otkrije zajednički kroz debatu čitavu strukturu prikazanog konflikta i medijacije. Posebna pažnja obraća se na prepoznavanje različitih vrsti medijatora, njihove uloge i uspešnosti.

Ova vežba, kao „finale" interaktivnog rada tokom ove radionice, u prvi plan će izneti, pored ostalog, i stepen usvojenog znanja i ovladanih veština kod učesnika: aktivno slušanje, rezimiranje, definisanje problema, prepoznavanje „stila" medijacije, donetog rešenja i plana sprovođenja odluka, itd...

Korak 6 (10 minuta)

Nakon što su trener/ica zaključili diskusiju, vrate se na ključne tačke učenja u protekla dva dana i ponove da konflikt ne mora uvek da bude destruktivan; da je konflikt jedan „začin" u životu bez koga bi nam bilo dosadno u svakodnevnom životu; takođe naglašava najvažnije principe medijacije i na kraju kao završetak podeli učesnicima evaluacioni listić da popune, nakon čega zatvori seminar i zahvali im se još jednom što su učestvovali i dali svoj doprinos.

Handout 5A –
Konflikt i načini rešavanja konflikta

KONFLIKT

• Najčešći uzroci sukoba

Konflikt se može posmatrati kao oblik suprostavljanja različitih strana, koji se zasniva na nesaglasnosti ciljeva, želje ili vrednosti suprotnih strana. Postoje dve osnovne kategorije uzroka sukoba. To su:

1. Interesi, materijalna dobra, moć, pozicije, privilegije i ugrožene potrebe

2. Lične karakteristike koje se manifestuju kroz vrednosni okvir, mišljenja, stavove, emocije, koncepcije i dr.

Kao uzroke sukoba na radu najčešće se prepoznaju sledeći uzroci:

• Loša organizacija rada
• Neadekvatno nagrađivanje
• Loš odnos između nadređenih podređenih
• Loš odnos među zaposlenima uopšte
• Loša zaštita na radu

Konflikt nikada ne može biti u potpunosti eliminisan, budući da su razlike u intereima i stavovima, kao i konkurencija nad resursima stalno prisutni u organizacijama.

Konflikti u organizaciji se mogu podeliti na:

• Konstruktivne – funkcionalne
• Destruktivne – nefunkcionalne
• Pristupi konfliktu

Pristupi konfliktu su se menjali kroz razvoj organizacije i prioritete koje organizacije određuju u svom poslovanju.

1. Tradicionalan pristup konliktu.

Konflikt se shvata kao nepotreban i štetan za organizaciju. Reagovanje menadžera je bila da što pre zaustavi konflikt i da eliminiše sve njegove uzročnike.

2. Bihevioistički pristup konnfliktu

Konflikt može da se desi u organizaciji iz različitih razloga: prirode zaposlenih, alokacije resursa i organizacijskog života. Konflikt je očekivan a menadžerska reakcija bi bila pokušaj da se reši konflikt ili da se potpuno eliminiše

3. Interakcioni pristup konfliktu

Konflikt u organizaciji je neizbežan i neophodan za zdrav razvoj organizacije. Postoje situacije u kojima se konflikt izazove sa namerm da maksimizira pozitivne potencijale za rast organizacije i da minimizira njegove negativne efekte. Rešavanje konlikata podrazumeva uvid u sledeće pokazatelje:

• Izvore konflikta

• Nivo konflikta

• Vrstu konflikta – da li se radi o konfliktu između individua, između individua i grupa ili između grupa.

Konflikt u braku i porodici odražavaju se na pojedincu i u njegovom ponašanju radnoj grupi. U organizaciji mogu da se jave i interpersonalni konflikti među pojedincima koji po svojoj prirodi nisu organizacioni. Oni su vezani uz ciljeve i zadatke organizacije ili za položaje i formalne oodnose pojedinaca članova grupe u konfliktu

• Rešavanje konflikta

Rešavanje konflikta je multidisciplinarni analitički pristup konfliktu koji traži najadekvatniji način koji će omogućiti učesnicima u konfliktu da sarađuju u prnalaženju njegovog rešenja. Disciplina koja se u svetskoj literaturi naziva CONFLICT RESOLUTION obuhvata dva odvojena segmenta bavljenja konfliktom u organizaciji:

1. Predupređenjem konflikata

2. Razrešavanjem konflikata

Predupređenje konflikta podrazumeva svaranje preduslova da do destruktivnih konflikata uopšte ne dođe. Podrazumeva niz mera i aktivnosti u pravcu uvežbavanja veština komunikacije, ponašanja i razmišljanja i isto tako rešavanja problema i pregovaranja. Konflikt, kao i ljudi, je višedimenzionalan, kompleksan i predvidljiv samo u nekim slučajevima sa prilično uskim granicama. Konflikt rešenje mora da bude adekvatno, fleksibilno, osetljivo na male i učestale promene i da je spremno na neočekivano.

Načini rezrešavanja konflikta:

• Rasprava - preduslov za rešavanja konflikta ali i sama u završnoj fazi donosi rešenje problema. Osnovni problem je što rivalske strane imaju negativan emocionalan naboj i zato često nisu spremne da raspravljaju a i kada to čine gluve su za argumente suprotne strane.

• Pretnje i prisile – metod koristi ona strana u konfliktu koja misli da je jača : lai ovbo nije efikasan metod za rešavanje konflikta. Pretnje često izaziva kontrapretnju i zaoštrava konflikt

• Uvođenje sudije - Kada je sukob između dve strane destruktivan, kada su njihove poozicije toliko isključive da one same ne mogu da reše sukob, tada je uvođenje sudije najadekvatnije rešenje. Sudija nije zahvaćen sukobom izato može objektivno da sagleda njegov uzrok i stvarne pozicije dve strane

• Kompromis - Suština kompromisa je u tome da i jedna i druga straa nešto dobiju i nešto izgube. I to saznanje daje i druga strana spremna da se odrekne dela svojih interesa je razlog da kompromis često uspeva i da je najoptimalnije rešenje sukoba

Handout 5B – Medijacija

Medijacija je način rešavanja konflikta i prevazilaženje nesporazuma u kome se neutralna, treća strana ili strane pojavljuju u ulozi medijatora, tj. Posrednika između sukobljenih strana. Medijacija olakšava proces komunikacije između strana koje pregovaraju i omogućava im postizanje sporazuma.

Kako da vodite medijaciju i o čemu treba da vodite računa:

1. Uvod – započinjanje procesa medijacije

Ova faza podrazumeva pripremu medijatora pre početka sastanka, kao i uvođenje učesnika u sam proces. U ovoj fazi treba da upoznate učesnike sa osnovama medijacije, sa osnovnim pravilima koja moraju da se poštuju, da razvijete početnu atmosferu – atmosferu prihvatanja i poverenja, da odgovorite na neka početna pitanja koja bi učesnici mogli da imaju u vezi sa samim procesom i dr. Vodite računa da prilikom objašnjavanja same tehnike koristite razumljive i poznate reči, one koje nisu suviše komplikovane i koje mogu dovesti do toga da se učesnici osećaju glupo ili nesigurno. Ideja nije da vi zvučite pametno i da se predstavite kao ekspert za medijaciju i rešavanje problema. Vi ste tu da pomognete stranama u sukobu da se razumeju i čuju, i samo zbog toga. Prvi korak je veoma bitan i od načina na koji započnete proces zavise i svi ostali koraci i njihova uspešnost. Delujte sigurno i ohrabrite učesnike što su odlučili da prisustvuju medijaciji.

Na samom početku procesa medijacije imamo uvod u proces I u njemu se radi priprema i predstavljanje medijatora.

Predstavite se
Zdravo, ja sam _____ *a ovo je* _____ .
Mi smo medijatori.

Pitajte osobe koje su u konfliktu da li bi želele da im pomognete da reše problem, objašnjavajući im istovremeno šta je to medijacija i kako izgleda sam proces. Razgovor možete započeti na više načina.

Na primer:

Da li biste želeli da vam pomognemo da problem rešite?

Da li vam je potrebna pomoć u rešavanju problema?

Da li ste čuli ranije za posredovanje u sukobima, tj. za medijaciju i da li znate šta je to? Pronađite mirno mesto za medijaciju. Nakon ovoga upoznajte se sa stranama koje su u sukobu. Pitajte ih kako bi voleli da ih zovete, da li imaju neki nadimak i sl. Objasnite im ukratko šta je medijacija: Medijacija je jedna od tehnika rešavanja konflikta. Ponekad, kada dođe do sukoba i svađe, oni koji su u njemu ne vide izlaz i čini im se da se moraju posvađati, potući ili povući. Tada se uključuje neko sa strane, medijator. Medijator je osoba koja pomaže stranama u sukobu da reše problem, ali ga ne rešava umesto njih.

Učešće je dobrovoljno i ne može se raditi ako to ne žele obe strane. Takođe, rešenje do kojeg ćemo doći treba da bude prihvatljivo za obe strane. Znači ne treba da se bojite da će vas neko naterati da prihvatite nešto što ne želite. Kako vam sada zvuči ideja da se zajednički pozabavimo vašim problemom? Kada im date osnovne instrukcije i objašnjenje, objasnite im šta su pravila koja se donose u procesu i zbog čega se uopšte donose. Zatim tražite saglasnost oko pravila: Pre nego što počnemo, voleli bismo da imamo vašu saglasnost oko sledećih pravila: ... (navodite pravilo po pravilo i pitate ih da li su saglasni).

- Obe strane se trude da reše problem.

- Obe strane se slažu da neće prekidati dok druga strana ne završi priču.

- Obe strane se slažu da neće etiketirati ili omalovažavati drugu stranu (obavezno proverite da li osobe znaju šta znači etiketirati).

- Obe strane se slažu da postoji i drugi ugao gledanja na problem koji nije uvek u skladu sa načinom na koji oni vide problem. Strane će dozvoliti sebi da saslušaju i tu drugu stranu.

- Obe strane se slažu da će sve što bude rečeno u toku medijacije ostati između njih.

- Obe strane se slažu da će sve što izgovore biti istinito. Ukoliko nešto ne žele da podele sa drugom stranom to mogu da prećute ili da traže odvojene sastanke sa medijatorom.

2. Izlaganje problema

Ovo je važan korak pošto od definicije problema i njegovog adekvatnog shvatanja zavisi koliko i da li ćemo ga uspešno rešiti.

U ovoj fazi strane koje su u sukobu treba da:

- jasno definišu situaciju, bez interpretacije,

- izraze svoje potrebe,

- naprave razliku između potreba od želja (načina zadovoljenja potreba), koje se u situacijama sukoba često mešaju. Ovaj korak se završava kada su potrebe obeju strana jasno definisane.

Zamolite obe strane da opišu događaj. Prvo se konsultujte sa stranama koja bi volela prva da počne:

Ko bi voleo da počne prvi i da nam kaže šta se desilo?

Nakon ovoga proverite da li se druga osoba slaže sa ovom odlukom:

_____ *(ime)* _____, *da li se slažeš da*

_____ *(ime)* _____ *počne prva sa izlaganjem problema?*

Zamolite jednu osobu da počne tako što će da opiše šta se dogodilo:
_____, ispričaj nam šta se dogodilo.
Parafrazirajte to što je osoba rekla koristeći tehnike aktivnog slušanja i/ili pitajte kako se oseća u vezi sa onim što se dogodilo:
_____*(ime)*_____, *da li se u vezi sa tim osećaš ...?*
ili
_____(ime)_____, kako se osećaš u vezi sa tim?

Pitajte drugu osobu da opiše šta se dogodilo – ponovite korak a. Parafrazirajte to što je druga osoba rekla - ponovite korak b. Koristite tehniku aktivnog slušanja da utvrdite uzroke nezadovoljstva:

Proverite sa obema stranama koja potreba/želja je bila uskraćena (ili je još uvek):
_____ *(ime)* _____, *da li u vezi s tim imaš potrebu da .....?*
ili
_____*(ime)*_____, *da li ti je u vezi s tim bilo potrebno da.....?*
ili
_____*(ime)*_____, *šta misliš koja je potreba u vezi s tim što si rekao/la?*

Parafrazirajte to što je osoba rekla verbalizujući njenu potrebu/želju, ako nije sama bila dovoljno precizna ili jasna.

Čini mi se da ti je (bilo) potrebno da _____*?*

Čini mi se da želiš (si želeo/la) _____*?*

Ponovite korak 2/a

Parafrazirajte – ponovite korak 2/b

Ovaj postupak se ponavlja sve dok ne postane moguće sumirati ono što je suština problema, što obe strane mogu da prihvate kao suštinu problema:

Da li se svi slažemo da je naš problem u tome što .....?

U ovoj fazi strane koje su u sukobu imaju priliku da budu saslušane, ali takođe dobijaju osećaj da su i jedna drugu saslušale.

3. Rad na procesu i osmišljavanje rešenja

- Shvatanje suštine problema

Nakon izlaganja problema ili čak tokom izlaganja bitno je da omogućite stranama da se pomere iz pozicije u kojoj se nalaze i da prepoznaju potrebe koje se nalaze u osnovi

problema, bilo da su nerealizovane ili potrebe koje nam neko drugi ugrožava. Proces prepoznavanja potreba je stoga karakterističan ne samo za ovu fazu, već ponekada i za prvu, kada se upoznajemo sa samim problemom. Ponekada je ovaj proces veoma jednostavan i osoba prilično lako, nekada i sama prepoznaje o kojoj potrebi je reč, a ponekada je ovo prilično složen proces i ceo sastanak možemo da provedemo u pokušaju definisanja istih.

- Smišljanje mogućih rešenja

Posle jasno definisanih potreba, medijator podstiče obe strane u sukobu da smisle različita rešenja koja bi mogla da zadovolje i jednu i drugu stranu. U ovom koraku se može koristiti tehnika brainstorminga (mozgalice) u kojoj se sukobljene strane podstiču da daju što više različitih rešenja, ne procenjujući potencijalnu vrednost i uspešnost pojedinih rešenja.

Pitajte prvu osobu šta je u toj situaciji moglo da bude drugačije urađeno:
_____, šta si u toj situaciji mogao/la da uradiš drugačije?

Pitajte je : Šta možeš da uradiš sada u vezi s tim?

Pitajte drugu osobu šta je u toj situaciji moglo da bude drugačije urađeno: _____, šta si u toj situaciji mogao/la da uradiš drugačije?

Pitajte je: šta možeš da uradiš sada u vezi sa tim?

- Procenjivanje rešenja

U ovom koraku procenjujemo moguća rešenja, neka odmah eliminišemo, oko nekih se dogovaramo imajući u vidu koliko su adekvatna za rešenje problema. Prilikom procene predloženih rešenja treba voditi računa o sledećim pitanjima:

- da li vam rešenje izgleda realno i jasno def nisano?- šta su prednosti a šta mane predloženog rešenja?

- moguće posledice predloženog rešenja za jednu i za drugu stranu kao i na druge ljude u okruženju?

- da li je ovo zaista prihtatljivo reženje za obe strane, tj. da li se obe strane nalaze u pobedničkoj poziciji?

- da li se ovo rešenje može sprovesti i da li eventualno jedna od strana može imati poteškoća prilikom realizacije dogovorenog?

- šta ako...? Vodite računa o teškoćama koje mogu eventualno da utiču na realizaciju predloženog rešenja;

- definišite faktore koji mogu da olakšaju ili otežaju realizaciju predloženog rešenja. Kako iskoristiti ove faktore, tj. kako ih izbeći?

Ovako možete da izlistate svako predloženo rešenje. Ovo je veoma važan korak u procesu medijacije jer strane pokušavaju da razviju konstruktivnu energiju i po prvi put se ulažu ozbiljni napori u pronalaženje zajedničkog rešenja. U ovoj fazi je važno da se definiše zajednički cilj za šta možete koristiti neke pomoćne tehnike. Predložena rešenja možete da zapišete na flipčart a da potom naglasite zajedničke elemente i eventualno da ohrabrite učesnike u ovom procesu. Kada se obe strane saglase s tim šta im je zajednički cilj, pređite na izlistavanje mogućih rešenja problema, pružajući priliku obema stranama naizmenično da daju svoje predloge.

4. Faza dogovora

- Donošenje konačne odluke

Ukoliko su prethodni koraci pravilno sprovedeni, ovaj korak nije težak. Često se najbolje rešenje samo nametne. Ukoliko se svi slože, ovaj korak se završava. Ukoliko se pojavi nekoliko prihvatljivih rešenja, potrebno je ponovo razmotriti svako od njih. Trudite se da postignete potpunu saglasnost, važno je da to bude rešenje oko kojeg se i jedna i druga strana slažu da je najprihvatljivije I da će zadovoljiti njihovu potrebu. Parafrazirajte

rešenja koja ste čuli od obe strane, da biste se još jednom uverili da postoji intersubjektivna saglasnost oko značenja ponuđenog rešenja.

Možete da pitate:

Šta mislite o ovim rešenjima?...Koje vam se od ovih rešenja sviđa, a koje ne? Ima li nekih ideja koje vam se posebno dopadaju? Ima li onih koje ne prihvatate?

- Određivanje načina sprovođenja rešenja
Često se dešava da se donete odluke odluke ne sprovode. To se dešava onda kada se precizno ne utvrdi način na koji će se odluka sprovoditi. Da bi se postiglo poštovanje dogovora i sprovođenje rešenja neophodno je napraviti operativni plan i definisati ko, kada, kako i šta radi, šta su čije obaveze i odgovornosti. Potrebno je pitati učesnike u sukobu:
Na koji način ćete da započnete realizaciju dogovora? Ko će biti za to odgovoran? Do kada?...

- Procena uspešnosti rešenja

Osnovna ideja je da se proceni efikasnost postignutog dogovora i da svi učesnici u medijaciji, uključujući i medijatore, kažu svoje mišljenje. Vodite računa da niukom slučaju ne požurujete strane da se slože sa nekim od ponuđenih rešenja.

Ostavite im vremena da dobro razmisle o svemu i da nakon toga budu potpuno sigurni u odluku koju su doneli. Ukoliko nisu sigurni u predloženo rešenje i imaju neke sumnje u vezi njega, ostavite im svo vreme koje im je potrebno. Možda će nakon tog vremena doći do nekog novog rešenja koje prvobitno nije ni bilo predloženo. Veoma je bitno da sumiramo i još jednom naglasimo da ponuđeno rešenje mora da zadovolji neke od kriterijuma i to:

- rešenje mora da bude jasno i specifično. Ponekad predložene stvari možemo da interpretiramo različito. Na primer, ono što je nama skoro

- dan, dva, nekome može da bude period od tri meseca, ili osoba A će pokazati pažnju ..., nama može da znači osmehnuti se I ljubazno javiti kada se sretnemo, a drugoj osobi to može da znači pozvati na kafu jednom nedeljno...

- rešenje bi trebalo da se tiče određenih rokova, koje treba jasno precizirati;

- rešenje treba da zadovolji obe strane i one bi trebalo da se osećaju kao pobednici u ovom postupku. Može da se desi da jedna strana čini kompromis, tj. ustupke drugoj strani misleći pri tome da će ona biti na dobitku u nekom potencijalno novom konfliktu;

- rešenje treba da bude razumljivo i jasno svim stranama u sukobu uključujući i samog medijatora. Medijator treba da insistira na tome da je svim stranama jasno ko i šta treba da uradi. Na primer, verbalno agresivno može za jednu stranu da znači nešto sasvim suprotno od onoga kako ove reči razume druga strana;

- rešenje treba da bude realno izvodljivo, odnosno da strane koje su u sukobu imaju kontrolu nad ponuđenim rešenjima tj. ponašanjima.

- Neuspela rešenja

Tokom procesa može da se desi da nijedno predloženo rešenje ne bude prihvatljivo i da strane ne mogu da se slože oko izlaska iz samog sukoba. Tada razmislite o alternativnom rešenju koje bi zamenilo posredovanje i proverite sa stranama koje alternativne predloge oni sami imaju. Zajednički razmislite o ovim predlozima i izaberite najpodnošljivije i najrealnije za strane u sukobu.

5. Završavanje procesa medijacije

U ovoj fazi treba da se dogovor koji je postignut tokom medijacije stavi na papir, I nakon toga obe strane treba da ga potpišu. Takođe, u ovoj fazi se sve strane uključujući i samog medijatora dogovaraju o fazi evaluacije, tj. o načinu na koji će se procenjivati postignu-

to rešenje, odnosno njegovo sprovođenje i uspešnost. Akcenat u ovoj fazi i jeste na dogovoru procesa evaluacije a kasnije na njegovom sprovođenju. Vodite računa o tome da definisanje rešenja, a zatim njegovo zapisivanje na papir nisu potpuno isti procesi. Prilikom definisanja rešenja mnoge stvari se ''podrazumevaju'' tako da na primer, ne vodimo računa o definisanju same rečenice, redosledu ko i kada radi i sl. Zbog ovoga kada dogovor stavljate na papir, tj. kada imate pisani sporazum vodite računa o sledećem:

- jasno naglašeni detalji – ko radi (ime i prezime), šta radi, kada radi, na kom mestu, ko će evaluirati proces (ime i prezime) i sl.

- koristite jezik pozitivne akcije, tj. izrazite sopstvene zahteve, očekivanja u odnosu na sebe i druge u afirmativnoj formi, ne šta ne želim da se uradi i šta ne želim ja da uradim, već šta želim da druga strana uradi i šta želim da ja uradim povodom toga;

- koristite jasne i jednostavne rečenice koje obe strane mogu da razumeju. O ovome posebno treba voditi računa u situacijama u kojima imamo sukobe na nacionalnoj osnovi gde strane ne govore istim jezikom, ili ukoliko imamo razliku o obrazovnom nivou, uzrastu i sl.

- vodite računa o svim drugim uslovima koji omogućavaju, tj, sprečavaju realizaciju dogovorenog i njih takođe stavite na papir;

- šta će se dešavati u budućnosti ukoliko ponovo upadnemo u isti problem, tj. sukob? Kako ćemo reagovati, razgovarati, šta će biti čija odgovornost i sl. Budite spremni da ćete ponekad naići na otpor kod strana da postignu i potpišu pismeni dogovor nakon medijacije. Npr. U školskom okruženju ovo zaista može delovati pomalo formalno i kruto, a pogotovo zbog našeg tradicionalnog okruženja u kojem se najčešće samo ugovori stavljaju na papir. Ipak, bez obzira na to bilo bi dobro da tražite da se zapiše postignuto rešenje.

Razlozi zbog kojih insistiramo na pismenom a ne samo usmenom dogovoru koji je postignut tokom medijacije su višestruki:

- na jasan način završavamo sa samom medijacijom,

- daje jasan i potkrepljujući znak da su strane postigle nešto zajedno, što pripada i jednoj i drugoj strani,

- stranama je jasno ko šta treba da uradi u vezi sa rešenjem oko koga su postigli saglasnost,

- ukoliko neko zaboravi pojedine elementa iz dogovora može uvek da se vrati na njih i da se podseti,

- smanjuje se mogućnost greške i pogrešnog razumevanja dogovorenog,

- osoba koja je od autoriteta, a koja je poslala strane na medijaciju ima pismeni dokaz da je dogovor postignut.

Kada zapišete dogovor koji je postignut, fotokopirajte ga, a zatim dajte obema stranama da ga potpišu.” [5]

5. VEŽBA

LIČNI STIL U REŠAVANJU KONFLIKTA

TEST

Da bi ste prepoznali svoj preovlađujući stil razrešavanja konflikata, popunite upitnik i sračunajte rezultate na način koji je predstavljen na sledećoj strani. Svakoj izjavi dodajte broj koji pokazuje kako najčešće reagujete u konfliktnim situacijama.

[5]Stanislava Vidović, Marija Radovanović, Radna sveska za medijaciju, Nemačka organizacija za tehničku saradnju (GTZ),2004, str.11-21 Radna sveska za medijaciju

1 = retko; **2** = ponekad; **3** = skoro uvek

	IZJAVA	OCENA
1.	Tražim pomoć sa strane kada razrešavam konflikt	
2.	Trudim se da naglasim stvari u kojima se oboje slažemo umesto da naglašavam različitosti	
3.	Predlažem da tražimo kompromisno rešenje koje je prihvatljivo za oboje	
4.	Trudim se da razumem zabrinutosti druge strane	
5.	Čvrst-a sam u ostvarenju svojih ciljeva	
6.	Želim iznad svega da sačuvam naše prijateljstvo	
7.	Predlažem da razdvojimo različitosti između naših pozicija kad god je to moguće	
8.	Radim na rešenju koje zadovoljava potrebe obe strane	
9.	Izbegavam diskusije o pitanjima koja su obojena emocijama	
10.	Pokušavam da nametnem moje rešenje	
11.	Potcrtavam sve sličnosti koje vidim u našim pozicijama	
12.	Trudim se da odložim sve diskusije dok ne razmislim o problemu	
13.	Predlažem srednje rešenje drugoj osobi	
14.	Koristim sve raspoložive moći da zadovoljim svoje želje	
15.	Trudim se da razgovaram o svim pitanjima odmah i otvoreno	
16.	Odustao bi od jedne stvari di bi dobio drugu	
17.	Ohrabrujem drugu osobu da mi objasni njenu (njegovu) ideju	
18.	Trudim se da navedem drugu osobu da vidi stvari na moj način	

	IZJAVA	OCENA
19.	Tretiram drugu osobu koliko god je moguće ravnopravno	
20.	Predlažem da se razmisli o problemu pre sastanka u nadi da će se strasti smiriti	
21.	Vršim pritisak da se moji stavovi uvaže	
22.	Podstičem direktnu i otvorenu komunikaciju	
23.	Trudim se da pronađem fer kombinaciju dobitaka i gubitaka za obe strane	
24.	Trudim se da ne povredim osećanja druge osobe	
25.	Trudim se da izbegavam pozicije koje bi stvarale kontraverze	
26.	Predlažem da svako uloži svoje potrebe kako bi pronašli rešenje sa kojim oboje možemo živeti	
27.	Slušam pažljivo kako bi što bolje razumeo drugog	
28.	Smirujem drugu osobu kad se uzburkaju emocije	
29.	Čvrsto branim svoju poziciju	
30.	Uplašim se i povlačim kad je druga osoba neprijatna	

5. VEŽBA

MEDIJATOR I AKTIVNO SLUŠANJE

GRUPA 1:

ima zadatak da tokom medijacije odaje utisak potpune nezainteresovanosti i „isključenosti“ tokom trajanja medijacije;

GRUPA 2:

medijator i ko-medijator treba da glume tokom sesije „kao da su tu“ (postavljaju pitanja, daju predloge itd.), ali sa potpuno „ravnim“, birokratskim odnosom prema slučaju, bez empatičnosti i/ili ikakvih emocija...

GRUPA 3:

medijator i ko-medijator zaista aktivno učestvuju, vodeći sesiju i čitav proces na način koji jasno pokazuje da im je stalo, da slušaju i uvažavaju argumente obe strane i da pokušavaju da ih zaista pomire. Za pripremu učesnici imaju 5 minuta, za izvođenje svaka grupa po 5 minuta

5. VEŽBA

KUPI MI, KUPI...

Zoran je saznao da mu je smanjena plata. Vrlo je tužan i razočaran, jer nije dobio objašnjenje od šefa. Dan ranije obećao je svojoj devojci da će se naći u gradu. Iako je vrlo neraspoložen, odlazi u grad da se nadje sa njom. Tanja ga je ugledala, potrčala mu u susret i poljubila ga.

Zoran ni sam ne zna kada i kako je Tanja opet uspela da ga dovede do izloga sa čizmama...

Tanja: *Vidi Zoki kako su predivne one čizme u ćošku....kao da su pravljene za mene...a sa onom tašnom bi bile savršena kombinacija...A? Šta misliš? Zar nisu čarobne? Ovaj model meni ekstra stoji, jel da? Hoćeš da mi je kupiš pliz, pliz....*

Zoran: *Daj Tanja imaš sto pari i sve su ti skoro iste, šta si poludela? I gde si našla da gledaš u ovoj radnji gde deru?*

Tanja: *Daj Zoki pa ovakve nemam...što si takav... ma vidi kako su predivne...ajdeeee*

Zoran: *Šta će ti još jedne nove čizme, aman, pa nisi stonoga...*

Tanja: *Pa kad ne mogu da odolim...znaš da su mi čizme slabost..joj ajde samo još ove..*

Zoran: *Ma ne dolazi u obzir. Stvarno si samoživa.*

Tanja: *Pa ti si bezobrazan. Ti si taj koji uvek misli samo na sebe.*

Zoran: *Ma baš me briga šta ti misliš...*

Nastao je sukob!

TEMA ŠEST:

GRAĐANSKA PARTICIPACIJA

DANI: 13 DO 14

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će se:

3. Upoznati sa procesom i mogućnostima učešća građana u donošenju odluka na lokalnom nivou

4. Podstaknuti na međusobnu saradnju i razmenu iskustva o važnosti učešća građana u lokalnoj zajednici

Vreme

7 sati i 30 minuta (raspoređeno u dva dana)

Prikaz sesije

A. Građanska participacija (3 sata i 30)

B. Načini uključivanja i participativni alati (4 sata)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka
• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)
• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

Pisani materijali (handouts)

6A – Građanska participacija
6B – Shema strukture lokalne vlasti

Priprema

Pre početka sesije, ispišite primere definicija participacije, građanin/ka i nacrtajte shemu strukture lokalne vlasti (vidi handout 6A, 6B) koristeći po jedan list za svaku definiciju. Takođe, pripremite sav potrebni materijal za seminar kao što su :

- Kartice sa ispisanim pravima za vežbu „ Prava i mi“ – potrebne za prvi dan

- Kartice sa činiocima vlasti – potrebne za prvi dan

- Četri panoa za vežbu „ Prednosti i prepreke na lokalnom nivou za ostvarivanje građanske participacije"- potrebno za prvi dan

- Igranje uloga Svetlost Bujanovca- potrebno za drugi dan

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUTu 6A su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi što više izvora i materijala za temu.

A. GRAĐANSKA PARTICIPACIJA

(3 SATA I 30 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica pozdravlja učesnike/ce i poželi dobrodošlicu. Pravi osvrt na prethodnu nedelju navodeći da smo govorili o streotipima, predrasudama i diskriminaciji, konfliktu i medijaciji, naučili kako da se nosimo sa konfliktima i kako ih možemo rešavati. Ove nedelje pričaćemo o participaciji, o načinima učešća u donošenju odluka u cilju poboljšanja i unapređenja zajednice u kojoj živimo. Trener/ica zatim prezentuje ciljeve i sadržaj rada koji su prethodno ispisali na FC papiru ili pripremili kao handout. Nakon toga pita učesnike/ce da li imaju pitanja ili komentare u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (30 minuta)

Trener/ica uvodi učesnike u temu participacija kroz interaktivni input. Na samom početku, trener/ica pita učesnike/ce da kažu svoje asocijacije na pojam participacije, a trener/ica zapisuje na FC papiru.. Nakon zapisivanja trener/ica komentariše dobijene reči/pojmove, pohvaljuje učesnike. Vrlo je važno da se na FC papiru nadje reč građani/ke. Nakon toga povezuje reči sa FC papira i definicije koje je prethodno prezentovao grupi. Definicije su unapred ispisane na FC papiru. Radi boljeg razumevanja pojašnjava se i terminologija i poreklo reči participacija. Trener naglašava da su glavni akteri građanske participacije građani i donosioci odluka / vlast i da njihova komunikacija treba da bude dvosmerna. Trener/ica upoznaje učesnike/ce sa vrstama participacije (aktivna i pasivna) i ko su sve akteri participacije, pored donosioca odluke. Važno je inteaktivno raditi sa učesnicima kako bi se dobili primeri iz njihovih opština/gradova o aktivnoj i pasivnoj participaciji, a i trener/ica daje primere učesnicima radi boljeg razumevanja.

Korak 3 (30 minuta)

Trener/ica daje input o razvoju odnosa građana i vlasti kroz informisanje, konsultacije i participaciju što su ujedno i faze u procesu građanske participacije. Ovde trener/ica treba da napomene da je uključivanje građana u donošenje političkih odluka, dugotrajan proces koji u mnogome zavisi od prve faze, odnosno od informisanja građana od strane vlasti, stepena informisanosti (kako i kada opštinske vlasti obaveštavaju građane o svojim odlukama). Uključivanje građana zavisi i od druge faza procesa, tj. od toga kako lokalna samouprava organizuje konsultovanje građana, koje u praksi znači prikupljanje povratnih informacija od građana o nekoj temi, odnosno razvijenosti mehanizama prikupljanja mišljenja i reakcija građana, na nivou lokalne zajednice (kako se prikupljaju informacije i mišljenje, kojom dinamikom, oko čega i sl.). Trener povezuje faze i podelu na aktivnu i pasivnu participaciju.

Korak 4 (90 minuta)

Sledi još jedna vežba u kojoj učesnici imaju zadatak da prepoznaju kako ih lokalna vlast informiše i o čemu i kako konsultuje građane. Trener/ica dele učesnike prema gradovima/

opštinama iz kojih dolaze (najmanje 3 grupe). Daje im zadatak da izlistaju sve načine na koje ih vlast informiše i konsultuje, bilo da je aktivno ili pasivno. Drugi deo vežbe jeste da opišu sve raspoložive kanale informisanja i konsultacija preko kojih oni kao građani mogu da učestvuju i vrše uticaj na donošenje odluka na lokalnom nivou, Svaka grupa može da napiše da li njihova opština ima PR službu ili PR osobu. Za instrukcije trener ima 10 minuta, a učenici za rad u grupama 40 minuta, zatim 30 minuta za prezentaciju svih grupa i 10 minuta za sumiranje trenera. Kod sumiranja trener daje komentar o sličnosti odnosno razlikama izmedju opština u razvijenosti građanske participacije, odnosno faza informisanja i konsultovanja. Zbog sumiranja neophodno je da trener/ica tokom prezentacija zapisuje ključne stvari .

Korak 5 (30 minuta)

Kako su građani ključni akteri u participaciji, trener/ica pita učesnike/ce da daju svoje asocijacije na pojam građanin/ka. Trener sve zapisuje na FC papiru, nakon čega pročita sve dobijene pojmove i zaokružuje 5 najvažnijih karakteristika (država, prava i obaveze, državljanstvo, teritorija,). Za izlistavanje asocijacija potrebno je 5 minuta. Ukoliko učesnici ne navedu očekivane karakteristike za građanina trener/ica ih sama beleži, odnosno dopunjuje listu koju su dali učesnici. Nakon ovoga, trener deli učesnike/ce u 4 male grupe kako bi sami kreirali definiciju građanin/ka. Za rad u grupama učesnici imaju 10 minuta. Sledi prezentacija po grupama (10 minuta) i sumiranje trenera šta je to građanin, koje obaveze i prava ima kao jedan od glavnih aktera participacije.

Korak 6 (35 minuta)

Trener najavljuje vežbu čiji je cilj da učesnici/e identifikuju različita prava, odgovornosti i uloge u građana u zajednici Trener/ica deli učesnike/ce u 4 male grupe. Svaka grupa dobija listu prava (u prilogu, vežba 6.), sa zadatkom da prepoznaju prava koja se odnose na učestvovanje građana u životu zajednice. Za rad u grupama učesnici imaju 15 minuta. Sve vreme dok učesnici/e rade u grupama, trener obilazi grupe i pruža podršku učesnicima. Posle isteka vremena za rad, svaka grupa prezentuje kako je tekao proces rada u grupi i, koja su prava prepoznali., Trener/ica koriguje/ potvrđuje i daje objašnjenje za svako pravo posle svake prezentacije. U sumiranju treba naglasiti zbog čega je važno da znamo koja su nam prava kao i da samim tim što imamo prava, imamo i obaveze koje svako pravo nosi s sobom.Treba reći da istovremeno kada znamo prava i obaveze očekuje se aktivni pristup u komunikaciji sa donosiocima odluka (povezati sa korakom 2).

Na kraju, kao završetak trener/ica se zahvaljuje učesnicima na saradnji, završava dan i podseća učesnike na sutrašnji dan i vreme početka obuke.

B. NAČINI UKLJUČIVANJA I PARTICIPATIVNI ALATI

(3 SATA I 40 MINUTA)

Korak 1(10 minuta)

Na početku drugog dana, trener/ica pravi osvrt na prethodni dan, kroz metodu moždana oluja, u okviru koje trener/ica zamoli učesnike/ce da kažu po jednu reč koja im je ostala u sećanju, šta su zapamtili a vezano je za ono što su čuli prethodnog dana. Dobijene reči zapisuje na FC papiru , zatim sumira. Trener podseća učesnike/ce na definicije participacije koje su zalepljene na zidovima od prethodnog dana i kaže šta učesnike/ce očekuje od sadržaja u nastavku dana.

Korak 2 (60 minuta)

U nastavku rada trener/ica otvara konverzacione krugove kroz korišćenje tehnike "world café" . Trener unapred priprema 4 panoa / FC papira, na kojima je ispisano sledeće:

1. Prednosti postojanja participacije za građane
2. Prednosti postojanja participacije za lokalnu samoupravu
3. Prepreke za ostvarenje/postojanje građanske pariticipacije za građane
4. Prepreke za ostvarenje/postojanje građanske participacije za lokalnu samoupravu

Zatim, trener učesnike/ce podeli u četiri grupe, a u svakoj grupi treba da bude najmanje 4 učesnika i raspoređuje grupe ispred panoa, Svaka grupa ima 10 min za razmenu mišljenja vezanih za jedno pitanje, nakon toga se rotiraju, tako da svaka grupa diskutuje o sva četiri pitanja i zapisuje komentare (odgovore) na sva četri panoa. Nakon toga, trener/ica poziva da neko od učesnika/ca pročita produkte sa sva 4 panoa i sumira sesiju tako što kaže da ima niz prednosti (kao što je već rečeno), ali da je važno i prepoznati prepreke za sprovodjenje participacije kako bi se one rešavale.

Korak 3 (70 minuta)

Sledi vežba čiji je cilj da se učesnici/e upoznaju sa načinom funkcionisanja lokalne samouprave ali i načinom donošenja odluka. Trener/ica deli učesnike/ce u 2 grupe: svaka grupa dobija set kartica sa činiocima lokalne vlasti (videti prilog 6B) sa zadatkom da naprave shemu funkcionisanja lokalne samouprave kao i shemu donošenja odluke. Jedna grupa treba da kreira kako donosi odluke opštinsko veće, a druga grupa kako donosi odluke Skupština opštine. Za rad unutar grupa učesnici imaju imaju 30 minuta, a za prezentaciju po 10 minuta. Trener ima 20 minuta za dodatna objašenjenja posle prezentacije svake grupe. Trener radi ilustracije daje primer jedne odluke koju donosi Opštinsko veće i jedne koju donosi Skupština opštine. Alternativno, ukoliko trener/ica proceni da grupa nema dovoljno znanja i iskustva, ovu vežbu može da organizuje tako što će sam/a predstaviti shemu, a potom podeliti učesnike u grupe da diskutuju koliko znaju o procesu donošenja odluka, koliko imaju informacija, koliko se ovo razlikuje od prakse, i sl.

Korak 4 (20 minuta)

Trener/ica pita učesnike da li znaju neke participativne metode/alate koje građani koriste kako bi učestvovali u procesu donošenja odluka. Zapisuje na FC papiru ukoliko neko od učesnika navede. Potom trener dopunjuje listu participativnih alata objašnjavajući svaki alat ponaosob (upitnik, javne rasprave, leci, okrugli sto, savetodavna tela, civilni sektor, medijski nastupi, fokus grupe, internet, radionice i dr.). Trener/ica ima unapred pripremljene kartice sa nazivom participativnih alatki, tako da u davanju inputa prvo zalepi karticu na FC, i onda komentariše prednosti korišćenja altake, kao i slabije strane i kako se alatka primenjuje. Na kraju sesije, trener/ica sumira da su sve alatke jednako korisne, ali je važno da lokalne vlasti unapred isplaniraju korišćenje alatki u zavisnosti od teme, teritorije, raspoloživih resursa i dr. Napomena je i da se u praksi često alatke kombinuju, odnosno koriste paralelno dve ili više.

Korak 5 (60 minuta)

Sledi vežba pod nazivom " Svetlost Bujanovca"(vidi prilog 6.Vežba " Svetlost Bujanovca"). Vežba se temelji na 'igranju uloga', u kojem učestvuju svi učesnici radionice. Svako od njih ima tekst o posebnoj ulozi koju će igrati u vežbi, a cedulju sa ulogom izvlači iz neprovidne kese.

Vežba se sastoji iz tri dela. U prvom delu, koji traje 15 minuta, zadatak učesnika je da pročitaju opis stanja i tekst o njihovoj ulozi, a potom dobro razmisle i pripreme se za nastavak,u skladu sa ulogom koju su dobili. Drugi deo vežbe traje 25 minuta. Sastoji se od konferencije za novinare u kojoj će učestvovati svi učesnici radionice - svako na svoj način, u zavisnosti od dobijene uloge. Treći deo traje 20 minuta i namenjen je izlasku iz uloge, razmeni iskustava i davanju povratnih informa-

cija. Kada se završi igranje uloga trener/ica prvo pohvaljuje sve učesnike, zatim ih poziva da „izađu ” iz uloga, pita ih kako su se osećali u „tuđim cipelama”, da li su lako igrali ulogu ili šta ih je ometalo u igranju. Zatim se obraća posmatračima i pita ih o njihovim zapažanjima, šta su uočili, kako je išla komunikacija na sastanku, da li su se sagovornici čuli, kako je tekao proces zaključivanja, ko je bio najglasniji i sl. Trener pita učesnike šta je moglo biti drugačije na ovom sastanku, a da proces dogovaranja bude efikasniji. Važno je da i trener/ica kaže dve stvari koje je uočio tokom igranja uloga. U sumiranju vežbe trener/ica naglašava da je ovo primer pariticpativne metode/alatke, sastanak u zajednici, gde lokalne vlasti pitaju građane za mišljenje i mogu čuti od njih i predloge za rešavanje problema.

Napomena: trener/ica na početku prilagodjava broj uloga broju učesnika u grupi. Prema scenariju ima 9 aktivnih uloga, tako da je realno da npr. bude dvoje predstavnika udruženja građana, broj pojedinaca /građana takodje može biti veći broj. Najvažnije je da svaki učesnik u grupi ima ulogu.

Korak 6 (20 minuta)

Nakon što je trener/ica zatvorila diskusiju, vraća se na ključne tačke učenja u protekla dva dana i ponovi da je građanska participacija važna za razvoj zajednica, ali da je podjednaka odogovornost i na građanima i na vlasti Participacija je vid dvosmerne komunikacije između građana i predstavnika vlasti s glavnim ciljem da se uz podršku građana unapredi rad lokalne samouprave. Lokalne vlasti bi trebali da planiraju informisanje i konsultovanje građana kao i korišćenje participativnih alatki u skladu sa operativnim planiranjem .rada lokalne samouprave.

Na kraju, kao završetak podeli učesnicima evaluacioni listić da popune, nakon čega završava seminar i zahvali im što su dali svoj doprinos.

HANDOUT 6.A.
ŠTA JE GRAĐANSKA PARTICIPACIJA?

Participacija podrazumeva svaku aktivnost kojom se građani aktivno uključuju u proces donošenja javnih odluka i tako utiču na kvalitet svog i života svojih sugrađana.

Participacija dobija svoj puni oblik i efekat kada se građani okupljaju kako bi se informisali i razgovarali o problemima svoje zajednice i kao rezultat ponudili potencijalna rešenja predstavnicima vlasti.

Participacija se zasniva na partnerskom odnosu vlasti i građana.

Partnerski odnos se razvija na osnovama uzajamnog poverenja, koje u većini demokratskih društava počiva na nekoliko elemenata:

• Predstavnici vlasti moraju se pridržavati određenih **etičkih normi** - poštovanje osnovnih pravila političkog fair-play-a, održavanje (pred)izbornih obećanja, odnos prema političkim oponentima.

• **Transparentnost** u radu organa i organizacija vlasti

• **Uloga građana u političkom životu** nije limitirana samo na izbore, veoma je važno da ih predstavnici vlasti konsultuju i prilikom donošenja konkretnih odluka – ili, drugim rečima, da građani aktivno participiraju u političkom životu svoje zajednice.

PARTICIPACIJA GRAĐANA NA LOKALNOM NIVOU

Participaciju građana na lokalnom nivou sačinjavaju sve one aktivnosti koje doprinose da potrebe, želje i vrednosti građana utiču na donošenje odluka organa lokalne samouprave. Participacija je vid dvosmerne komunikacije između građana i predstavnika vlasti s glavnim ciljem da se uz podršku građana unapredi rad lokalne samouprave.

Lokalna samouprava koja je zainteresovana za aktivno uključivanje svojih sugrađana spremna je da:

• Detaljno i u potpunosti informiše građane

• Omogući građanima da javno izraze svoje mišljenje

• Ohrabri i motiviše građane da iskoriste svoja prava i aktivno participiraju u političkom životu

• Insistira na javnosti donošenja procedura

• Sve donete odluke javno obrazloži (uz nedvosmislenu argumentaciju)

Na drugoj strani, i građani moraju da pokažu određeni stepen tolerantnosti i političke kulture:

• Pre nego što se aktivno uključi u proces donošenja odluka i javnog izražavanja mišljenja/predlaganja rešenja određenih problema, svaki pojedinac bi trebalo da se upozna sa pravima i obavezama koje su mu zakonski omogućene. Time se izbegava neodgovorno odlučivanje o pitanjima koja, direktno ili indirektno, mogu promeniti naše živote.

• Participaciju treba razumeti kao konstruktivan i pozitivan pristup lokalnoj samoupravi i rešavanju postojećih problema zajednice.

Osnovni cilj participacije:

poboljšanje rada lokalne samouprave i, na duži period, poboljšanje života zajednice.

Posebni ciljevi participacije:

1. Obezbeđuje razvoj najbolje moguće lokalne sredine za život i rad građana, koja je specifični oblik srednje vrednosti želja i potreba svih građana.

2. Ohrabruje građane da preuzmu aktivnu ulogu u osmišljavanju i obogaćivanju svoje sredine.

3. Građanima je u potpunosti i trajno obezbeđen pristup javnim informacijama.
4. U procesu odlučivanja su zastupljeni i izbalansirani interesi svih pripadnika zajednice.

5. Razvija se odnos poverenja između građana i predstavnika lokalne samouprave.

Prednosti participacije:

- potpomaže proces donošenja odluka,

- doprinosi boljem razumevanju i saradnji između građana i lokalne samouprave,

- smanjuje tenzije,

- omogućuje stvaranje šire podrške radu lokalnih vlasti,

- omogućuje upoznavanje predstavnika vlasti sa problemima građana koji su ih izabrali,

- podsticanjem participacije na lokalnom nivou, opštinske vlasti pripremaju građane da se aktivno uključe i u procese donošenja odluka na višim nivoima, regionalnom, republičkom ili saveznom i tako doprinose opštoj demokratizaciji društva.

FAZE U RAZVOJU GRAĐANSKE PARTICIPACIJE

1. Informisanje građana/ki

2. Konsultovanje građana/ki

3. Participacija građana/ki u procesima donošenja odluka

1.Informisanje građana/ki

Informisanje predstavlja jednosmeran odnos na liniji lokalne vlasti – građani: vlasti šalju, a građani primaju informacije. Lokalne vlasti mogu aktivno ili pasivno informisati građane koristeći različite kanale slanja informacija.

U slučaju pasivnog informisanja predstavnici vlasti na zahtev građana izdaju određene informacije. Pasivno informisanje usko je povezano sa postojanjem prava na slobodu i dostupnost informacija, odnosno zakonske regulative koja reguliše ovu oblast. Metode pasivnog informisanja su veoma jednostavne i svode se na slanje ili lično izdavanje traženog dokumenta.

Aktivno informisanje podrazumeva inicijativu lokalnih vlasti da upoznaju građane sa svojim aktivnostima i budućim planovima.

Postoji mnoštvo različitih metoda aktivnog informisanja, navešćemo neke od njih:

• **Štampanje službenih dokumenata** - službeni glasnici i drugi oblici

• **Objavljivanje dokumenata u pripremnim fazama** – predstavljanje građanima različitih predloga i verzija dokumenta tako da građani imaju uvid u sve faze procesa donošenja odluke ili propisa

• **Izveštaji** – medijsko predstavljanje ili štampanje brošura sa tekstovima kvartalnih, polugodišnjih ili godišnjih izveštaja opštinskih službi

• **Štampanje brošura, uputstava, postera** koji imaju za cilj da građane informišu o poslednjim dostignućima, odlukama ili planovima organa lokalne samouprave

Kanali slanja informacija koje lokalne vlasti mogu da koriste:

A. Kanali koje direktno kontrolišu organi lokalne samouprave

• Javni govori

• Slanje poruka poštom

• Telefonski servisi

• Centri za informisanje građana

• Oglašavanje putem medija

B.Kanali koji nisu pod direktnom kontrolom organa lokalne samouprave (slanje informacija preko posrednika)

• Konferencije za novinare i intervjue

• Saradnja sa nevladinim organizacijama, udruženjima građana.

Da bi učešće građana uspelo, lokalna vlast u mnogim slučajevima pribegava informativnim kampanjama čiji je cilj da informiše i ujedno edukuje građane o određenim bitnim temama za razvoj lokalne zajednice.

2.Konsultovanje građana/ki

Konsultovanje je vid dvosmerne komunikacije između vlasti i građana. Lokalna samouprava može primiti informacije:

a. Pasivno – spontane (neplanirane) informacije od strane građana

b. Aktivno – postavljajući pitanja građanima

Pasivno konsultovanje građana/ki

Spontano dobijene informacije su često dragoceni izvor informacija o potrebama i interesima građana ili stepenu zadovoljstva dosadašnjim radom lokalne samouprave. Za razvoj pasivnog konsultovanja čiji su rezultat slučajne / neplanirane informacije organi opštinske samouprave mogu koristiti kutije za pritužbe / pohvale i analitičke izveštaje o zahtevima građana.

Aktivno konsultovanje građana/ki

Najčešće korišćene metode:

• Organizovanje timova koji će razgovarati sa građanima

• Organizovanje kancelarija ”otvorenih vrata” pre donošenja konačne odluke

• Organizovanje javnih sastanaka

• Organizovanje fokus grupa

• Ankete

• Istraživanja javnog mnenja

Ostale metode konsultovanja građana/ki:

•**Ad hoc konsultacije** koje predstavnici lokalne samouprave mogu organizovati u situacijama kada se donose veoma značajne odluke koje mogu bitno uticati na promenu života lokalne zajednice, kako bi dobili povratne informacije od građana što podrazumeva sledeće oblike:

•uključivanje pojedinaca, eksperata ili predstavnika lokalnih NVO u opštinske odbore;

•organizovanje radionica, seminara, konferencija, javnih skupova;

•veoma retko se raspisuje i (ne)obavezujući referendum.

•**Redovni susreti** (najbolje – jednom nedeljno) predstavnika lokalne samouprave sa građanima

•Susreti sa lokalnim odbornicima

3. Participacija građana/ki u procesima donošenja odluka

Aktivno učešće građana u procesu donošenja odluka je treći i najrazvijeniji nivo u razvoju odnosa na liniji građani – organi lokalne samouprave. Prvi preduslov participacije jeste da lokalne vlasti priznaju i podržavaju aktivno učešće građana u procesu donošenja odluka. Građani paralelno učestvuju i u procesu određivanja okvira participacije i u komunikaciji sa predstavnicima vlasti i na taj način razvijaju svoje inicijative. Međutim, iako aktivna participacija znači da građani imaju značajnu ulogu u procesu donošenja odluka davanjem predloga, mišljenja, saveta - konačna odluka je uvek na organima vlasti. Izabrani predstavnici vlasti su odgovorni za donete odluke i oni će poverenje i ispravnost svojih odluka proveriti na narednim izborima.

Za unapređenje participacije građana na lokalnom nivou potrebno je obezbediti određene preduslove:

• vreme i resurse,

• balans i odnose odgovornosti,

• razviti procese informisanja i konsultovanja,
• poznavati pravila i obaveze lokalne samouprave i građana, itd.

OBLASTI GRAĐANSKE PARTICIPACIJE

Participacija počinje **stvaranjem svesti i znanja o pravima i mehanizmima koje "prostor lokalne vlasti" pruža građanima.**

U savremenom svetu lokalna vlast dobija centralnu poziciju, jer nacionalna država prenosi značajan deo svojih ingerencija na lokalni nivo: jedan deo problema koji je ranije rešavala država sada zahteva aktivno učešće građana i lokalne samouprave. Sa novim ingerencijama proširuje se oblast građanske participacije, odnosno pitanja o kojima građani mogu odlučivati na lokalnom nivou u opštini.

Bez obzira na različite modele lokalne vlasti u različitim zemljama, lokalne samouprave imaju dosta ujednačen krug poslova kojima se bave:

• Javni saobraćaj i infrastruktura (putevi)

• Dovod električne energije, gasa, vode

• Čišćenje, odnošenje smeća, otpadnih voda i materijala

• Sport, rekreacija, održavanje zelenih površina

• Škole, bolnice, socijalni rad, kulturne ustanove (biblioteke, pozorišta)

• Javna bezbednosti i sigurnost

• Izrada prostornih planova razvoja

• Podsticanje ekonomskog razvoja.

Elementi pravnog okvira za građansku participaciju

• Ustav Republike Srbije (1990)

• Zakon o lokalnoj samoupravi Republike Srbije (2002. godine)

• Statuti opština i gradova Republike Srbije (Zakon o pristupu informacijama – u fazi pripreme).

Garancije građanske participacije u Ustavu Srbije

• Rad državnih organa je otvoren za javnost.

• Građanin ima pravo da javno kritikuje rad državnih i drugih organa i organizacija i funkcionera, da im podnosi predstavke, peticije i predloge i da na njih dobije odgovor, ako ga traži.

• Građanin ne može biti pozvan na odgovornost, niti trpeti druge štetne posledice za stavove iznete u javnoj kritici ili u podnetoj predstavci, peticiji i predlogu, osim ako je time učinio krivično delo.

• Građani imaju pravo pokretanja zakonodavne inicijative – ukoliko prikupe potpise 15.000 birača.

• Građani imaju pravo obraćanja i žalbe Ustavnom sudu Srbije.

Garancije građanske participacije u Zakonu o lokalnoj samoupravi Republike Srbije:

Član 1:

• Pravo građana na lokalnu samoupravu se ostvaruje direktno i preko izabranih predstavnika, i preko administriranja javnih poslova direktnih, zajedničkih i opštih interesa lokalnog stanovništva.

• Građani imaju pravo da budu konsultovani u slučaju promene teritorije jedinice lokalne samouprave.

• Sednice Skupštine opštine su otvorene za javnost.

• Predviđena su radna tela i javni pristup.

• Građani imaju pravo da iniciraju procedure za opoziv predsednika opštine.

Savet za međunacionalne odnose

• Sastav – formira se u nacionalno mešovitim sredinama, radi ostvarivanja, zaštite i unapređivanja nacionalne ravnopravnosti.

• Ima konsultativnu ulogu.

• Pravo na obraćanja i žalbe Ustavnom sudu Srbije.

Oblici direktne građanske participacije

• Građanske inicijative

• Zbor građana

• Referendum

Građanske inicijative

• Predlozi Skupštini opštine za regulisanje određenih pitanja iz delokruga nadležnosti Skupštine.

• Skupština opštine ima obavezu odgovora na građanske inicijative u roku od 60 dana.

Zbor građana

• Saziva se za deo teritorije opštine utvrđen njenim statutom

• Skupština opštine ima obavezu da u roku od 60 dana od održavanja zbora razmotri zahteve i predloge građana.

Referendum

• Pravo na inicijativu za raspisivanje referenduma imaju: Skupština opštine, građanske inicijative, zbor građana.

• Referendum može biti raspisan za celu teritoriju opštine, ili za jedan njen deo.

• Potreban je odaziv od 50% građana.

Mesna zajednica

• Uspostavlja je Skupština opštine radi zadovoljavanja potreba i interesa lokalnog stanovništva.

• Skupština opštine ima pravo da prenese određene poslove na mesnu zajednicu.

Samodoprinos građana

• Za raspisivanje samodoprinosa potreban je referendum.

• Skupština opštine ima pravo da raspiše referendum.

Ombudsman

• Ombudsman – građanski branilac je naimenovan od strane Skupštine opštine – obično je to ugledna, politički nepristrasna ličnost.

• Ombudsman štiti individualna i kolektivna prava i interese građana tako što vrši opštu kontrolu rada uprave i javnih službi.

Savet za razvoj i zaštitu lokalne samouprave

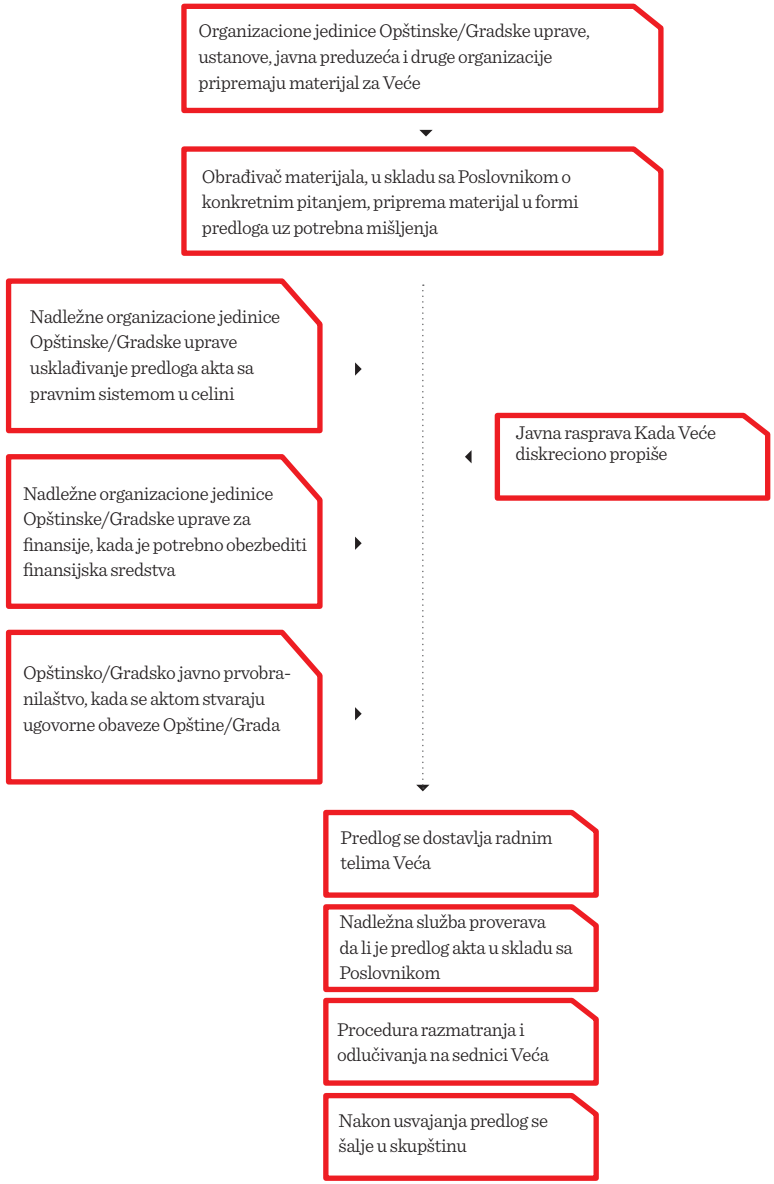
• Može da ga formira Skupština opštine, radi ostvarivanja demokratskog uticaja građana na unapređivanje lokalne samouprave.

• Članovi Saveta se biraju iz redova građana, uglednih pojedinaca i stručnjaka.

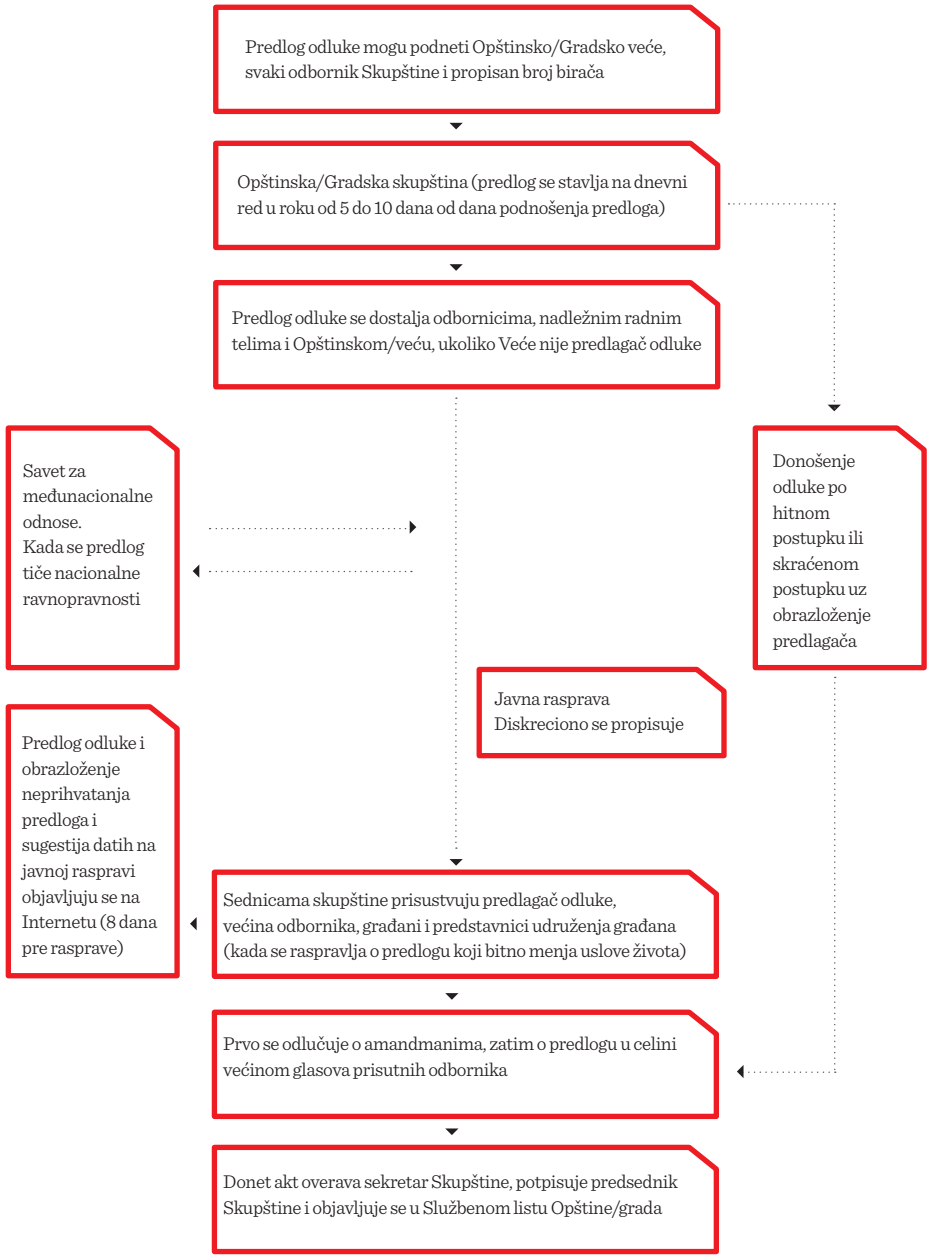
Statutima opština i gradova u praksi se primenjuju ustavni i zakonski okviri za participaciju građana.

HANDOUT 6B.

SHEMA PROCEDURE DONOŠENJA AKTA NA OPŠTINSKOM VEĆU



SHEMA PROCEDURE DONOŠENJA AKTA NA OPŠTINSKOJ/GRADSKOJ SKUPŠTINI



6. VEŽBA
PRAVA I MI

• Da kaže šta misli bez straha od posledica da osnuje brak i porodicu ukoliko to želi

• Državljanin da bude informisan

• Da ima radno vreme i odmor da radi

• Da obezbedi sredstva za život da bude plaćen za posao koji obavlja

• Da poštuje zakone zemlje u kojoj živi da plaća porez

• Da kontroliše vlast da utiče na vlast

• Da glasa (bira) da bude biran

• Da putuje i živi gde želi da bira profesiju i posao

• Da osniva preduzeće da radi i stiče imovinu

• Da se udružuje sa drugim ljudima da učestvuje u političkom životu

• Besplatno školovanje za decu socijalna pomoć ako je nezaposlen

• Medicinska zaštita i lečenje ako je bolestan pravedno suđenje ako je u situaciji da odgovara za nešto

• Da se smatra nevinim dok se ne dokaže da je kriv da niko ne sme proizvoljno da ga uhapsi i/ili muči

• Da aktivno učestvuje u zajednici da veruje i upražnjava svoju veru životni standard zdravlje i blagostanje

• Da dobije pravnu pomoć ukoliko mu treba da se obrazuje i usavršava

• Da ostvaruje svoja prava - jednakost pred zakonom

• Da živi kako želi, da se poštuje njegova privatnost

• Da ne bude odbijen/ugrožen zbog vere, nacionalne pripadnosti, pola i sl.

• Da protestvuje i štrajkuje

6. VEŽBA
SHEME

DATE KAO HANDOUT-i. Sheme se iseku na delove i naprave se kartice

6. VEŽBA
SVETLOST BUJANOVCA- ZADATAK I ULOGE

Zadatak – scenario

U Bujanovcu se odnedavno šire glasine da će fabrika akulmulatora „Svetlost“ biti otkupljena od stranog investitora koji će obnoviti proizvodnju akumulatora, kao i da će otvoriti još jedan pogon u Preševu. Ne tako davno, dok je ova fabrika radila u punom kapacitetu prerađivali su olovo za akumulatore. Tada je bio problem zagađenje životne sredine, kao i ozbiljnog obolevanja radnika koji su radili na ovim poslovima. Zagađenje Južne Morave i poljoprivredno zemljište oko korita reke.

Saznajete da se u gradu nalaze austrijski poslovni ljudi, investitori projekta, koji su za sutra najavili okrugli sto koji će se direktno prenositi na lokalnoj televiziji kako bi informisali javnost.

Pripremite se za dodeljenu ulogu

Razmislite na koji ćete se način predstaviti ostalim učesnicima vežbe, šta ćete tačno zastupati, za koje stavove I vrednosti ćete se zalagati i na koji način ćete to učiniti. Vi ćete sami pripremiti vaš nastup, ali pritom morate slediti uputstvo za vašu ulogu. Vaš je zadatak u ovoj vežbi prilagoditi vaše ponašanje tako da se što više uživite u stvarno stanje.

Gradonačelnik

Vi ste gradonačelnik. Upoznati ste s uputstvom Vlade Republike da se izađe u susret austrijskim poslovnim ljudima, kao i njihovim planovima za obnavljanje proizvodnje i otvaranje još jednog pogona u Preševu. Pre nekoliko meseci donet je novi Zakon o lokalnoj

upravi i samoupravi koji daje veće ovlašćenja lokalnim telima u odlučivanju, prikupljanju prihoda ali, na vašu žalost, i smanjuje izvore prihoda iz državnog budžeta na koje ste se do sada oslanjali. Stoga vam je ideja o novoj investiciji vrlo prihvatljiva i u njoj gledate dugoročne interese grada, nova radna mesta, posao za preduzetnike u gradu, privlačenje novih investitora, otvaranje bescarinske zone i Biznis inkubator centar. Imate oko toga puno planova. Austrijanci su s vama kontaktirali više puta i obećali ste im da ćete im pomoći sa njihovim planovima.

Austrijski poslovni čovek (investitor)

Vi inicirate okrugli sto. Kao ugledni biznismen iz prijateljske zemlje, došli ste ovamo ne samo zbog poslovnih razloga. Svakako, ovo je za vas prilika za zaradu, ali je vrhunski ekološki proizvod poštuje najviše zapadnoevropske standarde. Očekujete da je lokalna javnost ipak pripremljena za celi projekat, jer ste tako dogovorili s gradom. Lokalni poslovni ljudi koji su vam potencijalni kooperanti, čini se da će se brzo i lako uključiti u posao, a razgovori s lokalnom upravom bili su pravo zadovoljstvo. Nezaposlenost je velika i jeftina radna snaga neće biti problem. Čini se da ste našli pravo mesto za ulaganje. Na okruglom stolu želite svečano najaviti početak svog velikog projekta.

Udruženje građana''Radost prirode''

Vi ste radikalno protiv industrije, tehnologije, globalizacije, inostranih ulaganja. Uopšte, vi želite Bujanovac i Preševo da sačuvate isključivo za ekološku poljoprivredu i banjski turizam. Niste potpuno sigurni koliko i kako se od toga može živeti, ali ste sigurni da„"prljavoj industrij"" u vašem kraju nema mesta. Konferenciju za novinare ćete iskoristiti da jasno iskažete svoje veliko NE!

Udruženje građana ''Priroda daj''

Želite očuvati Preševo i Bujanovac za buduće naraštaje i razvijati lokalnu ekonomiju koristeći lepote prirode. Ali, pored toga, vi ste i ekolozi koji razumeju da industrija, ukoliko je brižljivo nadzirana može zaposliti puno ljudi i pokrenuti lokalnu ekonomiju. To znači da vama u načelu ne smeta pokretanje proizvodnje ukoliko je uistinu izgrađena i radi prema najvišim standardima zaštite životne sredine (malo oko toga dvoumite, želite to proveriti). Vrlo ste povređeni načinom kako je investicija dovedena u Bujanovac i Preševo–- pod okriljem noći i bez ikakve najave. U novinama do sada nije bilo priloga o tome, nikakvi skupovi građana nisu održani, ne znate je li izrađena studija uticaja na okoliš. Smeta vam manjak informacija, neuvažavanje, jednosmernost, to što vas niko nije ništa pitao i što zapravo ne znate što se događa jer nemate pravu informaciju. Želeli biste uspostaviti kontakt s udruženjem "Radost prirode", jer mislite da ćete zajedničkom akcijom zastupati mišljenje većeg broja građana, nego da samo vi rešavate problem. Na okruglom stolu želite saznati više pojedinosti i dati do znanja investitoru i vlastima da je ovakav način odnosa prema građanima neprihvatljiv.

Građanin/ka

Vi ste žitelj mesta Bujanovca u blizini kojeg je predviđena pomenuta investicija. Zainteresovani ste za događaje, ali niste dovoljno informisani. Prosečni ste građanin, obrazovani, pasivni ste, ne želite se aktivirati ni u čemu što se događa–- glumite nezainteresovanost, načelno ste ljubazni prema svima, ali ukoliko vas bilo ko pita o fabrici–- to ćete izbeći na agresivan način. Udruženja građana ne volite i smatrate da se građani nemaju razloga udruživati. I tako je sve u ovoj zemlji samo politika. Doći ćete na okrugli sto i tiho gunđati protiv svega.

Mediji 1.

Vi ste predstavnik lokalnog medija. Kao tipičan novinar, pokušavate saznati šta se događa, ko što čini, gde, kada, zašto, u čijem je

to interesu, što o tomu misle ostali. Postavljate puno pitanja i tražite odgovore na njih jer''javnost ima pravo znat''. Poznajete većinu ostalih učesnika i pokušavate to iskoristiti da biste došli do informacija. S druge strane, i sami živite u Bujanovcu i zainteresovani ste i posebno za celu stvar.

Mediji 2.

Vi ste novinar Nacionalnog medija. Niste odavde, čuli ste da se nešto događa i pokušavate saznati pojedinosti jer vaš je zadatak napraviti kratak prilog za sutrašnje novine. Trebate se ponašati kao pravi novinar - pravi izvor informacija za vas je okrugli sto.

Posmatrači

Vaša zadatak je posmatrati što se događa tokom vežbe, ne učestvujete u raspravama, niti utičete na tok vežbe. Svoja zapažanja beležite kako bismo nakon vežbe imali što više informacija o tome što smo videli ili doživeli. Obratite pažnju na tok događaja, način komunikacije, da li ima aktivnog slušanja, način donošenja odluka, korisnost odabranog pristupa, obaveštenost–- na međusobne odnose..

TEMA SEDAM:
OMLADINSKI AKTIVIZAM

DAN: 15

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Povećati nivo znanja o aktivizmu i oblicima aktivizma

2. Podstaći učesnike/ce na razmišljanje o akcijama u lokalnoj zajednici

Vreme

3 sata i 25 minuta (09.00 – 15.00)

Prikaz sesije

A. Aktivizam, oblici aktivizma (55 minuta)

B. Omladinski aktivizam (1h 15 minuta)

C. Organizacije civilnog društva (1 h 15 minuta)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru

• Instrukcije za vežbe (pogledati priloge)

• Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

7A – Aktivizam i oblici aktivizma
7B – Organizacije civilnog društva

Priprema

Pre početka sesije, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara. Ispisati definicije aktivizma (videti 7A, Aktivizam i oblici aktivizma), zatim listu sa oblicima aktivizma (videti 7A, Aktivizam i oblici aktivizma), ispisati definicije omladinskog aktivizma (videti 7B Omladinski aktivizam) i oblike omladinskog aktivizma (videti 7B Omladinski aktivizam)

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUT-u 7A/7B/7C su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi definicije koje su preuzete iz drugih materijala ili koje su razvile i lokalne organizacije.

Pre svakog početka radionice trener/ica daju uvodnu igru koja ima za cilj da podigne energiju grupe, takođe, nakon pauze za ručak obavezno dati igricu koja ima za cilj da podigne koncentraciju.

A. AKTIVIZAM I OBLICI AKTIVIZMA (55 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Omladinski aktivizam. Podsetite se ključnih tačaka učenja od prethodne dvodnevne radionice Građanska participacija i povezujući sa današnjom temom objasnite da će tokom jednodnevne radionice, učesnici naučiti šta je to aktivizam i koji oblici aktivizma postoje, šta je omladinski aktivizam i koliko je značajan, kako se razvijao aktivizam u svetu i kod nas, kao i šta predstavljaju organizacije civilnog društva kao oblik aktivizma.
Prođite kroz program jednodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice.

Korak 2 (5 minuta)

Podsetite na ciljeve učenja za radionicu i pitajte učesnike/ce kako im se čine, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju radionice. Zatim, u dogovoru sa učesnicima proverite da li pravila rada od prošle nedelje mogu ostati ista ili žele da nešto dodaju. Ako žele dodati, ista zapišite na već postojećem FC papiru sa pravilima rada kako biste mogli da se pozovete na njih u toku rada.

Korak 3 (10 minuta)

Za početak, vodite učesnike/ce kroz moždanu oluju reči koje ih asociraju na reč aktivizam. Da biste opustili grupu, trener/ica može jednostavno da prošeta po sobi i pita svaku osobu da kaže jednu reč koja joj pada na pamet kada pomisli na aktivizam, ili da sam/a ispiše jednu ili dve reči koje asociraju na pojam aktivizam.

Reči koje asociraju na aktivizam (primeri odgovora)

Ljudi	**Volonteri/ke**
Ulične akcije	**Građani/ke**
Aktivno učešće	**Pokreti**

Beležite ove reči na flipčart, vodeći računa da ispišete sve reči. Ponavljanje uopšte nije problem: jednostavno označite simbolom ✓ pored izraza koji se ponavljaju. Flipčart koji sledi pokazuje odgovore do kojih su učesnici došli na nedavnoj sesiji. Ono što treba voditi računa je da se prilikom ispisivanja koriste dve boje kako bi bilo preglednije i kasnije lakše za sumiranje. U nastavku vam dajemo primer kako izgleda FC papir nakon moždane oluje.

Korak 4 (5 minuta)

Nakon što grupa generiše dugačku listu pojmova koji asociraju na aktivizam podelite sa njima nekoliko definicija koje su razvile različite organizacije i mreže (videti 7A Aktivizam i oblici aktivizma). Pročitajte glasno svaku definiciju.

Primeri definicije na flipčartu:

Aktivizam je planirano ponašanje da bi se postigli socijalni ili politički ciljevi kroz aktivnosti kakve su podizanje svesti, stvaranje koalicija, vođenje političkih kampanja, proizvodnja propagandnog materijala, stvaranje publiciteta, kao i preduzimanje drugih akcija kako bi se uticalo na socijalne promene u društvu.

Korak 5 (5 minuta)

Nakon što ste otkrili i obradili sve definicije, pitajte učesnike/ce da potraže i identifikuju u ispisanim definicijama na FC papiru pojmove/termine koji su se pojavili u inicijalnoj moždanoj oluji. Možete koristiti neki jarki marker da zaokružite pojmove do kojih su učesnici sami došli.Trener/ica sumira ovaj korak , pohvaljuje učesnike za dobijenu listu pojmova koji su sastavni deo definicija.

Korak 6 (20 minuta)

Zatim sledi interaktivni input o tome koji sve oblici aktivizma postoje (videti 7A Aktivizam i oblici aktivizma). Trener/ica na prethodno pripremljenom FC papiru može ispisati listu sa oblicima aktivizma., Učesnici/ce se podstiču na diskusiju da kroz primere iz sveta i kod nas prepoznaju koji sve to oblici aktivizma postoje. Na kraju trener/ica sumira i ističe ciljeve aktivizma ljudi u dobijenim primerima.

B. OMLADINSKI AKTIVIZAM (1H 15 MINUTA)

Korak 1 (30 minuta)

Sledi vežba u kojoj učesnici/ce dobijaju zadatak da ispričaju u paru jednu akciju u kojoj su učestvovali, koliko je mladih učestvovalo u toj akciji i koji je bio cilj te akcije, ukoliko učesnici nemaju iskustva (ako nisu učestvovali) pričaju u kakvoj akciji bi želeli da učestvuju. Potom jedni druge predstavljaju. Cilj ove vežbe je upoznavanje sa trenutnom situacijom omladinskog aktivizma u njihovoj sredini i eventualnim idejama za akcije, i koliko su one značajne za njihovu lokalnu zajednicu. Trener/ica postavlja pitanja i ohrabruje i ostale učesnike da diskutuju o tome kako im se čine akcije njihovih kolega/koleginica, razmenjuju iskustva, iznose mišljenje o tome zašto je aktivizam značajan ali i ako neko misli da nije zašto nije, trener/ica deli iskustvo sa grupom i pominje neke primere iz njihovih lokalnih zajednica. Važno je da trener/ica istakne pozitivnu promenu koju svaka akcija donosi. Učesnici za rad u parovima imaju 10 minuta, a za međusobne prezentacije 20 minuta.

Korak 2 (15 minuta)

Nakon vežbe sledi interaktivni input o oblicima omladinskog aktivizma (videti 7B Omladinski aktivizam). Trener/ica prethodno na FC papiru ima ispisane oblike omladinskog aktivizma.

Zatim trener/ica govori o tome šta sve omladinski aktivizam predstavlja (povezujući sa sesijom o oblicima aktivizma, videti 7A Aktivizam i oblici aktivizma) i koji oblici omladinskog aktivizma postoje: politika za mlade/omladinska politika, različiti volonterski programi, humanitarni rad, organizacije mladih, udruženja i organizacije za mlade, podmladci političkih stranaka , međunarodne omladinske razmene, neformalne grupe mladih, učenički i studentski parlamenti itd.

Korak 3 (20 minuta)

Trener/ica zatim najvaljuje vežbu „Za i protiv". Učesnici /ce se dele u dve grupe i trener/ica daje instrukciju za vežbu: jedna grupa izlistava sve razloge za aktivizam na FC papiru, a druga grupa sve razloge protiv. Za ovu vežbu imaju predviđenih 10 minuta. Vraćaju se u plenum, svaka grupa prezentuje i sledi diskusija o tome šta su izlistali, koji su sve to razlozi aktiviranja mladih tj. Neaktiviranja. Trener/ica daje mogućnost učesnicima/cama da iznesu svoje predloge za uključivanje mladih i to zapisuje na FC. Za diskusiju je predviđeno 10 minuta.

Korak 4 (10 minuta)

Sledi interaktivni input o tome kako se razvijao aktivizam u našoj zemlji i u svetu, šta je aktivizam podrazumevao nekada kod nas, i kako se razvijao, trener/ica pominje značajnije aktivističke pokrete u Srbiji i svetu, i podstiče učesnike/ce da podele neke od primera za koje znaju, u njihovoj lokalnoj zajednici, u Srbiji ili svetu. Trener/ica ističe omladinski aktivizam kao nosioca promena u društvu.

C. ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA (1H 15 MINUTA)

Korak 1 (20 minuta)

Ova sesija je nastavak prethodne sesije gde se trener/ica nadovezuje na istorijski okvir nastanka aktivizma u Srbiji, i javljanja prvih organizacija civilnog društva. Pre samog inputa, trener/ica pita učesnike koliko sektora

postoji, pravi vezu sa prvom temom lokalna zajednica, a cilj je da se učesnici podsete na to šta je civilni sektor, i pravi vezu sa aktivizmom. Zatim upoznaje učesnike/ce sa pojmom OCD, procesom osnivanja OCD , načinima finansiranja i razgovara sa učesnicima o njihovom ličnom iskustvu u organizacijama civilnog društva.

Korak 2 (50 minuta)

Sledi vežba „Upoznajmo civilni sektor": Na početku se učesnici/ce dele u 4 grupe i imaju sledeći zadatak: grupa jedan ima za zadatak da predstavi jednu organizaciju civilnog društva koja se bavi ekologijom, (jednu u regionu i jednu na nivou republike) i da ukratko predstavi njihove misije, zadatke i viziju, grupa dva ima isti zadatak ali za organizacije civilnog društva koja se bavi mladima, grupa tri da pronađe dve OCD koja se bavi pitanjima osoba sa invaliditetom a četvrta grupa da predstavi dve OCD koje se bave položajem žena. Učesnici/ce za rad u grupama imaju 15 minuta, i mogu koristiti internet za pretraživanje. Predviđeno vreme za prezentaciju grupa je ukupno 20 minuta, i 10 minuta za diskusiju.Trener/ica sumira podacima koliko ima trenutno registrovanih OCD u Srbiji prema podacima APR - a, daje informacije i upućuje na korisne linkove gde mogu naći više informacija o civilnom sektoru, govori o Građanskim inicijativama. Za sumiranje je predviđeno 5 minuta.

Korak 3 (5 minuta)

Trener/ica sumira dan, ističući ključne tačke učenja: aktivizam je nosilac društvenih promena, predstavlja glas ljudi koji žele promenu za socijalni i društveni boljitak, mladi predstavljaju veliku nadu i resurs svake lokalne zajednice i svake države, organizacije civilnog društva su specifične forme udruživanja građana koje se zalažu za društvene, socijalne, ekonomske, kulturne i ostale promene u jednom društvu. Trener/ica ohrabruje učesnike da postave pitanja ukoliko im je nešto bilo nejasno, a zatim se zahvaljuje učesnicima na interaktivnom i uspešnom radu.

PRILOZI:

Hanodut 7A

Aktivizam, omladinski aktivizam i oblici aktivizma

Aktivizam je planirano ponašanje da bi se postigli socijalni ili politički ciljevi kroz aktivnosti kakve su podizanje svesti, stvaranje koalicija, vođenje političkih kampanja, proizvodnja propagandnog materijala, stvaranje publiciteta, kao i preduzimanje drugih akcija kako bi se uticalo na socijalne promene. Socijalni rad u zajednici posebno stimuliše razvoj onih oblika aktivizma koji stimulišu promene i utiču na poboljšanje uslova života, posebno marginalnih grupa i ugroženih pojedinaca. Uslov za to je samoorganizovanje pojedinaca i grupa.

Aktivizam se takođe tradicionalno povezuje s konceptom **neslaganja** (disidencija) u nekom društvu, odnosno aktivnošću **protesta**, ali može poprimiti razne oblike – od najjednostavnijih kao što su **propaganda** kod stanovništva i **lobiranje** kod vlasti, preko javnih skupova, političkih kampanja, demonstracija te raznih protestnih akcija kao što su **bojkoti**, **štrajkovi**, **štrajk glađu**, a koje u ekstremnim slučajevima mogu eskalirati u **sabotaže** i **oružanu borbu**.

Postoje različiti oblici aktivizma:
Ekonomski aktivizam, medijski aktivizam, politički aktivizam, mirovni aktivizam, ekološki aktivizam, feministički aktivizam, LGBT aktivizam, omladinski aktivizam itd. Aktivisti posvećeni društvenim promenama su obično više posvećeni i angažovani u jednoj oblasti nego u drugoj.

Omladinski aktivizam se najbolje određuje kao glas mladih ljudi koji su uključeni u ra-

znolike društvene aktivnosti koje za cilj imaju promociju društvenih promena i uloge mladih ljudi u društvu, glas mladih koji su okupljeni oko zajedničke ideje i aktivno učešće mladih u rešavanju za njih relevantnih pitanja u donošenju odluka na lokalnom i državnom nivou.

Istorijski osvrt na aktivizam:
U zavisnosti od konteksta vremena i društvene sredine, reč aktivizam dobija različite prizvuke. U **SFRJ** se pod aktivizmom podrazumevao politički rad, a jedini politički rad je bio za **Komunističku partiju Jugoslavij**e.

Dolaskom višestranačja, termin aktivizam se proširio i na aktere svih partija, a dolaskom novih društvenih pokreta širi se i na njihove aktiviste.

Pre samo dvadeset godina **"civilno društvo"** je u političkoj teoriji bilo zagonetan pojam, a danas je njime preplavljen akademski, novinarski pa čak i svakodnevni diskurs. Koncept civilnog društva oživeo je osamdesetih godina dvadesetog veka sa delovanjem poljskog opozicionog pokreta, koji je pratio talas demokratizacije u celom svetu. Od tada je civilno društvo, kao predmet proučavanja, doživelo pravu eksploziju i taj pojam se danas uveliko koristi za različite kontekste širom sveta. U novoj eri posle hladnog rata, u kojoj su mnoge zemlje započele razne oblike demokratizacije, civilno društvo je postalo jedan od najznačajnijih pokazatelja tog procesa. Štaviše, skoro svaka velika međunarodna fondacija ili institut osnovali su neku vrstu "inicijative" radi praćenja i jačanja civilnog društva u raznim zemljama sveta i, naročito, u postkomunističkoj Evropi. Civilno društvo sačinjavaju konkretne organizacije i grupe ljudi koji oblikuju i određuju specifičan karakter tog demokratskog sistema. Civilno društvo odnosi se na područje organizacija, grupa i udruženja koji su formalno osnovani i zaštićeni zakonom,koji rade nezavisno i kojima obični građani pristupaju dobrovoljno. Jasnije rečeno, ono pojmovno i iskustveno svojstvo koje civilno društvo odvaja od političkog i ekonomskog društva jeste razlika u nivou između elite i mase grupe za ljudska prava, mir i zaštitu okoline; grupe za obrazovne i kulturne aktivnosti; crkve ili verske organizacije; sportske ili rekreativne klubove; i grupe koje se bave problemima žena, veterana, omladine, starijih i osoba sa invaliditetom, kao i pravima životinja, zdravstvom i samopomoći.

Hanodut 7B

Organizacije civilnog društva

Organizacije civilnog društva su specifična forma organizovanja građana. OCD su udruženje ili organizacija koja nije pod nadležnošću vlade i čiji osnivač nije država. Zbog toga OCD je uglavnom nezavisna od vlade. Termin se uglavnom odnosi na društvene, kulturne, pravne i druge grupe koje se zalažu za određene ciljeve koji su prevashodno neprofitni i nekomercijalni. OCD su obično neprofitne organizacije koje dobijaju barem deo svojih prihoda od privatnih donatora.

Neke od karakteristika OCD:

- Vođene vrednostima
- Neprofitne (nedobitne)
- Nevladine
- Dobrovoljne
- Zajednički cilj/misija
- Odgovaraju na potrebe stanovništva...

ČIME SE SVE BAVE NEVLADINE ORGANIZACIJE:

- Podstiču inicijative gradjana za poboljšanje uslova života
- Razvijaju demokratiju i kulturu mira, tolerancije i nenasilja
- Nadgledaju rad države na svim nivoima
- Prate primenu zakona i propisa

• Štite ljudska i gradjanska prava

• Bore se za zdravu životnu sredinu

• Prikupljaju i dele humanitarnu pomoć najugroženijim kategorijama društva

• Štite žene i decu od nasilja

• Vode brigu o starim i nemoćnim

• Pružaju psiho - socijalnu pomoć

• Zastupaju interese gradjana

• Obrazuju, istražuju, ukazuju na probleme, nude rešenja.....

Korisni linkovi
O (omladinskom) aktivizmu:

www.gradjanske.org

http://reljadereta.com/category/serbian/

http://www.mos.gov.rs/%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B0.10.html

http://www.zamislizivot.org/

www.koms.rs

http://mingl.rs/

http://studiram.info/

http://youth.rs/

O OCD u Srbiji:

www.gradjanske.org

https://docs.google.com/open?id=0B3Gsy-cnrBBm-RGZjNk5kVHFRaktuWnA-3MjI2emxOZw

http://www.tragfondacija.org/pages/sr/naslovna.php

http://www.crnps.org.rs/

http://civilnodrustvo.gov.rs/

TEMA OSAM:
VOLONTERIZAM

DAN: 16

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Biti upoznati sa pojmom volonterizma i volonterskog rada

2. Prepoznati značaj volonterskog rada u lokalnoj zajednici

Vreme

3 sata 40 minuta

Prikaz sesije

A. Volonterizam

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru

• Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

8A – Volonterizam

Priprema

Pre početka sesije, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara. Ispisati definicije Volonterizma na FC koristeći pritom po jedan list za svaku definiciju., kao i posebno korake u planiranju volonterske akcije (videti Prilog 8a Volonterizam).

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUT-u 8A su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi definicije koje su preuzete iz drugih materijala ili koje su razvile lokalne organizacije.

A. VOLONTERIZAM

Korak 1 (5 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Volonterizam. Podsetite se ključnih tačaka učenja sa prethodne jednodnevne radionice Omladinski aktivizam. Povezujući sa današnjom temom, objasnite da će tokom jednodnevne radionice, učesnici saznati šta je volonterizam, upoznaće se sa zakonom o volonterizmu i proći kroz korake planiranja volonterske akcije.

Prođite kroz program jednodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (5 minuta)

Podsetite na ciljeve učenja radionice i pitajte učesnike/ce da li su razumljivi i kako im se čine, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju radionice. Zatim, u dogovoru sa učesnicima proverite da li pravila rada od prošle nedelje mogu ostati ista ili žele da nešto dodaju. Ukoliko žele dodati, ista zapišite na već postojećem FC papiru sa pravilima rada kako biste mogli da se pozovete na njih u toku rada.

Korak 3 (5 minuta)

Za početak, vodite učesnike/ce kroz moždanu oluju reči koje ih asociraju na reč volonterizam. Da biste opustili grupu, trener/ica može jednostavno da prošeta po sobi sali/učionici i pita svaku osobu da kaže jednu reč koja joj pada na pamet kada pomisli na volonterizam.

Reči koje asociraju na volonterizam *(primeri odgovora)*

humanost	**ljudi**
dobrovoljan rad	**lokalna zajednica**
neplaćen rad	**promeniti**
intervjuisati	**ubediti**
donošenje odluka	**izložiti**
prodati ideju	

Beležite ove reči na flipčart, vodeći računa da ispišete sve reči. Ponavljanje uopšte nije problem: jednostavno označite simbolom ✓ pored izraza koji se ponavljaju. Flipčart koji sledi pokazuje odgovore do kojih su učesnici došli na nedavnoj sesiji. Ono što treba voditi računa je da se prilikom ispisivanja koriste dve boje kako bi bilo preglednije i kasnije lakše za sumiranje. U nastavku vam dajemo primer kako izgleda FC papir nakon moždane oluje.

Korak 4 (5 minuta)

Nakon što grupa generiše dugačku listu pojmova koji asociraju na volonterizam, podelite sa njima nekoliko definicija koje su razvile različite organizacije i mreže. Otkrijte vašu definicije koje ste ispisali sa HANDOUTa 8A (ili ste ih sami pripremili). Pročitajte glasno svaku definiciju.

Primeri definicija na flipčartu:

Volontiranje u najširem smislu se definiše kao neprofitna i neplaćena aktivnost kojom pojedinci i grupe doprinose dobrobiti.

Pod volontiranjem podrazumevamo dobrovoljno pružanje usluge drugom licu, za dobrobit drugog lica ili za opšte dobro, bez nadokande.

Volontiranje, kao oblik građanskog aktivizma ističe ono najbolje u čoveku, utiče na stav ljudi, poboljšava kvalitet života, razvija toleranciju i pospešuje filantropiju.

Korak 5 (5 minuta)

Nakon što ste otkrili i obradili sve definicije, pitajte učesnike/ce da potraže i identifikuju u ispisanim definicijama pojmove koji su se pojavili u inicijalnoj moždanoj oluji. Možete koristiti neki jarki marker da zaokružite pojmove do kojih su učesnici sami došli.

Korak 6 (25 minuta)

Trener/ica zatim najavljuje vežbu, deli učesnike/ce u 2 grupe i daje instrukcije: jedna grupa ima zadatak da izlista na FC papiru sve prednosti volontiranja, a druga sve slabije strane volontiranja. Učesnici/ce za rad u grupama imaju 10 minuta, a zatim prezentuju uradjeno 10 minuta. Trener/ica potom sumira ističući prednosti volontiranja i promene koje volonterizam može doneti zajednici kao što su promena stavova ljudi i njihov odnos prema zajednici. Naglašava da je volonterizmom oblikom građanskog aktivizma. Vreme predviđeno za sumiranje: 5 minuta.

Korak 7 (15 minuta)

Sledi interaktivni input o tome šta sve volonterizam predstavlja, koji su to razlozi uključivanja građana i građanki u volonterske akcije, zašto ljudi volontiraju, motivacija ljudi za volontiranjem. Učesnici mogu nabrojati da ljudi volontiraju zbog sopstvenih uverenja, zbog druženja i poznanstava, zato što imaju dosta slobodnog vremena, volontiranjem stiču određeno poštovanje u zajednici, mogu steći znanja i veštine koja kasnije mogu pomoći u karijeri itd. Trener/ica govori o tome šta jeste, a šta nije volonterizam i o zakonskim odredbama volontiranja, koristeći pritom priručnik GI "Vodič za primenu Zakona o volontiranju".

Korak 8: (60 minuta)

Sledi vežba „Čišćenje parka" (videti prilog 1). Trener/ica daje instrukcije: deli učesnike/ce u dve grupe, obe grupe dobijaju unapred pripremljen scenario i zadatak da se pripreme za simulaciju sastanka koji će uslediti. Trener posebno napominje da grupe ne komentarišu sa drugom grupom o svom zadatku koji su dobili pre same simulacije. Učesnici/ce za pripremu simulacije imaju 15 minuta. Unutar grupe se dogovaraju kako će se rasporediti, ko će voditi sastanak, ko spremati pitanja za drugu odnosno prvu grupu, ko će odgovarati na pitanja, ko iznositi ideje i rešenja, ko iz svake grupe će imati zadatak da facilitira sastankom koji se odnosi na organizaciju čišćenja parka. Nakon pripreme, slede simulacije sastanaka. Simulacije sastanaka predviđeno je 30 minuta. Nakon simulacija trener/ica diskutuje sa grupom i postavlja neka od sledećih pitanja: Kako su se osećali tokom simulacije sastanka? Da li su svi pričali u isto vreme, jesu li poštovali drugačija mišljenja, jesu li se međusobno slušali? Kakva je bila atmosfera tokom sastanka? Da li su uspeli dobro predstaviti akciju čišćenja i razloge zbog kojih bi se svi mladi trebali uključiti u akciju? Koji su im bili zajednički interesi? Da li je sastanak mogao dovesti do najboljeg rešenja u kojem bi učesnici prvo organizovali akciju čišćenja, a zatim organizovali zajedničku proslavu? Žele li se uključiti u akciju ili ne? Koji argumenti bi učesnike koji se nikako ne žele uključiti u akciju ubedili da ti učenici promene svoje mišljenje? Diskusija traje 10 minuta. Trener/ica sumira sesiju ističući kako nije uvek lako uticati na ponašanja i stavove ljudi, ali da treba imati strpljenja i volje zarad nesebičnih, pozitivnih ciljeva iza kojih stojimo kada smo aktivni gradjani. Ggrupa Grupa ljudi koja želi promeniti nešto u zajednici mora imati jasan odlučan stav i valjane argumente u svakom trenutku. Vreme predviđeno za sumiranje: 5 minuta.

Korak 9 (20 minuta)

Posle vežbe sledi interaktivni input trenera/ice. Trener/ica diskutuje sa grupom o njihovom iskustvu u volonterskim akcijama i povezuje sa akcijama prethodnih polaznika YB programa u Bujanovcu i Novom Pazaru. Zatim govori o tome zašto organizacije traže volontere, kako pridobiti i zadržati volontera, o fazama pri odabiru volontera .Naglasiti da je volonterski posao odgovorna stvar, pri odabiru volontera organizacije i institucije imaju standarde i određena očekivanja, jer je volonter taj koji predstavlja jednu organizaciju ili instituciju. Trener/ica takođe govori o dugoročnom i kratkoročnom volontiranju i volonterskim servisima u zemlji i inostranstvu.

Korak 10 (1 h i 10 minuta)

Sledeća sesija je upoznavanje učesnika/ca sa koracima u planiranju volonterske akcije. Trenerica prethodno na FC papiru ima ispisane korake u planiranju volonterske akcije (videti 8A Volonterizam). Trener/ica objašnjava sadržaj koraka postepeno otkrivajući FC papir. Važno je da učesnici/ce sagledaju da svaka akcija mora imati niz planiranih, utvrđenih i jasnih aktivnosti.

Trener/ica potom deli učesnike u 2 grupe a zadatak je sledeći: obe grupe treba da osmisle volonterske akcije u zajednici. Potrebno je prvo da pronađu konkretan problem pojedinaca ili grupa ljudi kojima je potrebna pomoć i koji je vidljiv u zajednici, a koji mogu volonterski pomoći, a zatim izrađuju akcioni plan sa samoorganizovanjem u pružanju pomoći. Učesnici prolaze kroz korake i detaljno opisuju sve aktivnosti svoje volonterske akcije. Vreme predviđeno za pravljenje plana volonterske akcije je 40 minuta. Prezentacija grupa traje 15 minuta. Trener/ica sumira ističući kako je za volonterske akcije najpotrebnija volja i organizovanje ljudi i ohrabruje učesnike da neku od akcija izvedu u svojim lokalnim zajednicama. Naglašava se mogućnost da u okviru YB programa osmišljene volonterske akcije iz vežbe mogu relizovati u zajednici uz podršku YB koordinatora. Vreme predviđeno za sumiranje: 5 minuta.

Korak 11 (5 minuta)

Trener/ica sumira dan, ističući ključne tačke učenja. Volonterizam kao vid građanskog aktivizma je dobrovoljan i neprofitan rad u korist drugih ili za opšte dobro, od velikog je značaja za rešavanje i bolje razumevanje mnogih problema koji postoje u svakoj zajednici. Ističe da volontiranje razvija kod ljudi osećaj zajedništva i tolerancije, ruši stereotipe, podstiče humanost i deluje pozitivno na zajednicu. Trener/ica ohrabruje učesnike da postave pitanja ukoliko im je nešto bilo nejasno, a zatim se zahvaljuje učesnicima na interaktivnom i uspešnom radu.

PRILOZI :

Handout 8A

VOLONTERI

Zašto ljudi rade kao volonteri? Razloga ima mnogo. Sami volonteri su dali odgovor na ovo pitanje:

1. Osećaj samozadovoljstva
Mnogi ljudi vole da koriste svoje slobodno vreme na načine koji im donose ličnu satisfakciju i omogućavaju im da razviju pozitivnu sliku o sebi. Neki volontiraju jer vole osećaj da su potrebni drugima, neki `ele žele da se bave nečim što je korisno, a drugi žele poštovanje kolega i prijatelja zato što rade nešto kirisno korisno za zajednicu.

2. Altruizam.
Mnogi ljudi iz svih socijalnih slojeva društva veruju da je pomaganje drugima neophodni sastavni deo potpunog i dobrog života. Često ova potreba proizilazi iz religijskoh shvatanja ili porodične tradicije i vaspitanja. U nekim slučajevima, kada ljudi nemaju novca da daju drugima, volonterski rad je jedini način da se

izrazi altruizam. Ponekad se volonterski rad kombinuje sa davanjem novca.

3. Druženje i susreti sa ljudima.
Sledeći važan razlog zašto ljudi rade kao volonteri jeste njihova želja da se sreću i druže sa drugim ljudima. Dobrovoljni rad im omogućava da prošire krug poznanika i uspostave veze i odnose koji će se preneti i na druge sfere njihovog života. Ljudi koji se doseljavaju u nove sredine, stariji ljudi koji su izgubili bračnog druga, čak i adolescenti i mladi ljudi koji su završili školu i traže aktivniji društveni život, mogu da gledaju na volonterizam kao način da prošire krug prijatelja.

4. Proširivanje specijalnih znanja.
Neki pojedinci koji su zainteresovani za neku specijalnu oblast, smatraju volonterizam kao odličan način da nauče više o toj oblasti, naročito ako organizacija za koju rade ima u svom programu trening i obuku volontera. Oni koji žele da nauče nešto više o stranim zemljama, tekućim događajima, religijskoj tradiciji, umetnosti i mnogim drugim stvarima, mogu to ostvariti tako što će raditi kao volonteri.

5. Stvaranje i održavanje organizacije.
Neki volonteri su preduzetni ljudi koji posvećuju puno energije na stvaranje neprofitnih organizacija i ulažu puno truda i vremena da bi te organizacije bile veće, snažnije i uspešnije. Uspeh i kontinuiran rast njihovih organizacija je njihov ponos i vrlo često najveći motivacioni faktor za njihove volonterske aktivnosti.

6. Uspostavljanje profesionalnih kontakata.
U nekim organizacijama volonteri dolaze u dodir sa važnim članovima zajednice. Neki ljudi koriste volonterske poslove kao način za uspostavljanje kontakata koji ih mogu dovesti do klijenata ili drugih vrsta poslovnih ili profesionalnih udruženja, veza i pružaju im druge mogućnosti.

7. Napredovanje u korporaciji.
Mnoge korporacije iz profitnog sektora gledaju na volontiranje svojih radnika kao na značajan način da kompanija da doprinos društvu. Zato podstiču mlade radnike i predstavnike kompanije da se bave volonterskim radom; oni koji žele da se uspinju lestvicom uspeha u svojoj kompaniji znaju da će volonterski rad biti vrlo cenjena stavka u njihovoj biografiji.

8. Trening i sticanje iskustva.
Za neke ljude, položaj volontera je korak ka plaćenom poslu. Mladi ljudi, ljudi koji nisu radili izvesno vreme ili oni koji žele da promene profesiju, ponekad će početi da rade kao dobrovoljci da bi došli do svojih viših ličnih ciljeva. Tu oni mogu steći neko znanje o obavljanju posla, steći veštine koje se traže, ili obezbediti preporuku za buduće zaposlenje.

9. Ulazak u određenu organizaciju.
Za neke ljude koji su veoma zainteresovani da rade u nekoj određenoj neprofitnoj organizaciji ili budu član njenog upravnog odbora, volonterski rad je način da uđu u organizaciju i budu uključeni u njen rad. Volontiranje može ponekad biti onaj neophodni prvi korak ka plaćenom poslu ili mestu u rukovodećem telu.

10. Društveni status.
Rad u nekim organizacijama donosi prestiž i ugled, a volonteri predstavljaju elitnu grupu unutar zajednice. Povezivanje sa tim volonterima nosi sa sobom i izvesni status i čini takvu osobu članom važne i ugledne društvene grupe.

ZADOVOLJAVANJE POTREBA VOLONTERA

Članovi upravnog odbora i osoblje neprofitnih organizacija moraju dobro razmotriti motivaciju potencijalnih volontera ako žele njihovu pomoć. Nažalost, i jedni i drugi su često vrlo usredsređeni na potrebe same organizacije. "Trebaju nam dobrovoljci da sakupljaju sredstva"."Potrebna nam je pravna pomoć". "Trebaju nam dobrovoljci da čitaju novine bolesnicima". Potrebni su nam ljudi koji bi pomagali deci ometenoj u razvojuda nauče da čitaju". Ovakvo definisanje posla volontera je

važno, naravno, i detaljan opis svakog zadatka će budućim volonterima umnogome olakšati posao kad za to dođe vreme. Međutim, ono što nedostaje je razumevanje potreba samih volontera i jasan koncept kako određeni zadaci mogu zadovoljiti njihove potrebe.

Zašto bi trebalo da se organizacija posveti potrebama volontera? Vrlo jednostavno, ako neka organizacija želi da pridobije i zadrži ljude koji besplatno obavljaju poslove za nju, onda mora da nađe načine da im pruži zadovoljstvo i satisfakciju.

KOORDINATOR VOLONTERA

U mnogim neprofitnim organizacijama postoji osoba koja zastupa interese volontera i pomaže izvršnom šefu da razume njihovu važnost. U većim organizacijama ili u organizacijama u kojima volonteri predstavljaju većinu radne snage, ta osoba je obično član plaćenog osoblja i može imati razne nazive, kao na primer, koordinator volontera ili direktor volontera. U manjim organizacijama ili onima koje imaju malo volontera, njihov koordinator uglavnom ne dobija nadoknadu za taj rad. U svakom slučaju, koordinator volontera, bio on plaćen ili ne, mora imati pristup izvršnom direktoru, zato što njen ili njegov posao umnogome zavise od stava direktora prema volonterima u jednoj organizaciji. Koordinator volontera zaista mora biti uključen u rad organizacije na najvišem nivou i mora imati podršku svakog pojedinog člana plaćenog osoblja koje će raditi sa volonterima.

Pored važne uloge koju koordinator volontera igra u obučavanju volontera, zastupanju njihovih interesa kod osoblja i nadređenih, on ili ona imaju mnogo drugih odgovornosti. Koordinator volontera je volonterima ono što je kadrovski direktor plaćenom osoblju. Ona ili on ima celokupnu odgovornost za nalaženje i postavljanje volontera i za posredovanje između njihovih potreba i potreba organizacije.

Raspon obaveza i odgovornosti ovog posla obuhvata sledeće zadatke:

• Ustanoviti i konstantno poboljšavati politiku organizacije po pitanju procedure koja se odnosi na volontere, njihove obaveze i odgovornost, nadgledanje njihovog rada, raspored posla, ograničenja, izveštaje o radu, ocenu postignutog, priznanja i okončanje angažmana.

• Omogućiti volonterima da koriste razne beneficije besplatno ili uz niske nadoknade, na primer sredstva ili programe organizacije, da imaju pristup organizacionim resursima (na primer biblioteci i trpezariji), da imaju priliku da prisustvuju konferencijama, da im se daje novac za put i druge troškove, preporuke za poslove u drugim organizacijama, itd.

• Odlučiti gde volonteri mogu biti najbolje iskorišćeni u organizaciji.

• Napisati opis poslova za volontere

• Osmisliti proceduru za nalaženje volontera, pronaći organizacije ili pojedince koji će unapređivati mogućnosti volontera, održavati kontakte sa medijima, iskoristiti postojeće volontere i osoblje za informativne sastanke i stvarati odgovarajuće štampane materijale.

• Intervjuisanje, odabir i postavljanje volontera na odgovarajuća radna mesta.

• Razvoj programa za orijentaciju i trening volontera.

• Procena rada i učinka volontera, davanje novih zadataka ili prekid odnosa u slučaju nezadovoljavajućeg rada pojedinih volontera.

• Organizovanje susreta radi pohvale i odavanja priznanja volonterima

• Pomoći da se formulišu i procene strukture i funkcija zasebnih volonterskih grupa kao esnafske ili prijateljske grupe.

• Pravilno i blagovremeno reagovati na potrebe izabranih predstavnika tih volonterskih grupa

• Zastupati potrebe volontera i interesa kod osoblja i drugih lica u organizaciji

• Obezbediti trening za osoblje organizacije da nauče kako da rade sa volonterima, da nadgledaju, prate i ocenjuju i pohvaljuju njihov rad

• Reagovati na probleme i pritužbe od strane volontera ili na njihov rad i posredovanje u rešavanju konflikata među volonterima ili između volontera i osoblja.

Treba naglasiti da se jedna od najvažnijih obaveza i odgovornosti koordinatora volontera tiče prekida saradnje sa volonterima koji obavljaju posao na nezadovoljavajući način ili njihovog premeštaja na druge poslove. Stara izreka da je volonter osoba koja besplatno radi pa prema tome ne može biti otpuštena, nije tačna. Ono što je tačno je da ovakva situacija iziskuje mnogo takta.

Prvi korak za koordinatora volontera je da prikupi sve činjenice i da diskretno proceni pritužbe. Ponekad volonter o kome je reč nije dovoljno obučen, nije imao odgovarajuću superviziju ili mu nije na vreme skrenuta pažnja da postoji problem. U takvim slučajevima najbolje bi bilo da koordinator volontera reši postojeće probleme, a volonteru da pruži još jednu šansu. Ili, volonteru se može dati da obavlja neki drugi, manje zahtevan posao ili posao koji mu bolje odgovara. U ekstremnim slučajevima, taj posao se eliminiše na neko vreme, ili se volonteru jednostavno može reći da njene ili njegove usluge više nisu potrebne. To nije nimalo lako, ali vešt koordinator volontera ne može izbeći tu odgovornost.

INTERVJUISANJE POTENCIJALNIH VOLONTERA

Kao i plaćeno osoblje tako i volonteri mogu biti uključeni u traženje potencijalnih volontera. Kad ta procedura započne, potrebno je da se sa potencijalnim volonterima obavi razgovor i da im se odrede zadaci. U većini slučajeva, intervju je najbolji način da se obavi ovaj zadatak. Intervju ima nekoliko ciljeva. Prvo, potencijalni volonter shvata da organizacija želi da zadovolji njegove ili njene potrebe i očekivanja. Drugo, omogućava osobi koja vodi intervju da objasni koja su očekivanja organizacije - često se radi po nekoj vrsti priručnika za volontere u kojem su ukratko dati program, ciljevi, način rada i procedure volonterskog rada unutar te organizacije. I konačno, intervju daje mogućnost da se procene veštine, temperament i motivacija potencijalnog volontera, da bi se što bolje odredilo gde bi se ta osoba mogla najbolje uklopiti u rad organizacije.

Najčešće se od potencijalnog volontera traži da popuni formular osnovnim podacima o sebi i koji može da posluži kao polazna tačka intervjua. Taj formular može da sadrži neke ili sve sledeće podatke:

- ime, adresa broj telefona, datum intervjua

- ime i broj telefona dve osobe koje mogu dati svoje mišljenje/preporuke

- ranije volontersko iskustvo, ime organizacije/organizacija, period od kada do kada je tamo radio ili radila, koji posao i imena kontakt osoba

- u koje vreme je na raspolaganju organizaciji

- šta volonter očekuje da dobije/ostvari svojim angažmanom

- specijalne oblasti interesovanja koje mogu biti relevantne pri dodeli poslova

- gde je trenutno redovno zaposlen i kakvo ima radno iskustvo u plaćenom poslu

- specijalne veštine, uključujući znanje stranih jezika, vođenja administracije, kucanja, rada sa kompjuterom

- obrazovanje

- zdravstveno stanje

Da bi svi intervjui bili jednoobrazni, neke organizacije smatraju da je dobro imati unapred

pripremljena pitanja. Uz to, neke traže od osobe koja vodi intervju da vodi zabeleške tokom intervjua ili da kratak rezime razgovora, koji, zajedno sa formularom kojeg je popunio potencijalnoi volonter, ide u dokumentaciju koju vodi i čuva koordinator zajedno sa svom ostalom dokumentacijom. Ovi zapisnici su od neprocenjive koristi.

ORIJENTACIJA I TRENING

Kada odaberemo volontere, moramo im dati orijentaciju i trening. Uglavnom, orijentacija se sastoji od sledećeg:

• Organizacioni paket.
On može da sadrži godišnji izveštaj organizacije, novinske članke, brošure, letke, izveštaje, spisak imena članova upravnog odbora i drugih tela, osoblja i volontera (ili volonterske organizacije ako postoji), zajedno sa pravilnikom i statutom organizacije

• Dodatni materijal za čitanje.
U nekim slučajevima važno je sakupiti dodatne informacije o zadacima i odgovornostima volontera. Na primer, u Centru za obuku zdravstvenih radnika, od mladih ljudi se traži da pročitaju nekoliko knjiga i brošura o istoriji i kulturi zemlje u kojoj će raditi, stanju zdravstva u tom delu sveta, primere zasnovane na iskustvu drugih volontera

• Obilazak mesta gde će volonteri raditi.
U nekim organizacijama za volontere je korisno da zaista vide mesto gde će raditi. Na primer, jedna crkva u velikom gradu daje dnevne obroke beskućnicima. Traži volontere koji će kuvati, postavljati stolove, servirati hranu, spremati, dočekivati beskućnike, odvoditi ih do stolova, i tako dalje. Od novih volontera se očekuje da dođu na lice mesta kada je trpezarija prazna, da sve razgledaju i o svemu porazgovaraju pre nego što stupe na posao.

• Obilazak kancelarija i upoznavanje sa osobljem.
Ako će volonteri u redovnom poslu sarađivati sa osobljem, od njih se traži da provedu neko vreme u kancelarijama pre nego što preuzmu svoje obaveze. Treba ih predstaviti članovima osoblja, pokazati im gde stoji kancelarijska oprema i objasniti im šta se od njih očekuje - kako da se uklope u rad u kancelarijama.

• Filmovi, slajdovi, demonstracije.
Često se koriste filmovi i slajdovi da bi volonteri stekli uvid o mestu gde će raditi i da bi se što bolje pripremili. U drugim slučajevima, filmovi i slajdovi su odličan način da se prikaže rad organizacije, njen istorijat i volonterske aktivnosti. Filmovi, slajdovi i demonstracije se takođe mogu koristiti da bi se volonterima pokazalo kako se obavljaju konkretni volonterski poslovi.

• Grupni sastanci i diskusije.
Kada u organizaciju dolazi grupa volontera u isto vreme, sastanci grupe su odlična prilika da se daju osnovne smernice za rad. Tada se novi volonteri medjusobno upoznaju i mogu dobiti odgovore na svoja pitanja.

Kada se završi sa davanjem opštih orijentacionih smernica (ili ponekad i zajedno sa njima), sledi trening za određeni posao koji će volonter obavljati. Trening zavisi od složenosti posla i obrazovanja i iskustva volontera. Međutim trening bi uvek trebalo da počne diskusijom o pisanom opisu posla ili zadatka, koji daje odgovore na neka ključna pitanja:

• U čemu se sastoji posao?

• Zašto je posao potreban, kakva mu je svrha, kako doprinosi celokupnom delovanju organizacije?

• Kako se posao radi, kakvu opremu i specijalnu veštinu ili znanje zahteva, i koje faze postoje da bi se uspešno obavio?

• Sa kim volonter treba da radi i kome je odgovoran?

• Koliko vremena je potrebno za izvršenje posla, koliko sati (ili dana ili meseci) se od volontera očekuje da radi i kada posao treba da bude završen?

Trening takođe treba da obuhvati i barem jedan preliminarni sastanak sa ljudima sa kojima volonter treba da radi kao i praktični rad na licu mesta u prisustvu supervizora. Odlazak na teren, posmatranje drugih na delu, vežbe igranja uloga su poželjni u slučajevima kada su zadaci komplikovani i zahtevaju nove veštine.

Već je rečeno da je najvažnija karakteristika svake neprofitne organizacije - ljudi koji u njoj rade. Osoblje, volonteri i ostali radnici jedne organizacije daju ton, pomažu da se definiše njen imidž i predstavljaju odlučujući faktor efikasnosti sa kojom organizacija ostvaruje svoju misiju, svoj program i svoje aktivnosti.

Još uvek mnogo neprofitnih organizacija rade pod veoma nepovoljnim finansijskim uslovima, te im je teško da obezbede da dovoljno dobrih ljudi rade za nju. Dakle ne mogu uvek da zaposle više radnika kad god se proširi obim posla. Često ne mogu platiti više novca da bi angažovali najkvalitetnije radnike da obavljaju određene stručne poslove. Umesto svega toga, one moraju da rastežu postojeća oskudna sredstva i da se snalaze kako umeju. Organizacije moraju naći predane radnike koji će vredno raditi, često za vrlo skromnu platu, a ponekad i bez plate. Mora se voditi računa da se svačije veštine iskoriste na najbolji mogući način. I, možda najvažnije, neprofitne organizacije moraju stvoriti takvo okruženje u kome će svi radnici - bilo plaćeni ili volonteri - znati da se njihov rad ceni. Jer, na kraju krajeva, vrlo je verovatno da će pojedinci dati sve od sebe i uložiti dodatni napor kada osećaju da se njihov rad vrednuje i doprinosi sveopštem dobru organizacije.

Prilog 1:
Vežba „Čišćenje parka"

Scenario I grupa

Vi ste grupa učenika koji su vrlo aktivni u svojoj lokalnoj zajednici i odlučili ste da u narednih mesec dana organizujete akciju čišćenja gradskog parka. Vi smatrate da čistoća gradskog parka nije isključivo problem opštine, odnosno osoba koje održavaju čistoću u vašem gradu, već da je to zajednički problem svih osoba, i mladih i starih i grada. Stvarno vam je dosadilo gledati tu nagomilanu prljavštinu u gradskom parku i odlučili ste učiniti nešto u vezi ovoga problema. Razgovarali ste s predstavnicima vlasti i direktorom komunalnog preduzeća i oni su podržali vašu akciju. Međutim, vaša grupa je mala i čini je nedovoljan broj mladih volontera, a da bi kvalitetno i brzo uradili taj posao potrebno je da se uključi veći broj ljudi u vašu akciju. Pored toga razmišljali ste o tome da nakon akcije organizujete neku aktivnost (žurku ili slično) na kojoj će se učesnici dobro provesti i proslaviti svoj rad. Organizovali ste sastanak na koji ste pozvali neke mlade ljude i na kojem ih želite uveriti da se uključe u vašu akciju.

Scenario II grupa

Vi ste grupa učenika koji su čuli kako se u gradskom parku sprema akcija. Niste mnogo zainteresovani da se uključite u tu akciju jer nemate dovoljno informacija o akciji. Nejasno vam je ko to organizuje, kada će se to dogoditi itd. Pored toga smatrate da je čistoća gradskog parka isključivo problem grada, odnosno preduzeća koje se brine o čistoći, i vi ne vidite mnogo razloga da se sada vi uključujete u tu akciju. Pozvani ste na sastanak za koji su vam rekli da će se tamo predstaviti akcija čišćenja. Vas najviše interesuje da se održi žurka, jer smatrate da su mladi zaslužili da im se pruži prilika za provod i zabavu na takav način.

KORISNI LINKOVI:

http://www.gradjanske.org/page/youthProgram/sr/news.html?view=story&id=6729&sectionId=2

http://mladiuakciji.rs/o_evs-u.php

http://www.mis.org.rs/vss/pages/sr/naslovna.php

http://www.gradjanske.org/page/civilSocietyDevelopement/sr/center/publications.html

TEMA DEVET:
JAVNO ZASTUPANJE

DANI: 17 - 18

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Biti upoznati sa procesom i koracima javnog zastupanja

2. Razviti plan akcije javnog zastupanja

Vreme

9 sati

Prikaz sesije

A. Javno zastupanje

B. Koraci u procesu planiranja javnog zastupanja

C. Tema /problem

D. Tehnike za analizu problema

E. Cilj kampanje javnog zastupanja

F. Ciljana publika

G. Poruka

H. Kanali komunikacije

I. Mreža podrške

J. Plan aktivnosti

Materijali

• Flipčart, papir za FC, A4 papiri, markeri, tapetarska traka, makaze, selotejp traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

• Kraći inputi za svaku sesiju na zasebnom FC papiru

• Instrukcije za vežbe (pogledati priloge)

• Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

9A – Javno zastupanje (JZ)

9B – Koraci u procesu planiranja javnog zastupanja

Tema /problem

Tehnike za analizu problema

Cilj kampanje javnog zastupanja

Ciljana publika

Poruka

Kanali komunikacije

Mreža podrške

Plan aktivnosti

Priprema

Pre početka sesija, ispisati na FC papiru dobrodošlicu, sa nazivom seminara i logoima donatora i organizatora, zatim ispisati ciljeve seminara. Zalepiti pravila rada sa prethodne radionice na vidnom mestu. Za prvi dan dvodnevne radionice ispisati definicije Javnog zastupanja (videti 9A Javno zastupanje), napisati na FC papiru koji su to koraci u planiranju javnog zastupanja (videti 9B Koraci u procesu planirana javnog zastupanja), koristeći pritom po jedan list za svaku od definicija.

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUT-u 9A/9B/ su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi definicije koje su preuzete iz drugih materijala ili koje su razvile i lokalne organizacije.

Prvi dan

A. JAVNO ZASTUPANJE (75 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Poželite dobrodošlicu učesnicima vaše radionice na temu Javno zastupanje. Podsetite se prošle nedelje i teme Volonterizam i ključnih tačaka učenja. Objasnite da će tokom dva dana radionice, učesnici naučiti šta je to javno zastupanje, koji su to koraci u procesu planiranja javnog zastupanja, kako analizirati temu/problem javnog zastupanja (JZ), kako se definiše cilj kampanje, ko čini ciljanu publiku u kampanji, šta je Karta moći i kako se primenjuje, kako razviti uspešnu poruku kampanje javnog zastupanja, ko čini mrežu podrške, kako se radi Plan aktivnosti kampanje javnog zastupanja.

Prođite kroz program dvodnevne radionice koji je ispisan na flipčartu, ili ste ga pripremili kao handout. Proverite da li ima pitanja ili komentara u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (5 minuta)

Podsetite na ciljeve učenja radionice i pitajte učesnike/ce da li su razumljivi i kako im se čine, napomenuti da ćete se na njih vratiti na kraju radionice. Zatim, u dogovoru sa učesnicima proverite da li pravila rada od prošle nedelje mogu ostati ista ili žele da nešto dodaju. Ukoliko učesnici žele da dodaju, ista zapišite na već postojećem FC papiru sa pravilima rada kako biste mogli da se pozovete na njih u toku rada.

Korak 3 (10 minuta)

Za početak, vodite učesnike/ce kroz možda-nu oluju reči koje ih asociraju na reč javno zastupanje. Da biste opustili grupu, trener/ica može jednostavno da prošeta po sobi i pita svaku osobu da kaže jednu reč koja joj pada na pamet kada pomisli na javno zastupanje, ili da sam/a ispiše jednu ili dve reči koje asociraju na pojam javnog zastupanja.

Reči koje asociraju na javno zastupanje *(primeri odgovora)*

Promeniti	**Komunikacija**
Mišljenje	**Informacije**
Odluke	**Lobiranje**
Uticaj	**Poruka**
Podrška	**Moć ...**
Ubediti	**Donošenje odluka**
Izložiti	**Prodati ideju**
Komunikacija	**Lobiranje**

Beležite ove reči na flipčart, vodeći računa da ispišete sve reči. Ponavljanje uopšte nije problem: jednostavno označite simbolom ✓ pored izraza koji se ponavljaju. Flipčart koji sledi pokazuje odgovore do kojih su učesnici došli na nedavnoj sesiji. Ono što treba voditi računa je da se prilikom ispisivanja koriste dve boje kako bi bilo preglednije i kasnije lakše za sumiranje. U nastavku vam dajemo primer kako izgleda FC papir nakon moždane oluje.

Korak 4 (15 minuta)

Nakon što grupa generiše pregleda dugačku listu pojmova koji asociraju na javno zastupanje, podelite sa njima nekoliko definicija koje su razvile različite organizacije i mreže. Otkrijte vaše definicije koje ste ispisali sa HANDOUTa 9A (ili ste ih sami pripremili). Pročitajte glasno svaku definiciju.

Primeri definicija na flipčartu:

Javno zagovaranje je govoriti naglas, privlačiti pažnju zajednice prema važnom pitanju i usmeravati političare prema rešenju. Javno zagovaranje je rad sa drugim ljudima i organizacijama na promenama» CEDPA

Javno zastupanje se definiše kao promocija neke ideje ili uticanje na politiku, finansijske tokove i druge politički određene aktivnosti. Advocates for Youth, Advocacy 101

Korak 5 (10 minuta)

Nakon što ste pročitali i komentarisali sve definicije, pitajte učesnike/ce da potraže i prepoznaju u ispisanim definicijama na FC papiru pojmove/termine koji su se pojavili u inicijalnoj moždanoj oluji. Možete koristiti neki jarki marker da zaokružite reči koje su učesnici naveli. Prokomentarišite sa učesnicima ključne pojmove za javno zastupanje. Ključne reči koje treba da se nadju na FC papiru jesu: proces, građani, donosioci odluka/vlast, promena, poruka, mreža, podrška, donošenje odluke. Ukoliko ne dobijete od učesnika/ca ključne reči trener/ica ih zapisuje na FC papir i komentariše.

Korak 6 (25 min)

U cilju boljeg razumevanja koncepta javnog zastupanja trener /ica daje kratak input o sličnim koceptima rada u zajednici i da je važno razlikovati šta jeste javno zastupanje, a šta nije javno zastupanje. Nabraja i zapisuje na FC papiru slične koncepte (informativne kampanje, mobilizacija zajednice, odnosi sa javnošću). Svaki koncept objašnjava i daje primere (videti materijal u sklopu Handout 9B).

U cilju boljeg razumevanja šta jeste, a šta nije JZ trener/ica, najavljuje kratku vežbu koju će učesnici raditi u paru. Svaki par učesnika dobija upitnik sa pitanjima (Prilog 1) i par treba da proceni šta jeste, a šta nije JZ. Za popunjavanje upitnika trener/ica daje 10 minuta. Kada su svi učesnici završili, trener poziva redom svaki par da čita po jedno pitanje (tvrdnju) i odgovor. Trener/ica potvrdjuje da li je odgovor tačan ili nije. Ukoliko ima nedoumica oko nekih pitanja trener poziva iz grupe da neko od učesnika odgovori. Kada se provere odgovori na sva pitanja trener/ica sumira sesiju i naglašava da je ključno za JZ da se donosi neka odluka (pozitivna promena) za dobrobit veće grupe ljudi koji su ugroženi nekim problemom i da JZ mogu inicirati samo građani, neformalne grupe i neprofitne organizacije.

Na kraju trener daje nekoliko primera kampanja JZ, a poziva učesnike takodje da navedu ukoliko znaju.

B. KORACI U PROCESU JAVNOG ZASTUPANJA (3H 15 MINUTA)

Korak 1 (35 minuta)

Nakon upoznavanja učesnika/ca sa definicijama javnog zastupanja i sličnim konceptima, trener najavljuje vežbu prepoznavanje koraka u planiranju javnog zastupanja. Trener/ica deli učesnike/ce u male grupe (3), i svaka grupa dobija po jedan komplet kartica javnog zagovaranja (videti prilog 2), sa zadatkom da u 15 minuta slože kao grupa korake po redosledu koji misle da predstavlja uobičajenu kampanju JZ. Grupama treba obezbediti po FC i dosta iseckane tapetarske trake, da bi lepili kartice za prezentaciju. U prezentaciji trener/ica poziva da grupe kažu kako je tekao proces slaganja kartica, da li su imali nekih dilema i oko kojih koraka, da li je bilo koraka oko kojih se nisu složili i sl. Nakon što su sve tri grupe završile svoje prezentacije (ukupno 15 minuta.), trener/ica otvara diskusiju o sličnostima i razlikama u načinu na koji su grupe složile svoje kartice. Da li su grupe imale isti ili različiti početak? Isti ili različiti kraj? Da

li je bilo koraka koji su poređani kao «paket» od strane jedne ili više grupa? (Često grupe povezuju publiku + poruku + kanali primene + evaluacija, ili stavlja neke kartice da budu paralelne sa nekim koracima - na primer prikupljanje informacija). Da li je bilo nekih važnih koraka koji su izostavljeni iz procesa? U praksi, dešava se da grupe budu u dilemi oko nekih koraka, ali najčešće svi kreću od "teme". Treba naglasiti da nema pogrešnih redosleda, i da u životu se može desiti da se preskače sa koraka na korak, da dolazi do novih informacija, da se vraćamo na definisanje teme i sl, ali da postoji standardni metodološki redosled koraka. Na kraju trener/ica sprovede učesnik/ce kroz redosled koji je pripremljen na FC. Trajanje diskusije 10 min.

Korak 2 (20 minuta)

Nakon vežbe sledi interaktivni input o izboru teme JZ (Videti HANDOUT 9B)

Trener nagalašava da je prvi korak, izbor teme /problema prvi i najvažniji korak u JZ. Tema je obično problem koji dugo traje i pogađa veću grupu ljudi. Važno je da zagovarači odlično poznaju temu, njene uzroke i posledice, broj ugroženih ljudi, na koga najviše utiče problem u okviru jedne grupe ljudi i sl. Isto tako nagalašava da tema mora da ima političko rešenje, odnosno da se može kroz donošenje neke odluke od strane vlasti rešiti. Trener/ica navodi da ima više tehnika koje se koriste u analizi problema medju kojima je i Drvo problema i Trougaona analiza. Trener podseća na Drvo problema koje su radili kada su izlistavali probleme u lokalnoj zajednici koje se takodje koristi kako bi se tema što bolje analizirala. Trener daje kratak input o tehnici Trougaona analiza, kako se koristi, koje su prednosti korišćenja tehnike, koje su slabije strane i daje primere radi lakšeg razumevanja (na unapred pripremljenom FC). Takodje, trener/ica daje nekoliko primera tema učesnicima/cama, odnosno nagalašava da sve može biti tema JZ.

Korak 3 (75 minuta)

Sledi vežba u kojoj trener/ica poziva učesnike/ce da navedu teme, prema njihovim opštinskim problemima, izlistanim u okviru radionice Lokalna zajednica. Zatim poziva učesnike da dopune listu problema koji bi se mogli rešavati lokalnom kampanjom JZ. Kada je definisana lista problema trener/ica poziva učesnike da glasaju i da obeleže flomasterom na FC koju temu/problem biraju i koji problem bi rešavali kampanjom JZ. Na kraju diskusije i glasanja važno je dobiti 3 teme za rad u 3 grupe. Trener posebno obraća pažnju na odabrane teme da li je moguće organizovati kampanju JZ/odnosno ko bi bio donosilac odluke na lokalnom nivou u vezi sa temom i interveniše ukoliko nije jasno političko rešenje. Za uvodni deo vežbe potrebno je 10 minuta. Trener/ica deli učesnike u 3 grupe u kojoj svaka grupa ima zadatak da odgovori na sledeća pitanja, a imajući u vidu temu/problem koji je dobila:

- Kako je problem nastao, kada
- Ko je ugrožen problemom i koje su posledice
- Da li se neko bavi rešavanjem ovog problema
- U čijoj je nadležnosti rešavanje problema (zakonski okvir, akteri)
- Koje su prepreke u rešavanju prolbma i kako ih prevazići
- Ko čini mrežu podrške za rešavanje problema

Učesnici/ce za rad u grupama imaju 40 minuta. Posle zadatog vremena slede pojedinačne prezentacije grupa i diskusija. Svaka grupa ima 5 minuta za prezentaciju. Obratiti pažnju tokom diskusije na argumentaciju teme i potencijalno političko rešenje za teme i u tom pravcu usmeravati eventualnu diskusiju. Prezentacije grupa i diskusija traju 25 minuta. Trener/ica sumira i ističe da je kod teme/problema potrebna sveobuhvatna analiza problema i dovoljno vremena za analizu. Vreme predviđeno za sumiranje: 5 minuta.

Korak 4 (10 minuta)

Nakon identifikovanja teme i vežbe, sledi interaktivni input gde se učesnici/ce bolje upoznaju sa ciljem i njegovim karakteristikama i elementima (videti HANDOUT 9B). Trener/ica objašnjava da je cilj javnog zastupanja rezultat koji se želi postići kampanjom JZ, promena politike, programa ili raspodele sredstava. Naglašava da iskaz o cilju kamanje JZ mora da ima tri elementa: donosilac odluke, nivo/stepen promene i vremenski okvir. Učesnicima trener pokazuje unapred pripremljene primere ciljeva JZ.

Korak 5 (35 minuta)

Nakon interaktivnog inputa o cilju sledi vežba. Trener/ica deli učesnike/ce u 3 opštinske grupe (iste grupe u kojima su analizirali temu/problem) i zadatak za sve tri grupe je da napišu ciljeve za prethodno analiziran problem. Učesnici za rad u grupama imaju 20 minuta. Slede prezentacije po grupama i diskusija, u trajanju od 15 minuta. Važno je da trener kod prezentacija prati da li su svi iskazi ciljeva sadrže sva tri elementa.

Korak 6 (15 minuta)

Trener kroz interaktivni input predstavlja šta je ciljana publika, kako se deli i značaj prepoznavanja ciljane publike koja je odredjena ciljem kampanje JZ (videti HANDOUT 9B). Za uspešno javno zastupanje neophodno je prepoznati i proučiti sve pojedince i grupe/organizacije koji bi mogli podržati temu odnosno cilj JZ, kao i one koji bi se mogli suprotstaviti. Trener daje primere ciljane publike i zapisuje na FC papir. Sesiju sumira naglašavajući značaj detaljne analize ciljane publike.

Korak 7 (5 minuta)

Trener/ica završava dan ističući ključne tačke učenja, a to je da je javno zastupanje proces usmeren ka promeni politika, pozicija ili programa bilo koje institucije. Naglašava da svaki proces javnog zastupanja iziskuje detaljano planiranje koraka od kojih se sastoji i posebno analizi problema, dobro definisanim ciljevima javnog zastupanja, koji su osnov daljeg bavljenja procesom javnog zastupanja.

DRUGI DAN

Primprema:

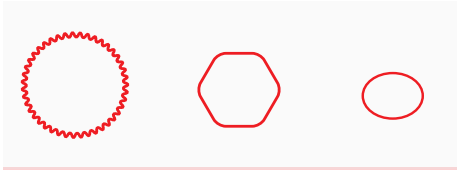
Na FC papiru iscrtati simbole i tabelu za kartu moći, pripremiti novine, A4 papire u boji, makaze, radni list za razvijanje poruke

Korak 1 (5minuta)

Nakon dobrodošlice, dan počnite sa podsećanjem na prethodni dan; možete koristiti FC papir na kom ćete zapisivati asocijacije učesnika/ca na prethodni dan.

Korak 2 (70 minuta)

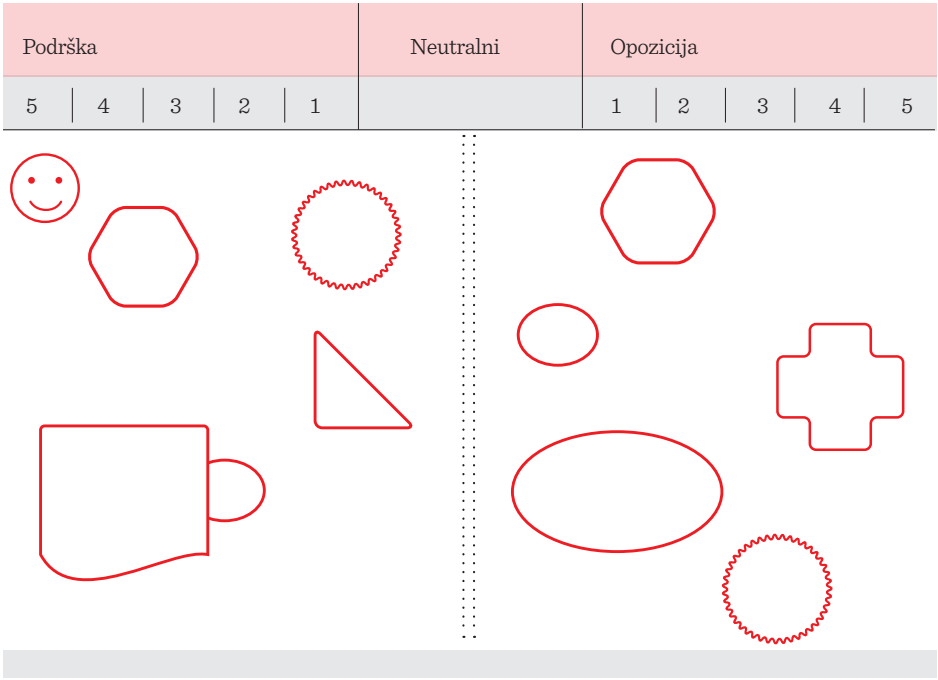
Sledi upoznavanje učesnika/ca sa tehnikom „ Karta moći“ za analizu ciljane publike. Trener/ica kroz interaktivni input objašnjava kako se pravi karta moći, koje su prednosti primene tehnike i koje su njene karakteristike. Najvažnije je naglasiti da svaki akter na karti ima svoj simbol i da veličina simbola odredjuje moć u odnosu na ostvarenje cilja JZ. Ovom tehnikom se identifikuje odnos moći, izvora podrške i opozicije u vezi sa ciljem javnog zastupanja. Nakon inputa sledi vežba u kojoj trener/ica deli učesnike u tri grupe od prethodnog dana sa ciljem da izrade karte moći u odnosu na svoj cilj JZ. Trener/ica daje instrukcije za rad u vežbi. Učesnici/ce najpre trebaju iseći simbole kao što su na slici ispod (trenerica ima pripremljene simbole na FC papiru). Oni mogu biti isecani iz novina i imati različite, simbolične slike na njima (učesnici mogu sami da osmisle svoje simbole, bitno je da po veličini i obliku bude jasno kolika je moć i koga predstavljaju) . Napravite ih tako da budu različitih veličina i oblika.



Izuzetna moć | Osrednja moć | Slaba moć

Prvi korak pri pravljenju Karte moći se odnosi na pravljenje liste pojedinaca/ki i institucija koji imaju interes za vašu temu. Zatim u simbol upišite: ime osobe, funkciju koju osoba obavlja, naziv institucije u kojoj radi ili za koju je vezana, ime grupe... Veličina simbola neka označava stepen moći koju institucija, pojedinac ili pojedinka imaju u vašoj sredini.

Ove simbole ćete rasporediti po velikom FC papiru koji, na primer, može izgledati kao što je predstavljeno na sledećem crtežu:



Treba zapravo, da napravite tabelu u koju ćete unositi simbole, vodeći računa da položajem simbola na skali oslikate akterov odnos (podrška, neutralni ili opozicija) prema vašoj temi javnog zastupanja. Ukoliko akter veoma podržava temu/zadatak, njegov simbol treba stavti na krajnju levu ivicu karte. Ako akter predstavlja opoziciju, simbol treba smestiti na desnu stranu. Ako su dva aktera tesno povezana (na primer, direktorka škole i sindikat nastavnika), simobli mogu da se preklapaju ili dodiruju i na taj način se predstavlja njihova međusobna povezanost.

Na osnovu analize odnosa moći opredeljujemo se i kombinujemo moguće pravce delovanja: vezati se za podršku, preobratiti neodlučne, neutralisati uticaj suprotstavljenih. Pravljenje karte moći je uzbudljiva aktivnost i, iskustva sa naših seminara govore, da ljudi često uživaju u njoj. Važno je znati da će dobra analiza odnosa moći u vašoj lokalnoj

sredini, dobra procena formalne i neformalne povezanost između institucija, grupa i pojedinaca i pojedinki biti od presudnog značaja za aktivnosti javnog zagovaranja.

Trajanje interaktivnog inputa 10 minuta. Izrada karti moći traje 40 minuta. Prezentacije grupa i diskusija traju 20 minuta. Tokom diskusije možete postaviti sledeća pitanja: Ima li dodatnih saveznika koji pripadaju karti? Dodatnih protivnika? Da li karta odražava međusobnu povezanost različitih «aktera»? Gde se nalazi najviše moći i uticaja na ovoj karti? Na osnovu postojeće dinamike moći, kako biste fokusirali vaše napore javnog zagovaranja? Da li biste radili dalje na podršci, da li biste neutralizovali uticaj opozicije ili biste pokušali da ubedite «neodlučne»? Trener na kraju zaključuje sesiju, pohvaljuje učesnike i njihov rad na izradi Karte moći.

Korak 3 (15 minuta)

Trener/ica počinje sesiju inputom o tome da je za uspešno javno zastupanje neophodno prepoznati i detaljno anlizirati sve pojedince i grupe koji bi mogli podržati temu odnosno cilj JZ, kao i one koji bi se mogli suprotstaviti i zato mi razgovaramo o ciljanoj publici. Trener/ica podseća učesnike da se o ciljanoj publici govorilo i prethodnog dana. Trener/ica objašnjava primarnu i sekundarnu ciljanu publiku, daje nekoliko primera, a potom daje instrukciju učesnicima da u svojim grupama, za 10 minuta naprave liste primarne i sekundarne ciljane publike za svoj cilj JZ. Podseća ih da već imaju definisanu listu svih aktera kada su kreirali kartu moći, samo je potrebno da ih razvrstaju. Nakon zadatog vremena trener/ica poziva učesnike da naprave galeriju sa produktima kako bi učesnici mogli da uzajamno vide produkte svih.

Korak 4 (20 minuta)

Sledi sesija o poruci u kampanji JZ. Trener/ica kroz interaktivni input objašnjava kako se formiraju i prenose poruke JZ, o karakteristikama i elementima uspešne poruke i kanalima za prenošenje poruke (videti HANDOUT 9B). Trener/ica naglašava da se poruka kreira u odnosu na određenu ciljanu publiku, tako da jedna kampanja može imati više poruka od kojih je jedna obavezno usmerena na donosioce odluka. Trener pokazuje primere poruka na unapred pripremljenom FC papiru.

Korak 5 (35 minuta)

Sledi vežba pisanje poruke za donosioce odluka, i odabir komunikacionog kanala za tu poruku. Trener/ica deli učesnike/ce u iste 3 grupe u kojima su već radili od ranije i zadatak im je da razviju poruku od 1 minuta i komunikacioni kanal za svoju kampanju JZ. Učesnici dobijaju radne listove za razvijanje poruke (videti Handout 9B) koji treba da im olakša izradu poruke. Za rad u grupama predviđeno vreme je 25 minuta, a za grupne prezentacije 10 minuta.

Korak 6 (15 minuta)

Trener/ca najavljuje sesiju o mrežama i kroz interaktivni input podseća učesnike šta su mreže, koje su karakteritike funkcionalne mreže i koji je njihov značaj u kampanji JZ. Trener pita učesnike za primere mreža saradnje a i sam navodi neke primere. Na kraju trener sumira i ističe da je za postizanje cilja kampanje JZ neophodna što šira mreže podrške koju čine raziličiti akteri, pojedinci i neformalne grupe iz sva tri sektora a kako bi se povećao pritisak na donosioce odluka da donesu traženu odluku.

Korak 7 (30 minuta)

Sledi vežba o umrežavanju. Trener/ica deli učesnike u iste grupe kao u prethodnim sesijama i daje instrukcije za vežbu. Svaka grupa ima 20 minuta da napiše odgovore na sledeća pitanja:

1. Koga bi pozvali od aktera da bude mreža podrške za vašu temu odnosno cilj JZ?

2. Šta očekujete od svakog aktera kao podršku tokom kampanje JZ?

Po isteku zadatog vremena trener/ica poziva učesnike da pročitaju produkte grupa posle čega još jednom ističe važnost da mreža treba biti što šira i da se mreža razvija tokom cele kampanje JZ.

Korak 8 (90 minuta)

Nakon što su prošli neophodne korake u procesu planiranja javnog zastupanja, trener/ica pojašnjava elemente plana aktivnosti i njegovo izradu.(videti HANDOUT 9B). Trener/ica dodatno objašanjava da mogu koristiti razne tehnike u kampanji kao što su ulične akcije, okrugli sto, nastupi u medijima, edukacije, tribine, društvene mreže, peticija, pismo, itd i da su to ključne aktivnosti u Planu. Trener/ica deli učesnike u iste opštinske grupe u kojima su radili od ranije i daje zadatak da napišu samo ključne aktivnosti koje bi sprovodili tokom trajanja kampanje. Treba voditi računa o sledećem: treba početi sa ispisivanjem i identifikovanjem aktivnosti koje su potrebne da bi se ostvario cilj javnog zagovaranja; treba identifikovati resurse koji su potrebni za svaku aktivnost (materijalni, finansijski, ljudski, tehnološki); za razvijanje svake aktivnosti potrebno je naznačiti koja osoba je za to odgovorna i takođe treba odrediti vreme tj. rok do kojeg treba da se izvrši određena aktivnost. Učesnici/ce za pravljenje plana imaju 60 minuta, a za grupne prezentacije 20 minuta. Potom sledi diskusija o tome kako su se osećali prilkom pravljenja plana, da li su odgovornosti svih bile podjednake, da li je plan realan i izvodljiv, itd. Trajanje diskusije 10 minuta.

Korak 9 (5 minuta)

Trener/ica zahvaljuje učesnicima/cama na uspešnom danu i radu i sumira ističući ključne tačke učenja. Javno zastupanje okuplja zajedno grupe i pojedince/ke koji žele da podstaknu, osmisle, izvrše i promene politike i ponašanja institucija u kojima se donose odluke važne za njihovu zajednicu. Ovaj proces se odigrava u onim demokratskim društvima u kojima građani i formalno i stvarno mogu da utiču na institucije i vlasti. Osim toga, javno zastupanje, posebno na lokalnom nivou, ima značajnu ulogu kao individualno i grupno iskustvo. Ono podstiče poželjnu razmenu informacija u lokalnoj zajednici i obezbeđuje da se čuje glas zainteresovanih građana koji vode računa o onome što utiče ili može loše uticati na zajednicu, odnose među ljudima i na očuvanje prirodnog okruženja.

Handout 9A

Šta je javno zastupanje? – Advocacy

Javno zastupanje u pravom smislu reči, može se primeniti i razvijati samo u demokratskom sistemu koji osigurava fundamentalna ljudska prava kao što su: sloboda udruživanja, govora, prijem i širenje informacija, itd. Građani u demokratskoj državi mogu da se udružuju i uspostavljaju sopstvene organizacije koje sprovode svoje aktivnosti nezavisno od državne moći. Ljudi uče kako da se efikasno uključe u procese odlučivanja na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou, i da na njih utiču.

TERMINI

Pretežno korišćeni termini za javno zastupanje se razlikuju od zemlje do zemlje, čak i kad dve zemlje koriste isti jezik. U Meksiku se može se čuti izraz defensa pública, dok se u susednoj Gvatemali koristiti termin incidencia. U nekim romanskim jezicima, postoji nedoumica između reči abogacía (španski) i advocacia (portuglaski). U zemljama romanskih jezika naglašavaju da je termin, koji na engleskom zvuči kao advocacy, suviše blisko vezan sa advokatima i pravnom odbranom.

Sve ove reči dele zajednički koren od voc ili voz, što znači glas. U tom kontekstu, ad-vocacy znači davati glas grupi ili stanovništvu

koje je tradicionalno bez glasa. Ovo ukazuje na ulogu mreža NVO za javno zastupanje, kao posrednika između marginalizovanih grupa i kreatora politike. Pojam politika podrazumeva: Plan i pravac akcije, ili set pravila usvojenih od strane vlasti, biznisa ili drugih institucija, dizajniranih sa ciljem da utiču i da odrede odluke ili procedure. Donosioci odluka, akteri politike, kreatori politike su različiti prevodi za izraze na engleskom jeziku - decision makers, policy actors, policy makers, dakle ne samo i isključivo političar/ka, nego svaki pojedinac/ka i telo koje kreira i donosi odluke, politike, programe, budžete u privatnom i javnom sektoru, a koje utiču na život, pre svega marginalizovanih grupa stanovništva.

DEFINICIJE

Mreže javnog zastupanja daju glas svojoj "bazi" i svojim korisnicima. Navedene definicije odražavaju kako razne organizacije razumeju i operacionalizuju javno zastupanje.

1. "Javno zastupanje je akt ili proces podrške određene teme ili problema. Kampanja javnog zastupanja je set usmerenih aktivnosti u podršci nekoj temi ili problemu. Mi zastupamo teme jer želimo da

– Gradimo podršku za tu temu ili problem;

– Utičemo na druge da je podržavaju; ili

– Pokušavamo da utičemo ili menjamo zakone koji utiču na nju.
(International Planned Parenthood Federation, IPPF Advocacy Guide)

2. "Javno zastupanje je proces koji uključuje serije političkih akcija koje provode organizovani građani kako bi transformisali odnose moći. Svrha javnog zagovaranja su specifične političke promene koje koriste stanovništvu kojeg se tiču. Ove promene se mogu dogoditi u privatnom ili javnom sektoru. Uspešno javno zagovaranje se vodi prema strateškom planu u razumnom vremenskom periodu"
(The Arias Foundation - Costa Rica)

3. "Javno zastupanje je govoriti glasno, privlačiti pažnju zajednice prema važnom pitanju i usmeravanje donosioca odluka prema rešenju. Javno zastupanje je rad sa drugim ljudima i organizacijama na promenama"
(CEDPA, Cairo, Beijing and Beyond: A Handbook on Advocacy for Women Leaders)

4. "Javno zastupanje se definiše kao promocija neke ideje ili uticanje na politiku, finansijske tokove i druge politički određene aktivnosti"
(Advocates for Youth, Advocacy 101)

5. "Javno zastupanje predstavlja proces delovanja (a ne jednokratnu aktivnost) sa ciljem postizanja poželjnih promena u društvu kako bi odnosi moći i raspodela bogatstva postali demokratičniji i pravedniji i kako bi se marginalizovanim društvenim grupama obezbedili prostor i uloga u javnom odlučivanju".

6. "Javno zastupanje se sastoji od različitih strategija koje imaju za cilj uticaj na donosioce odluka na lokalnom, regionalnom, nacionalnom i medjunarodnom nivou, a posebno:

– Ko odlučuje – izbori, postavljanje i izbor donosioca odluka, sudija, ministara, savetnika, direktora, adiminstrativnog osoblja, itd.

– Šta se odlučuje – politike, zakoni, nacionalni prioriteti, usluge, programi, institucije, budžeti.

– Kako se odlučuje – pristup građana informacijama i samom procesu, obim konsultacija, polaganje računa i pristupačnost donosioca odluka gradjanima i drugim zainteresovanim grupama
(InterAction: Women's Advocacy Workshop materials)

7. Javno zastupanje je proces demokratskog delovanja građana i njihovih organizacija, usmeren na donosioce odluka, da zvanično usvoje i sprovedu javnu politiku kojom bi se nepristrasno rešilo određeno sporno pitanje i postigla pravednija raspodela bogatstva i odnosa moći u društvu.
(Predlog učesnika/ca sa naših seminara)

Handout 9B.

Koraci u procesu planiranja javnog zastupanja

Iskustvo govori da je javno zastupanje retko uredan i linearan proces. Neke od najuspešnijih mreža javnog zastupanja funkcionišu prilagođavajući se prilikama u haotičnom okruženju. Sposobnost da se iskoristi zgodna prilika i pokrene proces ne umanjuje značaj pravovremenog i brižljivog planiranja.

1. Proces javnog zastupanja obično počinje uočavanjem i definisanjem teme (prevod engleske reči issue koja obuhvata pojmove: problem, sporno pitanje, sporna tačka, predmet spora) u vezi sa kojom će biti promovisana promena politike. Tema treba da bude fokusirana, jasna i široko prihvaćena od strane baze grupe javnog zastupanja.

2. Potom je potrebno postaviti cilj i zadatke javnog zastupanja. Cilj je opšta izjava o tome šta se srednjoročno ili dugoročno želi postići, vizija promene ili rezultata. Zadaci opisuju kratkoročna, određena, ostvarljiva i merljiva postignuća vezana za temu, koja će doprineti ostvarenju cilja.

3. Sledeći korak je prepoznati ciljanu publiku - ključne donosioce odluka koji imaju moć i autoritet da sprovedu željenu promenu politike za utvrđenu temu, kao i one koji mogu na njih uticati.

4. Zatim treba razviti ubedljivu poruku, krojenu prema interesima političke publike. Poruka treba argumentovano da definiše problem zbog kojeg je pokrenuto javno zastupanje, ponudi rešenje i navede na akciju.

5. Da bi poruka javnog zastupanja doprla do ciljane publike, potrebni su odgovarajući kanali komunikacije. To uključuje: konferencije za medije, paket sa kratkim važnim informacijama, javnu debatu, konferenciju za kreatore politike, itd.

6. Sledeći korak je proširivanje baze podrške izgradnjom savezništva sa drugim članovima civilnog društva: grupe, pojedinci ili organizacije koji imaju isto mišljenje i voljni su da podrže temu.

7. Kada je definisano zašto, šta, kako i sa kim se pokrećete proces javnog zastupanja, treba planirati i sa čim? Prikupljanje sredstava podrazumeva mobilsanje svih raspoloživih resursa (znanje, veštine, novac, oprema, prostor, materijali, volonteri...) neophodnih za podršku.

8. Konačno, primenu strategije javnog zastupanja treba detaljno razraditi izradom akcionog plana (ko, kada, gde ...).

9. Prikupljanje podataka i analiza informacija je neophodan osnov za svaki navedeni korak u procesu javnog zastupanja, od izbora važne teme, traženja rešenja, pronalaženja istomišljenika, istraživanja pozicija političke publike, prikupljanja sredstava, planiranja primene, praćenja rezultata i procene uspeha. To je tekući/stalni korak.

10. Nadgledanje i ocena uspešnosti (monitoring & evaluation) se odvijaju tokom čitavog procesa javnog zastupanja. Pre preduzimanja kampanje javnog zastupanja, važno je odlučiti ko će i kako pratiti plan primene, oceniti uspešnost ili meriti rezultate. Treba realno proceniti koliki stepen promene se mogže očekivati u politici, programima ili finansiranju, kao rezultat svih napora? Preciznije rečeno, šta će biti drugačije nakon završetka kampanje javnog zastupanja. Kako ćete znati da se situacija promenila?

Aktivnosti javnog zastupanja često sprovodimo u veoma turbulentnom okruženju. Nismo uvek u prilici da pratimo redosled koraka procesa prema modelu na papiru. Svejedno, sistematsko razumevanje procesa javnog zastupanja će pomoći da dobro planiramo, efikasno koristimo sredstva, obezbedimo podršku i ostanemo usredsređeni na konačni cilj.

Javno zastupanje i bliski koncepti

NVO širom sveta koriste veštine i tehnike javnog zastupanja već godinama. Ipak, javno zastupanje se često brka sa drugim konceptima koji dele slične elemente. Ovi koncepti su: informisanje, obrazovanje i komunikacija (IOK), socijalni mar-

keting; odnosi sa javnošću i drugi. Većina ljudi je upoznata sa time šta su odnosi sa javnošću (PR) ili reklamne kampanje koje velike privatne kompanije koriste da bi prodali svoje porizvode. Da bismo jasnije razumeli razlike razmotrimo šta im je zajedničko a po čemu se razlikuju.

Zajednički elementi za sve ove pristupe/koncepte su:

• Svi su strategije za promociju promene;

• Svi su najuspešniji kada su sistematski planirani;

• Svi uključuju identifikovanje ciljane publike i krojenje poruke prema njoj

Javno zastupanje se razlikuje od ostalih koncepata/pristupa jer uvek teži da menja politiku ili program. Kao i IOK, javno zastupanje zahteva međukorak podizanja svesti ključnih publika ali se ono tu ne zaustavlja.

Proces javnog zastupanja je gotov tek kada donosioci odluke preduzmu propisanu političku akciju. Često se naglašava da opšta javnost može da bude publika kampanje javnog zastupanja. U većini slučajeva svest javnosti se podiže da bi se izvršio pritisak na određenog kreatora politike.

Razlike između javnog zastupanja i nekoliko bliskih koncepata

Koncept/pristup	Akteri/organizatori	Ciljana publika	Zadatak	Strategije	Merenje uspeha
IOK Informisanje, Obrazovanje, Komunikacija	Davaoci usluga	• Pojedinci • Segmenti zajednice (žene, muškarci, mladi..)	Podići svest i promeniti ponašanje	•Sortirane prema publici •Kampanje masovnih medija •Dosezanje zajednice •Tradicionalni mediji	•Merenje stečenih znanja, veština i promene ponašanja • Pokazatelji procesa • Statistika datih usluga
PR Odnosi sa javnošću	Komercijalne institucije	Potrošači	Poboljšati ugled i povećati prodaju	• Sveobuhvatno reklamiranje • Radio, TV, štampa	• Poboljšana percepcija od strane javnosti • Povećana prodaja • Povećani udeo na tržištu
Mobilizacija zajednice	Članovi zajednice i organizacije	Članovi zajednice i lideri/ke	Izgradnja kapaciteta zajednice da utvrdi prioritetne potrebe i preduzme akciju	• Posete od vrata do vrata • Lokalni sastanci • Prikupljanje podataka o potrebama i reusursima zajednice	• Pokazatelji procesa i ishoda u zavisnosti od određene teme • Kvalitet učešća
Javno zastupanje	NVO, Istraživački instituti, Univerziteti...	Javne institucije i donosioci odluka	Promena politike, programa, i raspodele sredstava	• Fokus na kreatore politike koji imaju moć da utiču na donošenje odluke • Sastanci na visokom nivou • Javni događaji (debate, protesti)	• Pokazatelji procesa • Skeniranje medija • Intervjui sa ključnim izvorima informacija • Ankete javnog mnenja

Tema, ciljevi i zadaci javnog zastupanja

Prva dva koraka u procesu javnog zastupanja su izbor teme i razvoj cilja i zadataka. Ovi delovi procesa čine jedan od najizazovnijih analitičkih poslova koji stoje pred grupom. Da bi uspešno obavili ove korake, potrebna je sposobnost analiziranja složenosti sredine i međusobne povezanosti problema, pronalaženje političkog rešenja za izabrani problem, usmeravanje na dugoročni rezultat i osmišljavanje kratkoročnih zadataka. Kvalitet angažovanja u ovom području će imati važan uticaj na uspeh narednih koraka. Ovi elementi su temelj efikasnog javnog zastupanja. Bez jasne teme i dobro definisanog cilja, ostali koraci će izgubiti fokus.

IZBOR TEME

Tema javnog zastupanja je problem ili situacija koja zahteva političko rešenje. Teme mogu biti od međunarodnog značaja poput: upotrebe nagaznih mina, sigurnosti uslova rada, seksualno iskorištavanje žena i devojčica... Ljudi u svim sredinama žele i mogu da utiču na pitanja koja se tiču njihovih života u najraznovrsnijim oblastima: društvena nejednakost, nezaposlenost, kršenje ljudskih prava, porast kriminala, korupcija, narkomanija, uništavanje životne okoline, ili zapostavljanje kulturnog nasleđa. Bitno je da se izbor teme ne zasniva na senzacionalističkim ili neproverenim informacijama. Možda neke od ovih probleme uočavate i u svom okruženju?

– Porodično nasilje
– Nepristupačnost javnih objekata i prostora za osobe sa invaliditetom
– Položaj manjinskih grupa
– Povećanje broja obolelih od SIDE
– Divlje deponije

Nevladine organizacije treba da se bave temama koje su u skladu sa njihovom misijom i odražavaju probleme korisnika i zajednice u kojoj deluju. Nije moguće odjednom rešti sva sporna pitanja, ali stvaranjem postupnih rešenja, korak po korak, građani mogu uspešno dovesti do stvarnih društvenih promena. Čest uzrok teškoća u javnom zastupanju je preambiciozno razmišljanje o mogućem političkom rešenju koje bi ublažilo ili eliminisalo uočeni problem. Da bi pravilno usmerili svoje zahteve treba istražiti uzroke problema, postojeća zakonska rešenja, uredbe i odluke koje su u primeni. Postoji nekoliko mogućnosti:

– Niko se ne bavi problemom i nema jasne politike prema njemu;

– Postojeća politika je neodgovarajuća, zastarela ili restriktivna;

– Zvanično postoji dobro rešenje ali ga niko ne primenjuje.

Potrebno je istražiti i ko je direktno nadležan, na kom nivou se donose odluke u vezi sa temom (lokalna državna uprava, lokalna vlast, vlada, skupština, itd). Tražeći primereno rešenje uočenog problema možda ćete prepoznati da se promena može postići i drugačijim pristupom a ne samo javnim zastupanjem (tabela razlika između javnog zastupanja i bliskih koncepata).

Primer:

Nasilje u porodici je široko rasprostranjen problem sa mnogostrukim uzrocima: siromaštvo, predrasude, tradicija, nizak nivo informisanosti, tromost pravosudnog sistema u primeni postojećih zakona, nejasne nadležnosti u prevenciji nasilja, loša koordinacija nadležnih institucija u zaštiti žrtava, nedovoljna ažurnost interventnih službi, niska osetljivost policajaca za probleme žrtava...

Mogući pristupi smanjenju porodičnog nasilja mogu biti:

1. Kampanja za podizanje svesti – nije javno zastupanje nego IOK

2. Da Ministarstvo pravde primenjuje postojeći zakon koji se bavi porodičnim nasiljem – jeste javno zastupanje, jer uključuje opsežne aktivnosti za postizanje političkog odgovora/delovanja.

3. Da Načelnik lokalne policije pokrene i finansira trening iz oblasti porodičnog nasilja za policajce –
jeste javno zastupanje jer podrazumeva političku odluku dostižnu lokalnim grupama.

IZJAVA O CILJU

Cilj javnog zastupanja je vaša vizija promene politike, programa ili raspodele sredstava. Izjava o cilju treba da bude razumljiva, prihvatljiva i da se iz nje jasno vidi ŠTA želite:
– Koju promenu politike?
– Zbog koje grupe građana pokrećete javno zastupanje?
– Koja je teritorija nadležnosti donosioca odluke ili primene politike?
– Na koji način se može postići promena?
Jasan cilj je konkretno rešenje koje nudite ili tražite od kreatora politike i za koje tražite podršku istomišljenika. Uspeh pokrenutog procesa u velikoj meri zavisi od valjano postavljenog cilja, zasnovanog na analizi prethodno prikupljenih podataka o spornom pitanju i dobre procene šta konkretno treba menjati da bi smanjili ili eliminisali problem neke grupe građana na određenoj teritoriji. Prikupljanje podataka i dobijanje informacija mora biti sistematsko. Najbolje je početi sa istraživanjem organizacija i ustanova koje se već bave problemom. To mogu da budu razne državne, istraživačke i obrazovne organizacije, biblioteke ali i specijalizovani mediji i nevladine organizacije. Dobra je ideja da se istraže resursi koji su dostupni preko Interneta.
U okviru iste teme može biti postavljeno više ciljeva kampanje javnog zastupanja, zavisno od utvrđenih uzroka.

POSTAVLJANJE ZADATKA

Zadatak javnog zastupanja je određena, kratkoročna, akcijski orjentisana meta, koja doprinosi postizanju cilja. Kvalitet postavljenog zadatka može uneti pojašnjenje ili konfuziju u ostatak procesa planiranja i treba mu posvetiti dosta pažnje. Da bi zadak bio PAMETANO postsvljen (engleska reč SMART znači pametan) treba poštovati sledeće kriterijume:

S (Specific)	Specifični (određeni)
M (Measurable)	Merljiv
A (Achievable)	Dostižan
R (Relevant, Real)	Realan
T (Timed)	Vremenski ograničen

U dobro postavljenom **zadatku javnog zastupanja** treba da se jasno prepoznaje političko telo koje ima moć da ispuni zadatak, kao i željena politička odluka, odnosno sledeći **elemenati:**

1. Politički **akter** ili donosilac odluke;

2. Politička **akcija** ili odluka;

3. Rok i **stepen** promene;

VEŽBA

Među ponuđenim iskazima prepoznajte koji od njih odgovaraju cilju a koji zadatku kampanje javnog zastupanja na temu porodičnog nasilja.

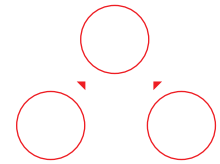
1. Da Skupština opštine do kraja godine donese odluku o formiranju i finansiranju opštinskog centra za zaštitu žrtava porodičnog nasilja sa 5 zaposlenih stručnjaka i pratećom opremom.

2. Pravovremena i efikasa zaštita žrtava porodičnog nasilja u gradu senzibilisanjem lokalnih policajaca edukacijom u okviru službe.

3. Izdejstvovati od IO SO da do 1. 03. 2004. donese odluku o dodeli prostora od 100m2 u ulici X za rad multidisciplinarnog centra za pomoć i zaštiru žrtava porodičnog nasilja.

4. Sistematsko suzbijanje porodičnog nasilja formiranjem opštinskog multidisciplinarnog centra za zaštitu žrtava nasilja.

ciljevi:



zadaci:

Prepoznajte koja dva zadatka direktno doprinose jednom od navedenih ciljeva.

LISTA ZA PROVERU IZBORA ZADATKA JAVNOG ZASTUPANJA

Kriterijumi	zadatak 1	zadatak 2
1. Postoje li kvalitativni ili kvantitativni podaci koji pokazuju da će zadatak popraviti situaciju?		
2. Da li je zadatak dostižan? Čak i uz postojanje opozicije?		
3. Hoće li zadatak dobiti podršku mnogo ljudi? Je li ljudima dovoljno stalo za to da bi preduzeli akciju?		
4. Hoćete li uspeti da sakupite novac ili druge resurse za podršku vašem radu na zadatku?		
5. Možete li jasno identifikovati ciljane donosioce odluka? Koja su njihova imena i pozicije?		
6. Da li je lako razumeti zadatak?		
7. Ima li zadatak jasan i realističan vremenski okvir?		
8. Imate li neophodna savezništva sa ključnim pojedincima ili organizacijama da ostvarite zadatak?		
9. Kako će zadatak pomoći u stvaranju savezništava s drugim NVO, liderima/kama, zainteresovanim grupama?		
10. Hoće li rad na zadatku dati ljudima prilike da nauče i uključe se u proces odlučivanja?		

Ciljana publika

Za uspešno javno zastupanje neophodno je prepoznati i proučiti sve pojedince i grupe koji bi mogli podržati temu, kao i one koji bi se mogli suprotstaviti. Ciljana publika je određena svakim zadatkom i može biti:

A) PRIMARNA ciljana publika - osobe ili institucije koje imaju **ovlašćenja donošenja odluka**

B) SEKUNDARNA ciljana publika – osobe i institucije koje imaju **uticaj na donosioce odluka**

KARTA MOĆI

A) Napravite listu pojedinaca ili institucija koji imaju interes za vašu temu;

B) Za svakoga od njih odaberite neki simbol, a veličinom simbola ilustrujte stepen moći, na primer:

U simbol upišite: ime osobe; funkciju; naziv institucije; ili ime grupe...

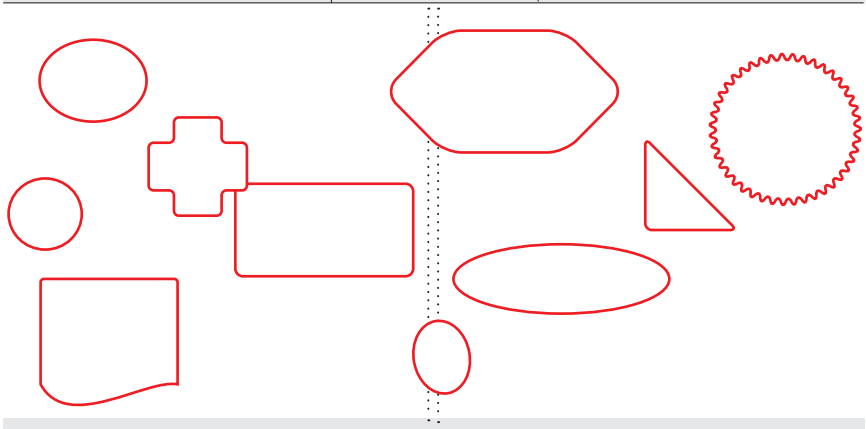
C) Napravite tabelu u koju ćete unositi simbole, vodeći računa da položajem simbola na skali oslikate akterov odnos (podrška, neutralni ili opozicija) prema vašoj temi javnog zastupanja. Ukoliko akter veoma podržava temu/zadatak, njegov simbol treba stavti na krajnju levu ivicu karte. Ako akter predstavlja opoziciju, simbol treba smestiti na desnu stranu. Ako su dva aktera tesno povezana (npr. Direktorka škole i Sindikat nastavnika), simobli mogu da se preklapaju ili dodiruju i na taj način predstave njihovu međusobnu povezanost. Na osnovu analize odnosa moći opredeljujemo se i kombi-

MODEL KARTE MOĆI

Zadatak javnog zastupanja: _____

Donosilac tražene odluke: _____

Podrška					Neutralni	Opozicija				
5	4	3	2	1		1	2	3	4	5



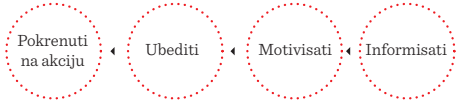
Na osnovu analize odnosa moći opredeljujemo se i kombinujemo moguće pravce delovanja:

Vezati se
Preobratiti
Neutralisati za podršku
neodlučne
suprotstavljene

Analiza ciljane publike

Uspešno javno zastupanje zavisi od veštine ubeđivanja i/ili vršenja pritiska na kreatore politike da preduzmu akciju. To podrazumeva sistematsku analizu i procenu ciljane publike kao osnov za planiranje i kreiranje strategije komunikacije. Tek na osnovu prikupljenih podataka moguće je formirati poruku po meri publike i izabrati primeren kanal za njeno prenošenje.
Strateška komunikacija je svaka planirana aktivnost komunikacije koja teži da postigne jedan od sledećih ciljeva komunikacije: informisati, ubediti, motivisati ili pokrenuti na akciju.

MODEL STRATEŠKE KOMUNIKACIJE



Mnogi pokušaji javnog zastupanja se prvenstveno usmeravaju na prvi nivo – informisanje. Dobra strategija komunikacije podrazumeva više ciljeve i postizanje većeg uticaja. Ona teži i da motiviše publiku da oseti nešto u vezi sa pokrenutim pitanjem, da je ubedi da usvoji određenu poziciju u odnosu na temu i treba da je pokrene da preduzme neku akciju.
Ključni element strateške komunikacije je razumeti dobro publiku, sagledati temu iz njihove perspektive i prepoznati šta bi ih moglo motivisati da pruže podršku. Ovo je možda najveći izazov – sposobnost da se stavite u "cipele vaše publike" i da vidite kakve će koristi oni imati zato što podržavaju temu. Razmišljajte i o potencijalnim rizicima i dobitima ili prednostima sa kojima će se suočiti ciljana publika ukoliko udruži snage sa vama. Za dobro predviđanje faktora koji bi mogli doprineti angažovanju pojedinaca i grupa treba prikupiti dovoljno podataka o njima i napraviti analizu.

OBRAZAC ZA ANALIZU CILJANE PUBLIKE

Tema javnog zastupanja _____

_____

Ciljana publika _____

_____

1. Ocena ciljane publike (1 = loše . . . 5 = odlično):

– Nivo poznavanja vaše mreže ili organizacije
1 2 3 4 5
(Da li su sarađivali sa vama u prošlosti i na koji način?)

– Nivo znanja o temi javnog zagovaranja
1 2 3 4 5
(Da li je publika dobro informisana ili joj nedostaju sveže informacije?)

– Nivo slaganja u vezi sa temom
1 2 3 4 5
(Kakva je procena na karti moći – podržavaju, opozicija ili neutralni?)

– Nivo ranije pokazane podrške
1 2 3 4 5
(Da li je publika aktivno podržavala vašu poziciju u vezi sa temom?)

2. Kakav bi intres ili korist mogla imati ciljana publika od podrške temi?

.....

.....

.....

.....

.....

3. Lica koja mogu izvršiti uticaj na ciljanu publiku:

.....

.....

.....

.....

Formiranje poruke javnog zastupanja

Ključni princip komunikacijske strategije javnog zastupanja je formiranje poruke prema interesima ciljane publike. Poruka treba da ih ubedi da pruže podršku pokrenutoj temi. Da bi poruka uspešno doprla do onih kojima je namenjena i postigla željene efekte treba da ima određene karakteristike:
- Kratka, precizna, jasna
- Jednostavna i laka za pamćenje
- Da koristi primeren jezik
- Da je sadržaj prilagođen načinu prenošenja
- Ton i jezik u skladu sa porukom (ozbiljan, smešan, duhovit...)
- Kredibilitet govornika, pošiljaoca

Ključni elementi u kreiranju dobre poruke su:

1. Sadržaj

Sadržaj je centralna ideja poruke. Koja je glavna poenta koju vašom porukom želite da prenesete? Koja je to osnovna ideja za koju se nadate da će publika prihvatiti iz vaše poruke?

2. Jezik

Jezik se odnosi na reči koje ste odabrali da bi ste preneli vašu poruku. Da li je izbor reči jasan, ili se može desiti da ga različite publike različito interpretiraju? Da li je jezik odgovarajući za vašu ciljanu publiku? Očigledno je da ćete koristiti različit jezik kada hoćete da se dopadnete univerizetskim profesorima ili kada komunicirate sa grupom mladih ljudi.

3. Pošiljalac/izvor

Pošiljalac ili izvor je osoba koja saopštava poruku. Da li je pošiljalac osoba koja uliva poverenje vašoj ciljanoj publici? Da li je moguće, kao pošiljaoce poruke, uključiti predstavnike zajednice na koju će uticati promena politike? Npr. možete li pozvati lidera zajednice da vam se pridruži na sastanku sa donosiocima odluke?

4. Vreme i mesto

Kada i gde ćete saopštiti vašu poruku javnog zastupanja. Da li je možda u toku izborna kampanja zbog koje bi kreatori politike mogli lakše da prihvate vašu poruku nego inače? Da li se odvijaju neki politički događaji sa kojima možete da se povežete da biste obeybedili više pažnje vašoj temi? Neke grupe javnog zastupanja povezuju svoje strategije komunikacije sa događajima kao što su Dan žena ili Svetski dan za borbu protiv SIDE.

5. Format/mediji

Formati ili mediji su kanali komunikacije koje koristite za prenošenje poruke, koji su najdelotvorniji da bi ste došli do vaše publike. To mogu biti:
- Sastanci licem u lice
- Plakati, leci
- TV, radio ili bilbord reklama
- Potpisivanje peticije
- Javni protesti
- Debate
- Saopštenja za javnost
- Konferencije za medije
- Politički forumi itd.

Konačna odluka o izboru formata za prenošenje poruke zavisi od nekoliko faktora:

Cena
Rizik
Vidljivost

Kreiranje poruke
Da bi bili sigurni da će suština poruke biti preneta javnosti i/ili donosiocima odluka u ograničenom vremenskom periodu (emitovanje na radiju ili TV, citat u štampi, kratki susret sa ciljanom publikom) treba je primereno kreirati. Ispitivanja su pokazala da pri ubeđivanju ljudi da promene mišljenje o nekom pitanju, najveći uticaj imaju:

- Izvor od poverenja
- Ubedljivi podaci
- Priča sa nečijim ličnim iskustvom

Na tim principima je zasnovana **"Poruka od jednog minuta"** koja sadrži četiri komponente:

1. IZJAVA
2. DOKAZ
3. PRIMER
4. POZIV NA AKCIJU

Primer poruke

Američka grupa za javno zastupanje koja se bavi problemom nasilja u porodici

Izjava: Porodično nasilje nad ženama mora da se zaustavi. To nasilje je dugo tolerisano, a žene su patile u tišini. Ozbiljnost i obim problema su bili ignorisani.

Dokaz: U SAD, svake osme sekunde jedna žena je fizički maltretirana, a svakog šestog minuta jedna žena je silovana. Prema izveštaju podnetom 1992.god.u američkom Senatu, maltretiranje u braku uobičajenije je nego automobilske nesreće, pljačke i smrti izazvane rakom, zajedno.

Primer: Naša NVO je podržavala ženu poi menu Marija. Pre godinu dana Marija je bila podjednako uspešna i u ulozi majke i u svojoj karijeri. Počela je da se zabavlja sa partnerom koji je maltretira i njen život više nije bio isti. Marija je nedavno izgubila posao zbog premora, a njena deca su kažnjena u školi zbog agresije i lošeg ponašanja. Marija je samo jedna ilustracija široko rasprostranjenih efekata porodičnog nasilja.

Poziv na akciju: Svuda oko vas su žene slične Mariji. Zato nam se i vi pridružite i dajte svoj doprinos u borbi protiv porodičnog nasilja nad ženama.

RADNI LIST ZA RAZVIJANJE PORUKE

Ciljana publika

Akcija koju želite da publika preduzme

Format

Pošiljaoci

Vreme i mesto prenosa

Sadržaj poruke

IZJAVA

DOKAZ

PRIMER

Stvaranje mreža i koalicija

Šta su "mreže" i "koalicije"?

Izrazi "mreža" i "koalicija" u upotrebi često imaju isto značenje ali mogu da označavaju dva različita oblika udruživanja. Zbog jasnoće, pod "mrežom" podrazumevamo grupu pojedinaca, više grupa ili institucija koje razmenjuju informacije i/ili usluge. Kod stvaranja mreža naglasak je na razmeni. Povezivanje u mreže može da se vrši zvaničnim putem, učlanjivanjem organizacija u mrežu koja funkcioniše na određeno vreme, ili nezvanično, kada jednoj NVO trebaju usluge drugih organizacija ili kada žele da razmenjuju informacije, na primer, u slučaju protivzakonitog hapšenja. "Koalicija" je savez u koji organizacije ulaze da bi zajednički delovale. I koalicije mogu da razmenjuju informacije i usluge ali naglasak je na delovanju. Grupe koje stvaraju koaliciju često se upoznaju kroz raniju nezvaničnu saradnju ili kroz mrežu. Koalicija može da bude ad hoc i privremena, stvorena radi zajedničkog vođenja neke kampanje, ili trajna, tako da bude na raspolaganju organizacijama u njenom sastavu kad god se pojavi potreba. Koalicija može da se osnuje iznenada, u nekom kritičnom trenutku - na primer, kao odgovor na talas hapšenja - ili posle pažljivog razmišljanja.
Pošto su koalicije u suštini mreže koje su otišle korak dalje time što obuhvataju i delovanje, ostatak ovog poglavlja baviće se samo njima. Dobar deo uputstava koja se odnose na koalicije mogu da se primene i na mreže.

Zašto se uspostavljaju koalicije?

Koalicije se stvaraju kada organizacije koje rade u istim ili srodnim oblastima zaključe da njihovi istovetni programi rada imaju više šanse da budu izvedeni ukoliko one govore i rade zajedno. Uspešna koalicija poboljšava materijalni položaj organizacija - članica time što omogućava najpovoljniju upotrebu zajedničkih sredstava. Objedinjuju se informacije, stručnost, veze i zajednice i deli se odgovornost. Istovremenim povećanjem sredstava i podelom rada, uspešna koalicija postaje jača i delotvornija nego bilo koja grupa koja radi sama. Drugi razlozi za stvaranje koalicije:

1. Glas koji se čuje - pojačani pritisak:

Koalicija grupa koje su pronašle isti problem i rade na istom rešenju povećava vidljivost i uverljivost tog problema. Zahvaljujući tome, vlast, javnost ili druge ciljne grupe počinju ozbiljnije da shvataju problem o kome se radi. Organizacije koje retko usklađuju svoje aktivnosti sa drugima ili koje to uošte ne rade, u očima javnosti često ne predstavljaju značajnu interesnu grupu čija mišljenja i reakcije treba uzimati u obzir. Primer za to je jedna afrička zemlja u kojoj su grupe za ljudska prava bile zaobiđene od strane ustavotvorne skupštine zato što nisu bile shvaćene kao zajednica koja deli interese sa ostalima, nego kao glumci koji izvode solo tačke na nacionalnoj sceni. ˆinjenica da su drugi sektori društva bili zastupljeni na skupštini pokazuje da bi i grupe za ljudska prava bile uključene samo da su umele da se pokažu kao zajednica koja sarađuje u akcijama za ljudska prava. Isključenje iz ustavotvorne skupštine nateralo je pomenute grupe za ljudska prava da se zvanično udruže u koaliciju kako ubuduće ne bi bile zaobiđene.

2. Osposobljavanje grupa čiji mandat ne sadrži zastupanje da kroz koalicione aktivnosti posredno podržavaju aktivnosti zastupanja koje i njima koriste u radu:

Organizacije koje ne mogu same da se posvete svim pitanjima ljudskih prava za koja su zainteresovane, mogu da podržavaju aktivnosti koje se uklapaju u njihove pojedinačne mandate, ali nisu njima obuhvaćene, kroz zajednički nastup u okviru koalicije. Pripadanje koaliciji može da bude od posebne koristi malim organizacijama koje znaju da bi ostvarenje ciljeva koalicije pomoglo ostvarenju i njihovih ciljeva a koje nemaju sredstva ili stručnost

da same pokušaju da ih ostvare. Na primer, institut čiji je mandat proučavanje običaja određene etničke grupe može da ponudi svoje informacije i da se pridruži koaliciji koja je stvorena da se bori protiv diskriminacije prema toj grupi. Isto tako, mreža za pružanje zdravstvenih usluga koja radi u seoskim sredinama može da priloži statistike i podatke o slučajevima koaliciji ženskih grupa koje zastupaju veće učešće žena u političkom životu, pošto smatraju da će političarke imati više razumevanja za pitanja zdravlja žena.

3. Povećanje količine informacija i širenje veza:

Razmenom iskustava kroz mreže i koalicije, grupe za ljudska prava mogu mnogo da saznaju. One mogu da razmenjuju različite informacije: konkretna saznanja svake grupe - članice; iskustva sa određenim donatorima, medijima, predstavnicima vlasti, itd.; kako da uspešno rade u određenim oblastima i sa određenim tradicionalnim vođama; kako da se uključe u programe za obučavanje osoblja, itd.

4. Kako izbeći dupliranje posla:

Razmenom informacija i usklađivanjem aktivnosti, koalicije pomažu svojim članicama da izbegavaju dupliranje poslova. Time se štede dragocena sredstva koja su ionako nedovoljna. U Centralnoj Africi, na primer, neke organizacije su nezavisno od drugih odlučile da sastave priručnik za paralegalnu obuku. Počele su da rade na tome svaka za sebe. To je bilo nepotrebno i štetno jer je priručnik mogla da sastavi jedna grupa i da ga podeli ostalima. Ostale grupe bi onda imale više vremena da rade na drugim projektima koji bi možda mogli da budu od koristi grupi koja je sastavila priručnik. Delotvorna mreža ili koalicija bi obavestila svoje članice da je priručnik u pripremi ili bi podelila posao oko istraživanja i pisanja priručnika između članica.

5. Koordinacija u slučaju krize:

Koalicije mogu brzo i delotvorno da reaguju u slučaju krize zbog toga što mehanizmi za koordinaciju između institucija sa sličnim shvatanjima već postoje.

6. Geografska rasprostranjenost:

Koalicija koja je sastavljena od grupa iz različitih delova zemlje, oblasti, itd., pokriva veću teritoriju i obuhvata širu zajednicu.

7. Kolektivna sigurnost:

Organizacije koje se udruže u mrežu ili koaliciju obično dobijaju osećaj solidarnosti i kolektivne hrabrosti što je važno u oblasti ljudskih prava gde aktivnost može da donese rizik. Kada jedna organizacija sama započne neku kampanju može da bude izložena opasnosti. U jakoj koaliciji grupa za praćenje ljudskih prava, nijedna akcija vlasti protiv jedne grupe neće proći bez otpora ostalih NVO, koje kroz mrežu ili koaliciju dobijaju informaciju o neprijateljskoj akciji.

8. Finansiranje iz centra:

Ne primaju sve koalicije sredstva sa strane a to često nije ni preporučljivo. Međutim, koalicije koje traže takva sredstva treba da znaju da donatori ponekad radije podržavaju kolektivan nego pojedinačan rad, naročito kada smatraju da kolektiv ima više mogućnosti da postigne ciljeve koje oni hoće da finansiraju. Pored toga, zbog administrativnih razloga može da se dogodi da donatori radije daju pomoć u obliku jednog velikog priloga nego više pojedinačnih priloga. Druga prednost dobijanja sredstava iz centralnog organa je u tome što onda koalicija ima više autonomije u raspodeli sredstava između grupa-članica koje obavljaju aktivnosti u skladu sa lokalnim potrebama. Umesto da donatori izdaleka određuju program rada, koalicija može da skrene njihovu pažnju i deo novca sa njihovih omiljenih programa. Sposobne organizacije, koje rade u zabačenim delovima zemlje ili na pitanjima koja nisu dobila publicitet, mogu na taj način da dobijaju novac isto kao i one NVO koje imaju za sobom rezultate rada i

koje rade u vrućim oblastima koje su stalno u vestima. Iako grupama koje stalno moraju da se snalaze za novac ovo može da izgleda malo verovatno, u celom svetu postoje dobro učvršćene NVO koje moraju da odbijaju ponuđenu pomoć od donatora zbog toga što imaju sva sredstva koja su im potrebna za ostvarivanje njihovih ciljeva u određenoj godini. Ponašajući se solidarno, koalicija ne samo da podržava stvar ljudskih prava, nego pomaže i donatoru na taj način što dodeljuje njegova sredstva grupama čiji rad nije toliko poznat ali koji zaslužuje podršku.

9. Upućivanje i preporuke:

Kroz uspostavljanje mreža i koalicija NVO se navikavaju na saradnju i stiču bolje razumevanje ciljeva aktivnosti drugih grupa. Tako grupa koja se susretne sa nekim slučajem ljudskih prava kojim se ona ne bavi direktno u svojim aktivnostima (na primer, kada informacija o određenom slučaju ugrožavanja ljudskih prava stigne do grupe za obrazovanje o ljudskim pravima), može taj slučaj da uputi odgovarajućim organizacijama. Kroz mreže i koalicije stiču se i saveznici koji mogu da preporuče vašu organizaciju donatorima koji hoće da se obaveste o poverenju i uspešnosti vaše grupe i o tome koliko vas cene vaše kolege u poslu.

Kako stvoriti uspešne koalicije?

Kao i u slučaju drugih institucija, ne postoji samo jedan način stvaranja koalicija ali postoje neke zajedničke crte koje, prema našem istraživanju, mogu da se prepoznaju u uspešnijim koalicijama. Prvo, da bi zadržala postojeće članstvo i privukla nove organizacije, koalicija mora da bude jača od svojih sastavnih delova. Grupe mogu da održe aktivnu mrežu ili koaliciju samo onda kada ona zadovoljava određene interese i opredeljenja koja su im zajednička. ˆlanice treba da osećaju da im se njihov ulog u organizaciji vraća u punoj meri. Zbog toga je od najveće važnosti organizovati koalicije tako da budu korisne, a ne da se osnivaju zato što je to u modi ili zbog neodređenog osećaja da je uspostavljanje mreže i saradnje "dobro". Koalicija treba da ima jasan cilj i polje rada.

Koalicije treba već na početku da odrede ne samo šta hoće da rade, nego i šta neće da rade. Ako koalicija preuzme na sebe previše poslova, njen rad se rasipa i vremenom slabi. Mnogi pobornici ljudskih prava sa kojima smo razgovarali, preporučuju grupama da prvo uspostave male mreže ili koalicije, usmerene na uže polje rada, koje se zasnivaju na zajedničkim mandatima kao što su dokumentacija, obrazovanje o ljudskim pravima, prava žena, itd., pre nego što izgrade veće saveze u kojima učestvuju grupe koje imaju raznovrsne mandate u oblasti ljudskih prava i šire programe rada. Neki zagovornici takvog prilaza smatraju da proširene koalicije ne mogu da budu uspešne, osim ako se osnuju na ograničeno vreme, radi vođenja kampanje za određenu akciju - na primer, da pokrenu mase protiv diktatora ili da spreče donošenje nekog zakona.

Idealni način rada koalicija treba da se zasniva na pisanim principima koje su članice dužne da prihvate prema jasno određenim procedurama i da izbegavaju akcije u oblastima na koje se ti principi ne odnose. Neke koalicije čak zahtevaju od svojih članica da potpišu pismene sporazume da će podržavati pomenute principe. Pored toga, koalicije ponekad moraju da uspostave mehanizme koji omogućavaju njihovim članicama da se "odreknu" nekih zajedničkih stavova prema određenim pitanjima, iako nastavljaju da podržavaju opšte ciljeve koalicije. Zbog razlika među organizacijama-članicama, koalicija s jedne strane mora da dozvoli mogućnost "odricanja", a s druge da izbegne zauzimanje stavova zbog kojih se interesi jednih članica kose sa interesima drugih.

Koalicija ima najviše izgleda da uspe ako su organizacije-članice zainteresovane i opredeljene za njene ciljeve i ako su voljne da ulože potrebno vreme i energiju u njihovo ostvari-

vanje. NVO treba da se povezuju sa drugim organizacijama koje dele njihovo ubeđenje o potrebi sprovođenja istog programa rada na ljudskim pravima. To ne znači da koalicije mogu da stvaraju samo organizacije koje imaju potpuno isti mandat, ali grupe koje od početka imaju različite prioritete mogu kasnije da se sukobljavaju oko osnovnog cilja i pravca u kome koalicija treba da se kreće. Na žalost, NVO za ljudska prava mogu da se takmiče kao što mogu i da sarađuju, pa se dešava da neke od njih sakrivaju svoje programe rada. Zbog toga je važno da organizacije koje ulaze u koaliciju budu sigurne da tajni programi rada nekih članica ne predstavljaju prepreku ciljevima zbog čijeg ostvarivanja su se grupe i udružile. Da bi se osigurala protiv ovakve mogućnosti, jedna koalicija iz Istočne Afrike je, u toku faze planiranja, sazvala sastanak na kome su buduće članice pozvane da otvoreno razgovaraju o tome kakve koristi očekuju od koalicije, u kojim oblastima smatraju da može da dođe do sukoba i kako ti sukobi mogu da se izbegnu ili razreše.

Pošto upoznaju druge organizacije sa čijim idejama se slažu, sve grupe treba da se dogovore na kojoj će osnovi sarađivati i kako. Od početka treba da budu jasno utvrđeni načini rukovođenja i donošenja odluka. Kao što je ranije spomenuto u vezi sa izgradnjom pojedinačnih institucija za ljudska prava, većina grupa smatra da uspešne koalicije moraju da imaju demokratske procedure za donošenje odluka, da moraju da postoje strukture koje omogućuju otvorenost, a otvorenost treba da bude glavni princip u procesu rukovođenja. Iskusni graditelji koalicija preporučuju stvaranje mehanizama za stalno i propisima određno savetovanje među članicama da bi se izbeglo dupliranje aktivnosti i nezadovoljstvo koje može da nastane zbog nedovoljnog razumevanja akcija i motiva. U zavisnosti od veličine koalicije, preporučljivo je da se osnuje neka vrsta komiteta za upravljanje koji treba da se sastaje češće nego celokupno članstvo. Takav komitet treba da predstavlja koaliciju u celini i mada je u početku korisno da ga vode iskusniji članovi, rotacija u rukovođenju se spominje kao glavno sredstvo kojim se osigurava maksimalno učešće i zalaganje. Većina uspešnih koalicija ima još i jasne uslove za članstvo koji se dosledno primenjuju. Uspešne koalicije stvaraju mehanizme za održavanje zainteresovanosti i aktivnog učešća članstva koji omogućuju da svako ima svoju ulogu. Na primer, koalicija može da osnuje izvestan broj komiteta čiji je posao planiranje različitih vidova rada koalicije, od privlačenja novih članova, pravljenja spiskova adresa i skupljanja članarina, pa do pravljenja određenih planova za akcije. Iskusnije koalicije kažu da je obično najbolje da sve članice učestvuju u jednom ili više komiteta i da budu zadužene za davanje predloga o načinu rada koje razmatra koalicija u celini, za pravljenje izveštaja o toku rada, itd. Mehanizam kao što je komitet radi na određenom projektu, pomaže da članice koalicije jedne drugima polažu račune, a može da posluži i kao rano upozorenje u slučajevima kada zbog neaktivnosti jedne organizacije opada ugled drugih članica u očima donatora ili zajednica u kojima one rade.

Na kraju, uspešne koalicije znaju kako da osiguraju sredstva od svojih članica. Pod sredstvima ne mislimo samo na novac nego i na vreme, podatke, pribor, opremu, prostorije, itd. Pošto organizacije-članice poseduju različita znanja, finansijske izvore i vreme koje mogu da ulože, važno je da svaka od njih pokaže volju da uloži onoliko sredstava koliko može i da se sredstva koja nisu novčana cene isto kao i novčana. U prvim fazama stvaranja koalicije može da bude neophodno oslanjanje na volontere radi sprovođenja svakodnevne koordinacije rrada. Jedna neprofitna organizacija za obučavanje sa Bliskog Istoka savetuje koalicijama da za taj posao pozivaju bivše rukovodioce NVO, postdiplomce koji možda mogu da dobiju akademske poene za rad u koaliciji ili da privremeno odrede člana osoblja jedne od organizacija-članica. Neke

koalicije imaju mogućnost da obezbede skromnu platu za svoje koordinatore iz priloga donatora, od lokalnih verskih institucija ili iz članarina svih organizacija-članica.
Neke koalicije imaju formalnu nadgradnju sa vlastitim budžetom, osobljem a ponekad i posebnom prostorijom. Primetili smo da postoje različita mišljenja o preporučljivosti ove ideje. Većina iskusnih grupa sa kojima smo razgovarali upozoravaju da ne treba stvarati takvu nadgradnju pre nego što članstvo pokaže aktivnost i predanost i pre nego što koalicija postigne uspeh volonterskim radom. Međutim, ako su koalicije u stanju da ovo postignu, može da se postavi pitanje zašto je potrebna nadgradnja ako je uspeh postignut i bez nje.
Neke grupe ipak smatraju da nekim koalicijama, zbog njihove veličine i vrste, treba propisna administracija. Na primer, jedna koalicija žena iz Zapadne Afrike, pripremajući zajednički nastup na Konferenciji žena u Pekingu 1995., nabavila je novac od spoljnih donatora koji su zahtevali od njih da otvore poseban račun u banci za taj novac. U tom slučaju nadgradnja je bila neophodna. I samo pitanje finansiranja spolja izaziva zabrinutost kod mnogih grupa koje su nam rekle da po njihovom iskustvu takvo finansiranje često škodi koaliciji jer izaziva napetost oko trošenja novca i kontrole nad njim. Primetile su da je često bolje držati se malih priloga od članova same koalicije. Nekoliko aktivista smatra, međutim, da sva sredstva nabavljena posebno za koaliciju - bez obzira da li su mala ili velika, iz spoljnih ili unutrašnjih izvora - mogu lako da izazovu napetost koja može da dovede do paralize. Prema tome, najbolje je potpuno izbeći nabavljanje sredstava.
Nekoliko NVO za ljudska prava upozorava da nije dobro razvijati regionalne ili međunarodne mreže i koalicije pre nego što grupe pokažu da su u stanju da uspešno sarađuju na lokalnom i nacionalnom nivou. Neuspeh u stvaranju delotvornih mreža i koalicija unutar zemlje znači da ni šire udruživanje ne može da uspe i to može da dovede do zategnutosti između grupa koje rade u istoj zemlji. Dešava se da grupe koje su učestvovale na nekom regionalnom ili međunarodnom susretu, kada se vrate kući, zadržavaju za sebe dobijene informacije umesto da ih dele sa svojim lokalnim kolegama. Nekoliko iskusnih graditelja koalicija smatra da je učestvovanje organizacija u međunarodnim mrežama i koalicijama bez uspostavljanja veza sa kolegama kod kuće, često znak da se odnosi među grupama za ljudska prava u toj zemlji odlikuju sukobima i nadmetanjem. U takvim slučajevima može da se pomisli da neke grupe koriste svoje članstvo u međunarodnim koalicijama samo zato da bi se uzdigle iznad svojih lokalnih kolega. S druge strane, mogu da postoje opravdani razlozi za ulaženje u stranu mrežu a ne u lokalnu. To se dešava u slučaju kada ste vi jedina grupa za ljudska prava u zemlji ili jedina čiji mandat čini korisnim članstvo u međunarodnoj koaliciji. Ili kad želite da odvojite vašu organizaciju od ostalih organizacija za ljudska prava u vašoj zemlji ako smatrate da one ne uživaju poverenje.
Bez ozbira da li je neka koalicija lokalna, oblasna ili međunarodna, ona mora da vrši pregled svog rada u redovnim vremenskim razmacima. Načini rada koji su odgovarali potrebama u prvoj fazi, kada su se pravili planovi, treba da budu preispitani, možda posle 6 meseci, da se vidi koliko su bili uspešni i da li svim učesnicima u koaliciji odgovara postojeća struktura. Članice takođe treba da uzmu u obzir da za uspostavljanje saradnje i poverenja, kao i delotvornih postupaka u radu, treba dosta vremena.

PLAN UMREŽAVANJA

Koraci (pitanja) za izradu plana umrežavanja

1. Definisati svrhu i delokrug aktivnosti (oko kog problema formirate mrežu / koaliciju)?

2. Koga biste pozvali da vam se pridruži?

3. Kako biste ih pozvali?

4. O čemu biste razgovarali na prvom sastanku?

5. Šta očekujetre od prvog sastanka?

6. Koju vrstu obaveze su spremni da prihvate budući članovi mreže / koalicije?

7. Šta je sledeći korak?

Plan primene javnog zastupanja

(Cilj) Zadatak javnog zastupanja:

Aktivnost	Potrebni resursi	Odgovorne osobe	Vreme / rok
1.			
2.			
3.			
4.			

PRILOG 1. VEŽBA

Prepoznajte šta jeste Javno zastupanje !

1. Priključujete se inicijativi čišćenja lokalne reke u vašoj zajednici koju organizuje ekološka NVO

2. Zajedno sa drugim gradjanima/kama pokušavate da utičete na lokalnu vlast da strožije kažnjava zagadjivače okoline

3. Vaša organizacija pokreće informativnu kampanju o štetnosti pušenja kod mladih ljudi

4. Radite zajedno sa policijom da se poštuju propisi o zabrani prodaje cigareta maloletnim licima

5. Organizujete dodatne časove za romsku decu kako bi im olakšali integraciju u obrazovni sistem

6. Radite zajedno sa drugim NVO na osnivanju Saveta za praćenje redovnosti romskih djaka u pohadjanju nastave

7. Radite na zastupanju hranitelja kod lokalnih vlasti za ostvarivanje proširenih prava

8. Organizujete pripremne radionice sa donosiocima odluka u vašoj zajednici kako bi se raspravljalo o ekološkim problemima

9. Svojim aktivnostima ohrabrujete mlade da učestvuju u procesu odlučivanja na lokalnom nivou

10. Utičete na Načelnika Školske uprave da se - Vaspitanje za zdravlje kroz životne veštine - uvede kao fakultativni predmet u dve srednje škole u gradu

PRILOG 2.

Kartice Javnog zastupanja

Na osnovu koraka iz Handout 9B, trener/ica pravi kartice veličine pola A4 formata, tako da na jednoj polovini stoje nazivi koraka, a na drugoj polovini kratka definicija. Papiri se iseku na pola, i kartice izmešaju, tako da svaka grupa dobije set koraka i pratećoih definicija, ali tokom vežbe mora da se potrudi da ih "upari" i da ih posloži po redosledu. Sugeriše se da se napravi onoliko kompleta kartica koliko ima grupa i da svaka grupa ima svoju boju papira.

TEMA DESET:
JAVNI NASTUP I PR

DANI: 19 DO 20

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici/ce će:

1. Povećati nivo znanja i veština o odnosima sa javnošću (PR)

2. Razviti dodatno veštine komunikacije i javnog nastupa

Vreme

Tema je raspoređena u dva dana. Radni dan traje od 9:00 do 15:00 sati. Dve pauze od po 30 minuta. Pauza za ručak 60 minuta nakon koje trener/ica daje kreativnu igricu za podizanje koncentracije. Efektivan rad traje 8 sati i 15 minuta.

Prikaz sesije

A. Odnosi sa javnošću ili PR
B. Javni nastup

Materijali

- Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka
- Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)
- Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC
- Evaluacioni listovi

Pisani materijali (handouts)

11A – Odnosi sa javnošću ili PR

11B – Javni nastup

11 C - Veštine prezentacije

Priprema

Pre početka sesije, ispišite sve potrebne inpute i pripremite sav potrebni materijal za seminar kao što su :
Definicije PR (videti 11A), definicija Javni nastup (videti 11B)

* Trenerske beleške

Definicije koje su date u HANDOUTu 11A 11B su samo primeri koji imaju za cilj da pomognu treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi što više izvora materijala na temu.

DAN I

A. ODNOSI SA JAVNOŠĆU ILI PR (4 H 35 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica pozdravlja učesnike/ce i poželi dobrodošlicu. Osvrće se na predhodni dan, podsećajući učesnike da smo govorili o javnom zastupanju i ključnim koracima u planiranju kampanje JZ (porukom, ciljnim grupama, različitim kanalima komunikacije, čime smo se dotakli teme odnosa sa javnošću koja je u našem poslu od ključnog značenja). Zato ćemo se tokom ovih sesija, baviti detaljnije odnosima s javnošću ali i samim javnim nastupom . Trener/ica zatim prezentuju ciljeve i plan rada koji su prethodno ispisali na FC papiru ili pripremili kao handout. Nakon toga pita učesnike/ce da li imaju pitanja ili komentare u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (20 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu čiji je cilj da se učesnici/ce podsete šta je to komunikacija, koji su njeni elementi i koje vrste komunikacije postoje. Trener/ica deli učesnike/ce u 3 grupe: prva grupa će raditi definicije i pojam komunikacije, druga grupa će raditi elemente komunikacije, a treća vrste komunikacije koje postoje. Za rad u grupama predviđeno vreme je 10 minuta. Potom slede prezentacije grupa, i kratko sumiranje trenera/ica.Trener sumira da je PR u osnovi komunikacija prema okruženju, da PR pruža dokaze, činjenice i mišljenja koji ljudima pomažu da sami dođu do određenih zaključaka i zato je važno razumevanje teme komunikacije. Vreme predviđeno za prezentaciju i sumiranje 10 minuta.

Korak 3 (25 minuta)

Kroz interaktivni input, trener/ica objašnjava termin PR, odnosno skraćenicu. Pita učesnike kako oni razumeju kada se kaže PR i šta pod tim podrazumevaju. Trener/ica zapisuje ključne komentare učesnika/ca. Naglašava da postoji bezbroj definicija PR-a; da je to oblik komunikacije sa širokom publikom koja ma za cilj da poveća ugled organizacije, promoviše njen rad radi njenog boljeg pozicioniranja u javnosti. Trener/ica potom definiše i različite nivoe PR-a i govori o svakom nivou PR. Kod svakog nivoa daje primere učesnicima radi lakšeg razumevanja. Posbnu pažnju obraća na pisanje saopštenja za štampu i izradu lifleta i ključne stvari zapisuje na Fc papiru.

Trener naglašava da PR koristi i štampane i elektronske medije kroz vesti ili plaćene reklame da bi se poruka ili neki sadržaj iskomunicirala. Nivoe PRa trener/ica ima unapred zapisano na FC papiru.

Korak 4 (40 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu u kojoj će učesnici/ce prepoznati prednosti i nedostatke medija. Trener/ica deli učesnike u 4 grupe po grupama u okviru vrste medija (štampani, TV, radio i internet). Za podelu u grupama i instrukcije predviđeno je 5 minuta. Zadatak svake grupe je da izlistaju prednosti i nedostatke zadatih medija (ciljana publika, mogućnost uticaja, zloupotreba....). Učesnici/ce za rad u grupama imaju (predviđenih) 15 minuta. Nakon toga grupe prezentuju, ostali učesnici imaju mogućnost da dopunjavaju. Za prezentacije učesnika/ca i diskusiju predviđeno je 20 minuta. U sumiranju treba istaći važnost izbora medija za slanje poruke, ciljane publike, kao i razlike između medija koje su anlizirali u vežbi.

Korak 5 (20 minuta)

Nakon vežbe sledi interaktivni input. Trener/ica govori o uticaju medija u današnjem društvu, o razvoju medija, informativno-obrazovno-zabavnoj ulozi medija, uticaju na pojedince, pozitivnom/negativnom uticaju na društvenu svest. Trener/ica pita učesnike koji mediji postoje u njihovoj zajednici, zapisuje

na FC papiru, pita o njihovom uticaju na građane i posebno na mlade itd.

Korak 6 (70 minuta)

Trener ponovo najvaljuje vežbu, u kojoj će učesnici praktično raditi ina izradi materijal koji se ubraja u drugi nivo PRa. Trener deli učesnike u 3 grupe. Prva grupa dobija zadatak da uradi nacrt informativnog lista (liflet) o YB programu i već održanim aktivnostima u zajednici, druga grupa radi na pisanju saopštenju za štampu povodom održanih lokalnih akcija u zajednici, a treća grupa radi na organizovanju konferencije za štampu povodom nastavka obuka u Trening centru i motivisanje mladih da se priključe IV generaciji. Grupe imaju 30 minuta za rad i trener ih usmerava na FC iz prethodne sesije gde su zapisane ključne stvari za ove alatke. Grupa koja sprema Konferenciju za štampu tokom zadatog vremena sprema se za uloge, organizaciju prostora, šta će reći govornici i dr. (detaljan scenario je u prilogu broj 1). Po završetku vežbe, grupe koje su radile na lifletu i saopštenju za štampu, prezentuju svoje proizvode, a učesnici i trener/ica daju povratne inforamcije. Zatim grupa koja je pripremala konferenciju za štampu simulira ceo događaj (ostali učesnici su publika ili novinari). Po završetku press- konferencije, trener/ica i učesnici daju povratne inforamcije.

Korak 7 (5 minuta)

Nakon vežbe sledi uvod u temu javni nastup. Trener/ica koristi tehniku moždana oluja i ohrabruje učesnike/ce da kažu sve asocijacije koje imaju na pojam javni nastup. Trenerica sve što učesnici izgovore zapisuje zapisuje na FC papir.

Korak 8 (15 minuta)

Trener/ica potom povezuje asocijacije učesnika/ca i predstavlja definiciju javnog nastupa koja je napisana na FC papiru. Povezuje reči koje su učesnici asocirali sa definicijom. Upoznaje učesnike/ce sa pojmom javnosti i javnog mnjenja, i povezuje sa javnim nastupom.

Korak 9 (20 minuta)

Zatim sledi vežba koja ima za cilj da bliže opiše govornika u javnom nastupu. Trener / ica daje instrukcije učesnicima/cama da će svako od njih dobiti po 3 stikera na kojima će zapisati koje su to veštine, koja znanja i koje karakteristike koje jedan govornik treba imati. Učesnici za pisanje na stikeru imaju 5 minuta. Trener/ica na FC papiru ima unapred spremljenu sliku uspešnog govornika-skica čovečuljka, u delu gde se čovečuljku nalazi glava upisuje Znanje, u delu gde je srce Karakteristike, a u delu gde su ruke Veštine. Kada učesnici završe sa individualnim radom, izlaze na FC tablu i lepe stikere na delovima kojima su stikeri namenjeni Trener/ica potom razvrstava stikere, čita sadržaj sa stikera i započinje diskusiju sa grupom. Vreme predviđeno za diskusiju 15 minuta. Na kraju sumira koje su to ključne karakteristike koje treba imati uspešan govornik.

Korak 10 (15 mnuta)

Nakon ove vežbe sledi interaktivni input o elementima verbalne komunikacije koji su ujedno i elementi javne prezenatcije na koje se obraća pažnja.. Trener/ica podseća učesnike/ce na glavne elemente verbalne komunikacije - jačina, visina, tempo glasa, ritam, intonacija, pauza i o svakom elementu kratko daje input. Svi elementi su zapisani na FC papiru radi lakšeg praćenja sesije.

Korak 11 (20 minuta)

Sledi vežba u kojoj trener/ica raspoređuje učesnike u parove. Jedan dobija jednu ulogu A, drugi B. Sadržaj vežbe je opisan u scenariju (videti prilog 2). Učesnici se sami dogovaraju ko je ko od dva lika u scenariju. Potrebno je da naglas pročitaju scenario. Zatim im trener/

ica raspodeli uloge, nakon čega ponovo čitaju scenario menjajući ton da bi predstavili nove uloge. 15 minuta. Za sumiranje je predviđeno 5 minuta.

Korak 12 (10 minuta)

Nakon vežbe sledi davanje uputstva za naredni dan i pripremanje za javni nastup učesnika/ca koji će trajati 3 minuta. Kako bi izbegli navođenje događaja o kojima će pričati prilikom javnog nastupa, trener/ica daje uputsvo da na papiru navedu deset stvari koje najviše vole da rade. Kada završe spisak, reći im da od deset zaokruže tri stvari. Te tri stvari su moguće situacije ili događaji o kojima će ispričati trominutnu priču. Tako se omogućava da se uključi energija u priču koja treba da bude zanimljiva i da privuče pažnju slušaoca.

Korak 13 (5 minuta)

Na kraju dana, trener/ica sumira ističući kako je komunikacija važan i ključan deo u odnosima sa javnošću, i da mladi ljudi okupljeni oko odeje kakva je Youthbuild trebaju više komunicirati sa medijima i predstvaljati se na najbolji mogući način.

DAN II

B. JAVNI NASTUP (4 SATA I 30 MINUTA)

Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica podseća učesnike na prethodni dan, pitajući učesnike da kažu po jednu ključnu reč za temu koju su imali prilike da čuju dan pre. Trener/ica dobijene reči zapisuje na FC papir i potom komentariše dobijene reči, a ujedno uvodi učesnike u temu dana, najavljujući šta će se raditi.

Korak 2 (35 minuta)

„Neka lice i ruke govore" je vežba koja sledi i koja ima za cilj da razvije svesti o komunikaciji govorom tela. Trener/ica deli učesnike/ce u parove, koji treba da stanu jedni prema drugima. Svaki par dobija koverat sa nekoliko papirića na kojima su ispisane emocije. Učesnik/ca koji počinje izvlači jedan papirić i svojim šakama i stavom tela prikazuje emociju o kojoj je reč. Partner koji posmatra pokušava da izvede iste pokrete i pogađa o kojoj emociji se radi. Pošto pogodi, uloge se menjaju pa sad partner izvlači sledeću emociju iz koverte.

Isto ponoviti i za lice s tim što se emocije izražavaju licem. Za ovo ovu vežbu učesnici imaju 10 minuta za prikazivanje stavom tela i još 10 minuta za mimiku.

Trener/ica daje input o neverbalnoj komunikaciji, gde učesnike/ce ih upoznaju sa tehnikama neverbalnog govora (stav, pokreti, mimika, gestikulacija, kontakt očima, oblačenje) napominjajući da je stav, pokreti, mimika ključne, itd za uspešan javni nastup i da ovim elementima treba pokloniti pažnju. Trener svaki element interaktivno objašnjava. Za ovaj input trener/ica imaju 15 minuta.

Trener sumira vežbu i ističe značaj prenošenja poruka putem neverbalne komunikacije, odnosno govorm tela i lica.

Korak 3 (30 minuta)

Kako bismo naučeno mogli da što bolje primenjujemo, trener/ica daju vežbu učesnicima/ama „vežba – pokaži i kaži", u cilju razvijanja telesnih pokreta i gestikulacije. Trener/ica podeli u 4 male grupe (od po četvoro-petoro) i podeli im različite priče (kratke opštepoznate priče, bajke ili basne). Jedan čita u grupi, a ostali članovi male grupe predstavljaju radnju, emocije i likove pokretima tela i gestovima, ali nikakav zvuk nije dozvoljen. Posle nekoliko rečenica pripovedač predaje priču učesniku/ci sa desne strane i tako dok se priča ne završi.

Korak 4 (20 minuta)

Trener/ica ovaj korak otvara diskusijom o situacijama koje stvaraju nelagodnost i

nervozu, npr. svakodnevne situacije – ispit, poseta zubaru, telefoniranje nepoznatoj osobi.... sve to zapisuju u jednoj koloni na FC. U nabrajanju nelagodnih situacija trener poziva učesnike da kažu. Zatim, nastavljaju razgovor sa učesnicima/ama kako su učesnici reagovali fizički na ove situacije – nervoza u stomaku, premor, igranje oka, češći odlazak u toalet.... Kada završimo pojedinačno iznošenje, pitamo ostale da li su imali slične reakcije kada su bili uzuđeni zbog nečeg posebnog ili kada su se spremali za nešto obično-žurka, ljubavni sastanak, razgovor za posao, dobitak nekog poklona.....Tako ćemo dobiti simptome nervoze, uzbuđenja i treme. Na kraju trener/ica sumira rekavši da svi imamo strahove koji se manifestuju na različite načine, ali je važno osvešćivanje uzroka trema i straha, kako bi se radilo na prevazilaženju..

Korak 5 (10 minuta)

Trener/ica nadovezujući se na prethodnu diskusiju daju učesnicima/ama input o tehnikama za prevazilaženje treme, kao što su pripremljenost, kontrola pokreta, opuštanje, disanje, šta treba izbegavati pre javnog nastupa. Sve tehnike su ispisane unapred na FC i trener postepeno otvara FC papir. Kada završi pita učesnike da li oni imaju neke svoje načine za prevazilaženje treme.

Korak 6 (20 minuta)

Trener/ica najavljuje sesiju kako se koristi PPT koja se često koristi prilikom javnog nastupa. Trener daje dvadesetominutni input o power point prezentaciji, kako se kreira, koliko boja se koriste, kakva veličina slova, da li treba imati efekte, koliko treba imati slajdova u određenom vremenu, .koliko teksta treba imati na slajdu, kako govornik stoji pored opreme i sl. Trener ujedno i pita učesnike o njihovom iskustvu u korišćenju PPT.

Korak 7 (10 minuta)

U ovom koraku trener/ice najavljuje daće se u sledećoj vežbi u velikoj meri koristiti povratna inforamcija, stoga podseća učesnike na pravilo davanja povratne informacije, zašto je važno davati povratnu informaciju i koja su pravila davanja. Podseća ih da se o tome govorilo na početku obuke kod teme komunikacija. Trener pokazuje na FC papiru ispisana pravila.

Korak 8 (2 sata)

Trenerska beleška:
Ako je 20 učesnika x 3 minuta, to je 60 minuta samo za prezentacije. Ako u proseku otpada po 3 minuta za fidbek po učesniku, to je dodatnih 60 minuta, dakle ukupno treba predvideti oko 2 sata za ovu vežbu. Sve vreme trener/ica vodi računa o vremenu i upozorava. Pošto je ovo prilično uzbudljiva vežba za učesnike, sugeriše se da se na FC ispišu imena učesnika, da trener ispiše minutažu, tako da postoji jasan dogovor kojim redosledom učesnici izlažu.

U ovom koraku trener/ica poziva jednog po jednog učesnika da javno izlože svoju trominutnu priču, dok
ostalim učesnicima treneri daju zadatke da prate njihovo prezentaciju i ponašanje i to: kontakt sa publikom, držanje pažnje , stav, gestikulacija, stil izlaganja, dinamika, živost, humor, upotreba glasa u funkciji izlaganja..., kako bi nakon završetka trominutnih prezentacija, dali jedni drugima povratnu informaciju o nastupu. Trener naglašava da svaki učesnik daje jednu dobru stvar i jednu koja je slabija u odnosu na zadati element. Trener vodi računa o broju elemenata koji se prate i o broju učesnika. Važno je da svaki učesnik ima neki zadatak sam ili u paru sa nekim.

Nakon što učesnici daju jedni drugima povratne informacije trener/ica daju svoje viđenje njihovih trominutnih priča davajući im savete šta treba poboljšati i na čemu treba poraditi kako bi njihovi nastupi bili bolji. Trener se usmerava na 3 stvari koje su dobre i 3 koje treba poboljšati.

Korak 9 (10 minuta)

Na kraju trener/ica sumiraju dvodnevni trening, izlistavaući ključne reči PR-a i javnog nastupa, novodeći da je od ključnog značaja naša pripremljenost i da od nje isključivo zavisi kako nas mediji vide ali i okolina. Isto tako naglašava da se veštine prezentacija razvijaju i da je važno dobijati pravi feedback i imati dobru samoprocenu. Trener/ica podele učesnicima evaluacije u cilju ocene njihovog zadovoljstva treningom.

HANDOUT
11A. ODNOSI SA JAVNOŠĆU ZA NEVLADINE ORGANIZACIJE

PR se odnosi na različite oblike komunikacije sa širokom publikom. Proces rada sa masovnim medijima da bi se iskomunicirala posebna poruka naziva se PR, odnosi sa medijima, javni poslovi, javna informacija.
PR koristi i štampane i elektronske medije kroz vesti ili plaćene reklame da bi se prouka iskomunicirala. Neprofitna zajednica je u poslu sa i o ljudima, obezbedjujući usluge da bi se ljudima poboljšao kvalitet života. Da bi se ovo postiglo, NVO trebaju ljude koji će biti svesni i koristiti njihove usluge. Ove organizacije takodje trebaju ljude koji će volontirati u svoje slobodno vreme ili davati novac, a takodje potrebna im je i podrška onih koji donose odluke. Bez uključenja javnosti, uz svoje vlastite članove, NVO ne može da uradi posao zbog kojeg postoji.

NIVOI ODNOSA SA JAVNOŠĆU

Odnosi sa javnošću predstavljaju delovanje vaše organizacije u javnosti. Ključna stvar o kojoj pri tome vodimo računa je naša prezentacija, tj. kako predstavljamo sebe i svoju organizaciju u javnosti.

Postoje tri nivoa odnosa sa javnošću:

- **osnovni nivo**
- **srednji nivo**
- **najviši nivo**

I - Osnovni nivo

• Podrazumeva sve ono što vaši korisnici i stranke vide kada kontaktiraju sa vama:

• da li vam kancelarija deluje uredno?

• ko se javlja na telefon i kako?

• koga korisnici prvo vide kada uđu u vaše prostorije?

• da li su te osobe nasmejane i ljubazne?

• da li su u stanju da pruže sve potrebne informacije?

• da li ljudi koji dođu kod vas imaju utisak da se neko brine o njima?

Vaš cilj je da osobe koje vas iz bilo kog razloga kontaktiraju imaju utisak da ste otvorena organizacija, da su dobrodošli, da ste profesionalni i odgovorni.Smatra se da su osobe sa kojima zainteresovani prvo kontaktiraju među najvažnijim u celoj organizaciji – od njih zavisi kako će vas ljudi doživeti. Ako jednom dožive neprijatno iskustvo, nikada se neće vratiti, a što je još važnije svima će preneti neprijatne utiske.

II - Srednji nivo

Odnosi se na način identifikacije vaše organizacije. Pitanja koja treba da postavite sebi su:
• imate li znak/logo?
• imate li vizit karte?
• imate li brošuru organizacije?
• imate li materijale koje ćete dati zainteresovanima?
• imate li godišnji izveštaj o vašim projektima i aktivnostima?

Vaš cilj je da svakoga trenutka budete u stanju da bilo kojoj zainteresovanoj osobi pružite obaveštenja i informacije o vašoj organizaciji,

njenim ciljevima, članovima, korisnicima, kao i da pokažete da imate kredibilitet.

INFORMATIVNI LIST O NVO I BROŠURA

Prvi korak u građenju slike vaše organizacije je da dizajnirate informativni list i brošuru. I jedno i drugo obezbedjuju brz i sažet način da iskomunicirate ko je vaša organizacija i šta vaša organizacija nudi.

Informativni list je upravo to - jedna stranica. Brošura obično pokriva dve strane jednog lista i obično se savija. Obe publikacije se koriste da bi se obezbedila uvodna inromacija o organizaciji, njenoj misiji, ciljevima, zadacima, aktivnostima i drugim važnim detaljima. Obe publikacije treba da daju informacije na pitanja: Ko? Šta? Kada? Gde? Zašto je važno?

Brošure kao i informativni list treba da sadrže slike koje se odnose na NVO aktivnosti (Slike vrede kao hiljadu reči!).

Da biste pripremili ove vrste publikacije, koristite sledeći format:
Informativni list treba da:
- je štampan na papiru sa oznakom NVO
- sadrži ukratko opisanu misiju, ciljeve i zadatke vaše organizacije
- ima kratke paragrafe
- omogući da u njemu možete pomenuti članove vašeg upravnog odbora, direktora, broj članova i neku uspešnu priču

Brošura treba da:
- pokaže znak ili logo vaše organizacije na vidnom mestu
- uključuje informaciju do koje je korisnicima usluga stalo. Izbegavajte mnoštvo informacija ili poruka
- ima pažljiv izbor boja
- sadrži svega nekoliko reči kojima biste istakli ono što je važno
- da je čitljiva, a ne slatka
- razmislite o načinu kako da uključite vaš odgovor na pitanja čitaoca: Stavite me na vašu mejling listu; Molim vas da mi pošaljete dodatne informacije; Da, ja bih želela/o da se učlanim u vašu organizaciju.

Najviši nivo

Podrazumeva organizovano delovanje na promociji organizacije. Vaše akcije moraju da budu pažljivo planirane i bilo bi dobro da u organizaciji postoji osoba koja će se time isključivo baviti.

Najbolje bi bilo da je to osoba koja ima iskustva u kontaktima sa medijima. Aktivnosti na ovom nivou uključuju:

• kupovinu oglasnog prostora u medijima (reklame u novinama, radiju, TV spotovi)

• saopštenja za štampu, konferencije za štampu, intervjui

• kampanje (lobiranje, predstavljanje ideja organizacije i njenog pogleda na svet)

MEDIJI

• posrednici u razmeni informacija

• preduzeća koja vode računa o profitu

• brinu o svom imidžu

• interesuju ih samo vesti (nove informacije)

• njihov cilj je povećanje broja korisnika

ŠTA JE ZA MEDIJE "VEST"?

Nešto što je:

• NEOBIČNO

• EKSTREMNO

• DO SADA NEOBJAVLJENO

• KONTROVERZNO

• VEZANO ZA KONFLIKT

• VAŽNO ZA MNOGO OSOBA

Što više navedenih karakteristika ima vaša informacija, veće su šanse da bude objavljena.

ŠTAMPA

Novine su medij kojima se većina ljudi obraća kada želi detaljnu, sveobuhvatnu informaciju. Novine ističu vest koja na radiju ili televiziji biva predstavljena za jedan ipo minut. Novine omogućavaju šire izveštavanje o različitim temama. Novine su, takođe, troškovno isplativ način za NVO da proslede svoju poruku i verovatno su jedan od najjačih medijskih oruđa za NVO. Novine su lako dostupne, dostižu do široke publike i mogu se priuštiti. Priče u nedeljnicima ili regionalnim publikacijama mogu da imaju efekat talasa ukoliko privuku pažnju nacionalne štampe.

Rad sa štampom znači da treba znati kako svaka organizacija radi, kako je strukturisana i koga u organizaciji treba da kontaktirate sa vestima o vašoj organizaciji. Održavanje kontakta sa medijima je kritično. Odnosi sa javnošću su upravo to: lični odnosi sa predstavnicima štampe. Vaši susreti sa predstavnicima štampe mogu biti neformalni, tek da se upoznate i da istražite teme od zajedničkog interesa. Reporteri i njihovi šefovi obično su raspoloženi za produktivan dijalog i imaju interes u održavanju kontakta sa onim što dotiče njihove čitaoce.

SAOPŠTENJE ZA ŠTAMPU

Saopštenje za štampu može da se koristi gotovo za sve medije. U većini slučajeva, ono što mediji traže od NVO su zanimljive priče o ljudima. Ljudi koji pomažu drugim ljudima. Ljudi koji dovode do promena. Ljudi koji pomažu drugima u nevolji. Ljudi koji daju mogućnosti deci, koji spašavaju životinje, brinu o starijima, osnažuju invalidne osobe, spašavaju i čuvaju okolinu, itd.
Postoje načini za pripremanje saopštenja za štampu koje su postali široko prihvaćeni od strane novinara. Pripremanje vašeg sapštenja u standardnom formatu signalizira da je na delu aktivna NVO i u velikoj meri povećava vaše šanse da budete objavljeni. Sledi opšte prihvaćeni format:

1. Koristite papir formata A4
2. Uvek otkucajte saopštenje.
3. Potrudite se da bude uredno, čisto, sa duplim proredom, sa širokim marginama za komentare
4. Na vrhu strane uključite:

• ime organizacije i adresu

• ime osobe za kontakt u slučaju pitanja ili traženja dodatnih informacija

• telefonski broj gde se kontakt osoba može naći

• naznaku da li da se štampa odmah ili određenog datuma

5. Odmah ispod ovih opštih informacija, stavite naslov vašeg saopštenja. Treba da se centrira i da se ispiše velikim slovima. Naslov treba da sumira sadržaj saopštenja.

6. Uvodni paragraf treba da počinje sa osnovnim podacima u velikim slovima:

7. Prvi paragraf treba da sumira u jednoj ili dve rečenice o čemu je reč u saopštenju, odgovarajući na klasična pitanja: KO, ŠTA, GDE, KADA i ZAŠTO.

8. Posle prvog paragrafa nastavite da razvijate vašu priču sa više detalja. Koristite strukturu obrnute piramide idući od veoma opšteg ka veoma detaljnom. Ovaj stil pomaže uredniku koji može da otkine sa kraja vašeg saopštenja ako treba, bez da žrtvuje bitan sadržaj

9. Koristite kratke, aktivne reči, rečenice, i paragrafe koji naglašavaju važne stvari. Neka bude jednostavno (keep it simple)!

10. Koristite navode da biste oživeli priču i da biste naglasili ono što je važno. Što je poznatija osoba, to bolje. To vašu priču čini vrednijom vešću.

11. Ako je saopštenje duže od jedne stranice, otkucajte *nastavak* u zagradama na dnu prve stranice, otkucajte ###### na sredini poslednje stranice, obaveštavajući urednika na taj način da je to kraj vašeg saopštenja.

12. Uvek pošaljite informativni list i/ili brošuru vaše organizacije. Razmislite o slanju slike ljudi koji su pomenuti u tekstu saopštenja. To mogu biti učesnici nekog dogadjaja, ljudi koji rade za vašu organizaciju ili vaši korisnici-oni kojima pomažete.

13. Razmislite o slanju pisma odobravanja o vašoj organizaciji napisanog od strane poznate osobe u sredini.

KAKO POSLATI SAOPŠTENJE ZA ŠTAMPU?

Postoji nekoliko opcija za slanje saopštenja za štampu. Vremenska odrednica i poznavanje vaše novine, determiniše koji metod treba da koristite.

Pošaljite poštom
Kada vreme nije u pitanju, npr. kada jednostavno sugerišete neku priču. Možete da pošaljete propratno pismo sa saopštenjem, upoznavajući ih sa vašom organizacijom i njenim aktivnostima. Možete sugerisati poseban pristup celoj priči, usmeravajući vašu vest ka posebnom interesovanju reportera ili novina (ovde je korisno imati bazu podataka o novinarima/novinama).

Učinite saopštenje ekskluzivnim
Saopštenje koje je poslato svim lokalnim medijima nije ekskluzivno, iako takvo slanje povećava šanse da će vaša priča biti objavljena. Kada imate posebnu priču, koju želite štampati u posebnoj publikaciji, razmislite o slanju reporteru sa naznakom ekskluzivno. Većina medija razmišlja barem dvaput pre nego što se odluči da ne štampa priču koja je naslovljna kao ekskluzivna.

Pošaljite faksom ili elektronskom poštom
Oba načina su uobičajena za današnje slanje saopštenja, posebno kada znate reportera dobro. Treba da prosledite sa telefonskim razgovorom, proveravajući da li možda urednik ili novinar trebaju neku dodatnu informaciju, fotografiju i sl.

Lična dostava
Ovo vam omogućava da sretnete vašu kontakt osobu i da uspostavite odnos. Zovite unapred da ugovorite sastanak gde odgovara novinaru. Budite spremni sa dodatnim informacijama o vašoj organizaciji ukoliko to reporteer traži.

FAZE U ORGANIZOVANJU KAMPANJA

I FAZA

Zajednički nastup
• formiranje grupe

II FAZA

Izbor određenog pitanja, vremenske odrednice i ciljne grupe
• pravljenje izbora (centralno pitanje kampanje određuje strategiju, vremensku odrednicu, sredstva i ciljne grupe)

• lokalne kampanje sa određenim vremenom

• kampanje za podizanje javne svesti sa vremenskim fokusom

• kampanje na duži rok

III FAZA

Pravljenje akcionog plana

• planiranje

• preduzimanje akcije

IV FAZA

Prikupljanje sredstava - novca i ljudi

• finansijski izvori (donatori, kompanije)

• jeftine lokalne kampanje ili kampanje bez troškova

• ljudi

• motivacija i inspiracija

V FAZA

Saradnja sa drugim grupama - uključivanje cele zajednice

• partnerstvo

• uključivanje svakoga

VI FAZA

Davanje publiciteta predmetu kampanje

• organizovanje događaja

• pristupačnost

• javni nastupi

• publicitet

• odnosi sa medijima

VII FAZA

Vrednovanje uspešnosti akcija i unošenje izmena

• praćenje

• evaluacija

LOKALNE KAMPANJE

1. Okupite se

• za početak je dovoljno četvoro - petoro ljudi

• pozovite i ostale zainteresovane na sastanak

2. Fokusirajte se na jedan problem

• identifikujte problem i ono što iz njega proizilazi

• imajte lokalna rešenja za lokalni problem

3. Dajte problem u javnost

• svaki pojedinac može da ima uticaj na svakog koga sretne

• razgovarajte sa ljudima u porodici, susedstvu, radnom mestu, prodavnici

• neformalno gradite podršku za svoju stvar

• koristite sve što vam je na raspolaganju - glas, slike, pesme, muziku

• recite svima šta ste već uradili i šta vam je potrebno da bi vam omogućili da uradite ono što trenutno niste u mogućnosti

• napravite jeftine postere koji govore o problemu na koji se fokusirate

• zainteresujte lokalne medije

• ako ima napretka pozovite medije da to zabeleže

• dajte oglas u lokalnim novinama da reklamirate neki događaj ili dajte kratke informacije o kampanji. Ako to ne uspete da uradite besplatno, pišite za rubriku pisma čitalaca.

4. Sarađujte sa onima koji donose odluke

• razgovarajte sa ljudima koji mogu da utiču na donošenje odluka

• sastanite se sa ljudima koji donose odluke

• zamolite viđene ljude u vašem mestu da utiču na ostale stanovnike da pomognu da se reši određeni lokalni problem

• pišite peticiju lokalnim vlastima sa potpisima što više ljudi

• kontaktirajte predstavnike političkih stranaka - članovi vaše organizacije, vaše porodice i prijatelji su njihovi glasači

5. Uključite celu zajednicu

• radite sa ostalim grupama u društvu radi obostrane koristi

• ukažite kako rešenje lokalnog problema donosi korist za celu zajednicu

KAMPANJE NA DUŽI ROK

Imajte na umu da:

1. Rezultati neće doći za kratko vreme. Obično se organizuju za promene u zakonodavstvu ili sistemima, kao što su školstvo, zdravstvo, socijalne službe i sl.

2. Odredite krajnji cilj svoje kampanje i razložite ga na manje ciljeve. Podrška kampanjama za promenu zakona uključuje i podizanje javne svesti

3. Odaberite precizne metode i aproksimativne datume za ostvarenje svakog koraka koji vodi konačnom cilju (demonstracije, peticije, saopštenja za štampu, javne tribine, pisanje pisama, lični kontakti)

4. Postavite vremensku odrednicu za odredjenu kampanju

5. Organizujte istraživanje ili prikupljanje podataka

6. Obezbedite podršku svojih članova u realizaciji kampanje

7. Obaveštavajte članstvo i javnost o vašim aktivnostima

8. Organizujte pisanje pisama političkim predstavnicima

9. Izaberite koordinatora i komitet za kampanju

10. Istražite izvore prihoda i napravite predlog za prikupljanje sredstava

11. Stalno pratite kako napredujete u aktivnostima

12. Presipitajte svoj cilj kampanje, ako je to neophodno, imajući u vidu iskustvo do koga ste došli tokom rada

13. Budite u stalnom kontaktu sa članovima, finansijerima, saradnicima

Handout 11C

VEŠTINE PREZENTACIJE

U svakom treneru/ici postoji jedan umetnik / ca – glumac/ica koji/a jedva čeka da se iskaže. Ako želite da budete uspešan trener/ica, morate dati šansu glumcu/ici koji čuči u vama da ostane zapamćen.

Zapamtite da vi kao trener/ica sami sebi predstavljate najveći oslonac, upotrebite sve svoje potencijale u potpunosti.

PREZENTACIJA - LISTA VEŠTINA

Pokret i gestikulacija

• Zauzmite opušten, miran stav

• Polako se približavajte ljudima kada oni govore

• Izbegavajte statične poze (smokvin list), zatim igranje prstenom, markerom

• Neka svaki gest ima značenje (bude relevantan)

• Neka gest potraje

• Neka gestovi budu malo naglašeniji nego u svakodnevnom životu

Kontakt očima

• Neka bude usklađen sa kulturom ponašanja

• Dovoljno, ne preterivati

• Pazite da ne zapostavite krajeve ("krila")

• Pazite da grupu ne gledate samo s leva na desno, ili obrnuto - kao na radaru

• Pravite male pauze i smešite se kad ste sa nekim u kontaktu očima

Jezik, ritam, humor

• Neka bude odmeren i pristupačan - izbegavajte žargon

• Bolje konkretan nego apstraktan

• Neka mozak bude brži od jezika ("Ispeci pa reci")

• Varirajte ritam, ali nikada ne žurite

• Humor neka bude prikladan

• Izbegavajte standardne šale i viceve - anegdote i vaše iskustvo su bolji

Glas

• Naučite da kontrolišete svoje disanje

• Proverite da li vas svi čuju

• Varirajte ritam, jačinu i visinu

Uključivanje učesnika/ca

• Postavljajte pitanja

• Imajte na umu da pažnja opada nakon dvadeset minuta

• Tražite da vam daju primere

• Podstičite ih da koriste ruke

• Usmerite pitanja učesnika/ca ka celoj grupi

Odgovarajuća audio-vizuelna sredstva

• Koristite ih kada treba pojačati poruku ili kada nose poruku

• Ne treba imati previše A-V sredstava

• Ne preterujte sa njihovom upotrebom

• Sve mora da bude čitko

• Ne pričajte sa njima - ne mogu vas čuti!

• Izbegavajte da stojite ispred njih

• Neka imaju prateću ulogu - nisu oni predavači, već vi!

Prilog 2.

VEŽBE
SCENARIO:

A: *„Zdravo.“*
B: *„Zdravo.“*
A: *„Kako si?“*
B: *„Dobro, a ti?“*
A: *„Dobro. Hoćeš li kap limunovog soka?“*
B: *„Svakako.“*
A: *„Evo.“*
B: *„Hvala. Pa, moram da idem.“*
A: *„Ćao.“*
B: *„Ćao.“*

ULOGE:
lekar-pacijent
policajac-vozač koji vozi prebrzo
direktor škole-učenik
zatvorenik-stražar
roditelj-dete
razbojnik-žrtva
kasirka-kupac
pljačkaš banke – blagajnik u banci
stari prijatelji
gosti na žurci (ne poznaju se)

TEMA JEDANAEST:
OMLADINSKO PREDUZETNIŠTVO

DANI: 21 DO 22

Kancelarija Građanskih inicijativa će angažovati osobu sa specifičnim znanjima i veštinama, koja će dizajnirati radionicu.

TEME DVANAEST I TRINAEST:
AKTIVNO TRAŽENJE POSLA I PISANJE CV-A

DANI: 23 DO 24

Ciljevi učenja

Do kraja sesije učesnici će:

1. Biti podstaknuti da razvijaju svoje poslovne osobine i veštine

2. Razviti osećaj samo - pouzdanja u pogledu svojih poslovnih kompetencija i osobina

3. Razviti osećaj samo - efikasnosti u pogledu pisanja CV - ja i samopouzdanje za odbranu svog CV - ja

Vreme

8 sata i 50 minuta

Prikaz sesije

A. Poslovne veštine i osobine (4 sata i 15 minuta)
B. CV i propratno pismo (4 sata i 35 minuta)

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

Pisani materijali (handouts)

13A – Prilozi za učesnike

Priprema

Pre početka sesije, ispisati unapred sve potrebne definicije i inpute.

* Trenerske beleške

Trener/ica se ohrabruje da pripremi i druge primere relevantne za ovu temu, kao i da koristi druge izvore i resurse.

A. POSLOVNE VEŠTINE I OSOBINE (4 SATA I 15 MINUTA)

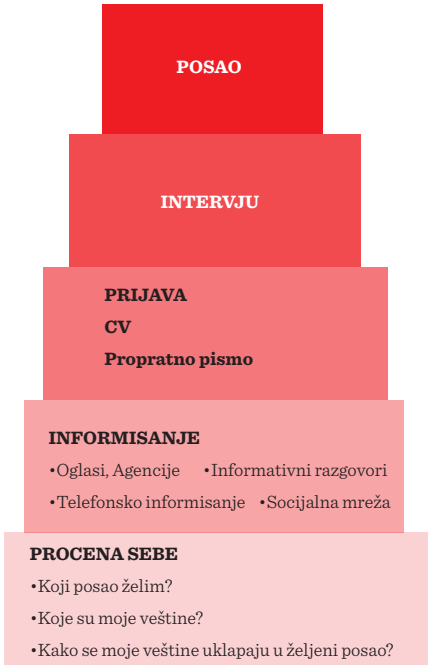
Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica započinje dan uvodnom aktivnošću, podsećajući se prethodnih dana i prethodno obrađenih tema. Trener/ica naglašava učesnicima/cama da su tokom višemesečne YB obuke stekli određena znanja i veštine koje će ima pomoći u budućem radu, i koje mogu uvrstiti u svoj CV kasnije kada budu tražili posao. Takođe u toku današnjeg dana, radiće vežbe samoprocene gde će imati prilike da istaknu one veštine i znanja koje poseduju i koje su stekli tokom višemesečnih treninga. Treneri/ca navodi i nekoliko rečenica o samom treningu (videti priručnik u nastavku) i izlaže očekivane ishode treninga: "Trening je rezultat višegodišnjih istraživanja procesa traženja posla. Trudićemo se da trening prilagodimo vašim potrebama. Stoga vas molimo da budete aktivni učesnici i naši savetnici i konsultanti."

Korak 2 (10 minuta)

Trener/ica nastavlja sa interaktivnim inputom i predstvalja piramidu na FC (otkrivajući je iscrtanu na FC papiru, u prilogu 13 B) koja slikovito izlaže ceo proces traženja posla. U toku ove radionice trudićemo se da uvežbavanjem tih veština povećate svoje šanse na tržištu rada. Trener ukratko obrazlaže svaki segment piramide. Na kraju pita da li ima pitanja.

PIRAMIDA TRAŽENJA POSLA



Korak 3 (60 minuta)

Trener najavljuje vežbu simulacije. Oslanjajući se na prikaz piramide trener/ica zaključuje da je intervju ključna tačka u traženju posla. Trener/ica govori učesnicima da će kroz ovu vežbu aktivnost imati dve demonstracije intervjua, koje pokazuju koliko se nastup pred poslodavcem može unaprediti kada se primene odgovarajuće tehnike vođenja razgovora. Zatim trener/ica zamoli učesnike da pažljivo posmatraju prvi i drugi prikaz razmišljajući koji savet bi dali kandidatu u vezi njegovog ponašanja. Trener/ica naglašava da će on/a igrati ulogu nepripremljenog kandidata, a da će ko - trene/rica igrati ulogu poslodavca. Za uvod i simulaciju predviđeno je 20 minuta.

Nakon što treneri/ice završe simulaciju, otvaraju diskusiju postavljajući niz pitanja "Šta mislite o nastupu kandidata? Šta je bilo dobro? Kako možemo popraviti njegov nastup?", Po čemu su se razlikovala ova dva primera intervjua? Šta se u nastupu kandidata najviše razlikuje od prethodnog intervjua? Šta je bilo najefikasnije? Za diskusiju je predviđeno 30 minuta.

Nakon što su učesnici/e završili sa diskusijom treneri/ice sumiraju vežbu govoreći da njihovi komentari sugerišu da sledeće stvari čine nastup pred poslodavcem efikasnim .

Efikasan nastup
• unapred se obavestiti o firmi, radnom mestu, radnim zaduženjima i potrebnim kvalifikacijama
• davati konkretne primere svojih veština i osobina ličnosti koje su značajne za posao
• pokazivati interesovanje za posao
• stavom i mimikom izražavati samopouzdanje

Korak 4 (15 minuta)

Sledi druga vežba u kojoj trener/ica zamoli učesnike da zamisle da su oni poslodavci koji moraju nekoga da zaposle i odluče kakvog radnika žele. Bitno je koje osobine ličnosti i koje veštine treba da ima kandidat. Trener/ica daje primere da su osobine ličnosti karakteristike kao što su iskrenost, pouzdanost, tolerantnost, a veštine predstavljaju sve ono što osoba ume da uradi.

Trener/ica daje jedan primer oglasa za posao koji je prethodno ispisao/la na FC i stoji izložen na FC tabli. Trener/ica ohrabruje učesnike da iznesu sve svoje ideje o poželjnim karakteristikama kandidata i zapisuje ih na tabli.

Poželjne karakteristike kandidata

Trener/ica podstiče učesnike nizom pitanja i sugestija, navodeći da je pouzdanost osobina koju poslodavci najčešće traže. Zašto je pouzdanost najcenjenija osobina? Koje tri osobine biste vi tražili da ste poslodavac? Zašto su vam te osobine značajne? Koje veštine i osobine su prenosive na više različitih poslova? Vreme predviđeno za vežbu je 10 minuta.Nakon što su učesnici izlistali svoje ideje (trener je zapisivao na FC papiru) iz uloge poslodavca trener/ica zaključuje da poslodavac procenjuje da li osobine i veštine kandidata odgovaraju zahtevima posla., i navodi Trener najavljuje da će u sledećoj vežbi oni imati zadatak da

identifikuju sopstvene veštine, sposobnosti i osobine ličnosti. Za sumiranje je predviđeno 5 minuta.

Korak 5 (40 minuta)

Rad se nastavlja sa vežbom samo - procene poslovnih veština i osobina učesnika/ica. Trener/ica daje primere veština (prilog 2) , govori učesnicima/cama da ih pažljivo pogledaju jer će imati zadatak da upišu veštine i osobine koje poseduju, (prilog 3) bez obzira na to gde i kada su ih koristili, a zatim učesnici/ce upisuju one veštine i osobine koje mogu koristiti na različitim poslovima (prenosive veštine). Zatim im daje instrukciju da obeleže sa "DA" one svoje veštine koje vole da koriste, a sa "NE" one koje ne vole. Na kraju upisuju poslove na kojima bi mogli koristiti svoje kvalitete. Za vežbu učesnicima/cama dajete 25 minuta. Nakon toga, trener/ica otvara kraću diskusiju pitajući učesnike da kažu da li ih je iznenadio broj veština i sposobnosti koje su naveli? "Da li neke od tih veština i sposobnosti mogu koristiti na različitim poslovima?" Ukoliko neki učesnik ne može da imenuje neku značajnu veštinu ili osobinu, trener/ica mu pomaže sve dok je ne imenuje. Vreme predviđeno za diskusiju je 10 minuta.

Nakon diskusije trener/ica sumira da su osobine ličnosti, sposobnosti i talenti jednako vredne karakteristike koliko i stručne veštine. Nije važno gde se stiču takve karakteristike, bitno je da ih imaju i da ih mogu koristiti na jednom ili na više poslova. Vreme predviđeno za sumiranje je 5 minuta.

Korak 6 (25 minuta)

Trener/ica počinje sa interaktivnim inputom tako što kaže da je prvi preduslov za ostavljanje dobrog utiska na poslodavca dobra samoprocena i svest o svojim kvalitetima. Drugi preduslov je veština predstavljanja sebe. Trener/ica govori sledeće: veoma je važno imati na umu da vi kao tražioc posla kontrolišete gotovo sve što će poslodavac o vama saznati. Poslodavac bukvalno zavisi od vaše veštine predstavljanja sebe. Sve što uradite, kažete ili napišete predstavlja osnov za njegov utisak o vama. Stoga je važno da svoje veštine, sposobnosti i osobine predstavite efikasno, ubedljivo i impresivno. Sada ćemo se fokusirati na veštine predstavljanja svojih karakteristika preko konkretnih primera.

Trener/ica na FC izlaže korake za predstavljanje sebe preko konkretnog primera veštine ili osobine. Vreme trajanja interaktivnog inputa 15 minuta. Zatim trener/ica zamoli učesnike da daju jedan primer da zajedno na isti način predstave veštine koje oni sami predlože. Vreme predviđeno za ovaj deo sesije je 10 minuta.

IMENOVANJE VEŠTINE

Imam iskustva kao pisac.

SPECIFIKOVANJE

Na prethodnom poslu sam preradio katalog prodaje, tako da je bio interesantniji i lakši za čitanje

POVEZIVANJE SA NOVIM POSLOM

Siguran sam da bih sa tim iskustvom i veštinama bio od velike koristi u XZ kompaniji

Korak 7 (60 minuta)

Sledi vežba u kojoj učesnici/ce predstavljaju sebe preko konkretnih primera. Trener/ica daje instrukciju da izaberu jednu od svojih veština ili osobina značajnih za posao koji traže. Učesnici/ce individualno rade, sastavljajući

konkretan opis svoje veštine ili osobine sledeći uputstva i (dajete im Prilog 4, za ovu vežbu imaju 15 minuta). Opis treba da bude kratak, ali da sadrži odgovore na postavljena pitanja.

Kada to završe, trener/ica deli učesnike/ce u male grupe (po troje unutar jedne grupe), jedna osoba igra ulogu tražioca posla, druga ulogu intervjuera (poslodavca), a treća ulogu posmatrača. Intervjuer postavlja pitanje: "Koje su vaše kvalifikacije za obavljanje ovog posla?" (ne imenuje se posao, jer nije bitan za vežbu). Tražilac posla predstavlja sebe koristeći konkretan primer svoje veštine ili osobine koju je prethodno sažeto prikazao/la u formularu u Prilogu 4. Posmatrač beleži šta je impresivno u izlaganju tražioca posla, koristeći formular za beleženje pozitivnih povratnih informacija (Prilog 5). Na kraju izlaganja tražioca posla, posmatrač mu daje pozitivnu povratnu informaciju. Zatim učesnici ponavljaju proces, menjajući uloge, tako da svi prođu kroz sve tri uloge. Poželjno je na FC postaviti zadatke za svaku ulogu. Za ovu igru uloga imaju 30 minuta

Uvežbavanje predstavljanja sebe pomoću konkretnih primera svojih veština / osobina

KANDIDAT

koristite svoj popunjeni formular (Prilog 4) kao podsetnik

INTERVJUER

postavite pitanje:

"Koje su vaše kvalifikacije za ovaj posao?"

POSMATRAČ

Beležite pozitivna zapažanja (Prilog 5) i na kraju saopštite kandidatu šta je bilo pozitivno i impresivno

Nakon što završe sa igrom uloga trener/ica otvara diskusiju i postavlja pitanja: Šta je bilo korisno u ovoj vežbi? Kako ste se osećali u ulozi kandidata kada ste navodili konkretne primere svojih veština? Kako ste se osećali u ulozi poslodavca? Kako možete koristiti ovu veštinu tokom realnog intervjua za posao? Da li vam igranje uloga kandidata i poslodavca može pomoći? Zašto? Vreme trajanja diskusije je 15 minuta. Nakon što ste kroz pitanja završili diskusiju, kažite učesnicima/cama da je prilikom prezentovanja veština i osobina jako bitna samopriprema. Za sumiranje je predviđeno 5 minuta.

Korak 8 (25 minuta)

Trener/ica napominje da su u prethodnoj vežbi učesnici/ce mogli da sagledaju kvalifikacije i karakteristike tražioca posla očima poslodavca. Trener/ica govori učesnicima/cama da razmisle za trenutak o svojim pozitivnim utiscima o ostala dva člana vaše grupe. Sasvim je moguće da vide neke njihove kvalitete kojih oni sami možda nisu ni svesni. Nadovezujući se na to trener/ica govori učesnicima/cama da dovrše sledeću rečenicu "Ja bih zaposlio... jer...." koristeći pozitivna zapažanja koja su zapisali za svakog člana svoje grupe u prethodnoj vežbi (treneri daju po dva primera svakom učesniku). Nakon što su popunili formulare recite učesnicima da ih daju osobama kojima su zapažanja namenjena. Svaki učesnik treba da glasno pročita pred celom grupom zašto bi ga zaposlili ostali članovi njegove grupe i da na kraju svake rečenice doda svoju sopstvenu tvrdnju "... i to je tačno!". Na primer: "Petar bi me zaposlio zato što sam..... i to je tačno!", "Marko bi me zaposlio zato što sam.... i to je tačno!".
Nakon što jedni drugima daju razloge za zapošljenje trener/ica pita učesnike/ce Kako ste se osećali kada ste pročitali pozitivne komentare na svoje karakteristike? Kako ste se osećali kada ste pred celom grupom čitali svoje kvalitete? Kako ste se osećali kada ste dodali

tvrdnju "..i to je tačno!" na kraju komentara? Zašto je značajno da verujete u svoje pozitivne karakteristike? Trener/ica sumira značaj pozitivnog stava prema sebi i svojim kompetencijama ističući da pozitivan stav poslodavci obično dovode u vezu sa entuzijazmom za radom i željom da dobijete posao u njihovoj firmi. Učesnici za vežbu imaju 20 minuta, a za diskusiju 10 minuta.

Korak 9 (10 minuta)

Trener/ica kratko sumira dan izdvajajući ključne tačke učenja. Odnos poslodavca i tražioca posla treba biti shvaćen kao tržišni odnos, jako je bitno shvatiti kako poslodavac koji traži radnike razmišlja, svako od nas poseduje poslovne osobine i veštine koje se mogu razvijati, i bitno je razviti osećaj samopouzdanja u pogledu sopstvenih kompetencija i osobina. Na kraju trener/ica pita učesnike da li ima nejasnoća i pitanja i zahvaljuje se učesnicima/cama na uspešnom danu.

DAN II

B. CV I PROPRATNO PISMO (4 SATA I 35 MINUTA)

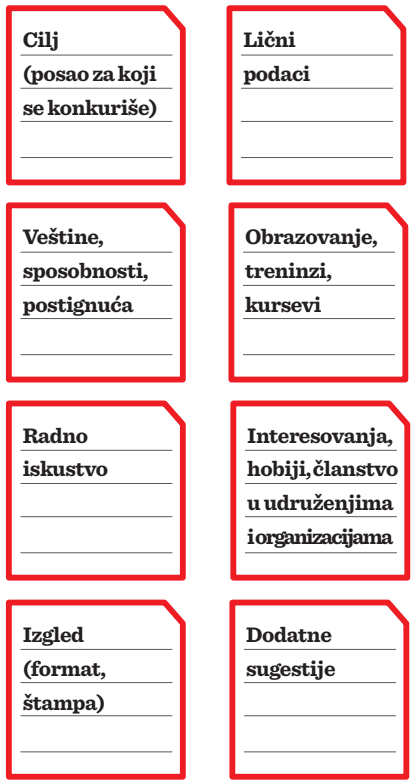
Korak 1 (10 minuta)

Uvod u dan trener/ica započinju kraćim podsećanjem na prethodni dan, ponavljajući ključne tačke učenja napominjajući da su one od velikog značaja za današnji nastavak rada. Za ovo izlistavanje potrebno je desetak minuta.

Korak 2 (25 min)

Pre nego počnu treneri sa davanjem inputa za vežbu " Ideja za CV" trener/ica postavljaju pitanja kako bi učesnike/ce podstakli na razmišljanje i kasnije olakšali im izvršavanje vežbe.

(Šta znači CV? Koji još nazivi postoje u upotrebi? Koja je svrha CV - a? Koji su elementi CV - a? Da li je bolje ako se podaci izlažu hronološki ili ako se ističu veštine i sposobnosti bez hronološkog redosleda? Na koji način CV koristi poslodavcu? Zašto ih poslodavci traže? Da li svaki poslodavac traži CV? Zašto neki poslodavci ne traže CV?). Dok učesnici razmišljaju o postavljenim pitanjima trener/ica postavljaju prazne listove FC na zidove sa zadatim naslovima i podstiče učesnike da na FC pišu svoje ideje o tome šta je dobro, a šta nije dobro napisati u određenu rubriku. (za ovo ispisivanje imaju 10 min)



Trener/ica sve vreme dok učesnici/e ispisuju na FC papiru, ohrabruje učesnike da iznose svoja pitanja i nedoumice povodom određenih sugestija. Takođe podstiče učesnike da na postavljena pitanja i nedoumice sami daju odgovore (npr. "Da li neko želi da odgovori na ovo pitanje?" ili "Da li neko ima rešenje za ovu dilemu?"). Svako pitanje i odgovor potkrepljuje pozitivnom povratnom informacijom. Nakon što su učesnici završili trener pročita napisano i sumira produkte sa papira. Najavljuje da će se u narednom delu analizirati jedan CV, i otkriti šta je dobro, a šta loše.

Korak 3 (35 minuta)

Trener/ica najavljuje vežbu, deli učesnike u 4 grupe i daje svakoj grupi primere CV-a sa ciljem da ga oni sami u grupama (od po petoro u grupi) analiziraju. Svaka grupa će pažljivo analizirati CV Petra Petrovića (Prilogu 7a), dogovarati se unutar grupe, i na FC pairu zapisati svoja zapažanja, odnosno šta je dobro, a šta loše i sugestije za poboljšanje. Odredite ko će beležiti na FC vaša zapažanja. Da biste lakše organizovali analizu, koristite (Prilog 7b). A kada završite za šta imate 10 minuta, razmeniti FC sa ostalim grupama, za ovu razmenu imate još 15 minuta. Nakon što učesnici završe rad po grupama, trener otvara desetominutnu diskusiju u okviru koje postavlja pitanja (Šta je bili efikasno / neefikasno u ovom CV - u? Zašto? Koje su glavne sugestije? Da li se vaše sugestije poklapaju sa ostalim? Šta se najčešće pominje kao greška? Na koji način će vam pomoći ova vežba?) Treneri ohrabruju diskusiju koja treba da pomogne da učesnici prepoznaju naučeno.

Korak 4 (20 minuta)

Trener/ica nakon vežbe koje su imale za cilj da uvide znanje učesnika, ali i moć učesnika za samoprocenu daje 20 minutni input o CV-ju , koji su elementi, šta staviti gde, i zbog čega..

Glavni elementi CV - ja

Lični podaci (ime i prezime, adresa, telefon, e - mail adresa)

Profil (navode se karakteristike koje su u vezi sa poslom za koji se konkuriše)

Obrazovanje (naziv obrazovne ustanove, period školovanja, zvanje, prosečnu ocenu, ukoliko je visoka, dodatne kurseve i specijalizacije)

Radno iskustvo (radno mesto, naziv i lokacija firme, početak - prestanak radnog odnosa, opis radnih zaduženja na konkretnom radnom mestu, postignuća na tom radnom mestu)

Ostale sposobnosti (sposobnosti, znanja i veštine koje su značajne za radno mesto na koje se konkuriše, iako nisu direktno vezane za profesiju kandidata, kao što su strani jezici, rad na računaru, vozačka dozvola itd.

Korak 5 (70 minuta)

Trener daje input o propratnom pismu, napominje da je propratno pismo obavzan dodatak uz CV ali da i ono takođe mora da zadovolji određenu formu. U ovom inputu trener obrazlaže čemu ono služi, koja je razlika između propratnog I CV-a, kao I koje su njegove glavne karakteristike. Sve vreme svog izlaganja, trener podstiče učesnike da za svaku karakterisitiku daju svoje mišljenje ili razjasne određene nedoumice.

Nakon inputa trener sumira rekavši da CV i propratno pismo "idu u paketu". Oba dokumenta služe da vas predstave poslodavcu u što boljem svetlu. Vaš cilj je da napišete CV i propratno pismo koje će zainteresovati poslodavca za vas i podstaći ga da vas pozove na intervju. Za izradu CV-a i propratnog pisma učesnici imaju 60 minuta.

Glavne karakteristike propratnog pisma

- Naslovljeno je na konkretnog poslodavca
- Odnosi se na konkretno radno mesto
- Navodi se izvor informacija o poslu (npr. oglas, agencija, kontakt)
- Navode se specifične kvalifikacije i veštine koje odgovaraju zahtevima traženog posla
- Ističe se motivacija za taj posao
- Koristi se narativna forma pisanja
- Mora zadovoljiti uobičajene standarde poslovnog pismana računaru, vozačka dozvola itd.

Korak 6(1 sat i 40 minuta)

U ovom koraku treneri će svakom učesniku dati sugestije na napisani CV i propratno pismo. Treneri dele grupu na pola, tako da svaka grupa ima po 10 učesnika. Nakon podele u manje grupe, svaka grupa sa svojim trenerom počinje analizu. Za ovu sesiju je predviđeno po 10 minuta po učesniku.

Korak 7(15 minuta)

Trener/ica sumira dva dana rada i napominje da kod izrade CV-ja i propratnog pisma je najbitnije istaći svoje veštine i znanja vodeći računa da su ona relevantna za posao za koji se javljaju. Takodje, CV i propratno pismo treba prilagodjavati posladavcu, nije jedan CV = 1000 poslodavca. Nakon toga zamolite učesnike/ce da popune evaluacioni listić.

Handout 13 A - Prilozi za učesnike

Kako da procenite svoje veštine?

Mnogi ljudi imaju problem da procene svoje veštine, jer ih suviše usko definišu. Najčešće smatraju da su veštine nešto što se stiče tokom dugogodišnjeg formalnog učenja, uvežbavanja ili radnog iskustva. Međutim, za poslodavca, veštine su sve vaše karakteristike pomoću kojih možete uspešno obavljati posao i biti produktivni, bez obzira da li ste tu veštinu stekli u školi, na prethodnom poslu, baveći se hobijem, izvršavajući obaveze u porodici, druženjem, volonterskim radom, odrastanjem u određenoj socijalnoj sredini ili imate urođeni talenat. Svoje veštine možete odrediti ako odgovorite na pitanje "Šta ja umem i mogu upravo sada da uradim?". Odgovori mogu biti različiti, od "Umem da prodam proizvod" preko "Dobro poznajem tržište." do "Umem da budem ljubazan i tolerantan kad treba." Prema tome, za poslodavca, veštine predstavljaju vaše poslovne veštine, sposobnosti, znanja i lične kompetencije ili osobine.

Poslovne veštine. Ove veštine su neophodne za izvršavanje zaduženja specifičnih za određeni posao ili zanimanje. Na primer, posao prodavca može obuhvatati zaduženja, kao što su usluživanje mušterija, primanje robe, inventarisanje, naplaćivanje robe, izlaganje robe, pakovanje robe itd. Pošto su neophodne, ove veštine su i najznačajnije za poslodavca. Obično se označavaju specifičnom terminologijom.

Osobine. Osobine su lične kompetencije za snalaženje u brojnim životnim situacijama. Osobine je moguće izraziti kao profil osobe (npr. taktičan, strpljiv, fleksibilan, tolerantan) ili kao veštine snalaženja u određenim situacijama (taktičnost, samo - kontrola, strpljivost, fleksibilnost ili tolerantnost). Poslodavci obično preferiraju određen profil osobe u skladu sa zahtevima posla i "profilom organizacije" .

Prenosive veštine. Sve veštine koje se mogu preneti sa jednog posla na drugi, bilo da su u pitanju poslovne veštine ili vaše osobine ličnosti, predstavljaju prenosive veštine. S obzirom na promenljivost potreba na tržištu rada, malo je verovatno da će tražioci posla pronaći posao koji je identičan prethodnom poslu koji su obavljali. Stoga je izuzetno značajno da tražilac posla proceni koje svoje veštine može preneti na druge poslove.

Prilog 2 Lista veština

Poslovne veštine	Osobine	Prenosive veštine
Planiranje vremena	Odgovoran	Poštovanje rokova
Vođenje fajlova	Prilagodljiv	Kontrolisanje
Poslovna korespodencija	Tačan	Nadgledanje
Određivanje prioriteta	Vredan	Organizacija
Ljubaznost sa strankama	Kooperativan	Javni nastupi
Planiranje sastanaka	Pouzdan	Prihvatanje odgovornosti
Razvrstavanje pošte	Preduzimljiv	Planiranje vremena
Ljubaznost sa kupcima	Taktičan	Određivanje prioriteta
Estetsko pakovanje robe	Brzo uči	Planiranje projekta
Sortiranje robe	Pronicljiv	Menadžment projekta
Poznavanje rada na kasi	Komunikativan	Planiranje budžeta
Rad na mašini za rezanje	Informisan	Planiranje vremena
Inventarisanje	Precizan	Efikasnost
Poznavanje robe	Organizovan	Orijentacija na rezultat
Rad pod pritiskom	Predusretljiv	Sortiranje
Smisao za uređenje izloga	Racionalan	Izlaganje
Kuvanje	Kreativan	Prisebnost
Planiranje namirnica	Inventivan	Fizički snažan
Planiranje menija	Otvoren	Diplomatija
Nabavka namirnica	Oprezan	Pomaganje drugima
Dekoracija stola	Posvećen	Rešavanje problema
Dekoracija jela	Marljiv	Rešavanje konflikata
Organizacija rada	Strpljiv	Posredovanje
Nadgledanje radnika	Sledi instrukcije	Empatija
Supervizija radnika	Poštuje proceduru	Mentorstvo
Popravka računara	Fizički snažan	Pregovaranje
Instalacija hardvera	Prijatan	Vođenje grupe
Instalacija softvera	Ozbiljan	Komunikacija
Testiranje hardvera	Smisao za humor	Senzitivnost
Testiranje softvera	Usmeren na učinak	Motivisanje ljudi
Obuka korisnika opreme	Ambiciozan	Inspirisanje ljudi
Rešavanje problema	Izvršava naloge	Stvaranje radnog saveza
Telefonski konsalting	Odlučan	Delegiranje odgovornosti
Evidentiranje zaliha	Pošten	Donošenje odluka
Praćenje potrošnje zaliha	Iskren	Preuzimanje inicijative
Praćenje ulaza robe	Motivisan	Planiranje
Periodična inventura	Usmeren na rezultat	Koordinisanje zadataka
Fakturisanje utroška	Konstruktivan	Vođenje sastanaka
Finansijsko knjigovodstvo	Tolerantan	Izdavanje naredbi

Prilog 3

Identifikovanje svojih veština

Instrukcija: Upišite svoje poslovne veštine, osobine i prenosive veštine u odgovarajuće kolone. Prilog broj 2, (na prethodnoj strani) vam može pomoći da lakše identifikujete svoje veštine. Zatim pročitajte sve svoje veštine i upišite "DA" pored onih svojih veština koje bi rado koristili na poslu, a "NE" pored onih koje ne želite da koristite na poslu. Na kraju upišite na kojim poslovima možete da koristite svoje veštine i osobine.

Poslovne veštine	Osobine	Prenosive veštine

Na kojim poslovima možete da upotrebite svoje veštine?

Prilog 4

Konkretan primer osobine / veštine / sposobnosti

Primer

1. Izjava o veštini, sposobnosti ili osobini:
"Ja sam pouzdana osoba."

2. Konkretan primer (kada, gde, šta i kako):

A. "Prošle godine, dok je moj šef bio 2 meseca odsutan zbog bolesti (kada i gde), preuzeo sam kompletnu brigu o našim korisnicima (šta). Svakog dana sam prvi dolazio i poslednji odlazio s posla. Svaku porudžbinu sam dva puta proverio i jednom nedeljno sam pozivao telefonom sve korisnike (kako).

B. Primer pozitivnih rezultata rada

"Tokom tog vremena naši korisnici su dobijali robu na vreme i nisu pretrpeli nikakvu štetu. Moj šef je bio siguran da se može osloniti na mene."

C. Povezivanje veštine / osobine / sposobnosti sa novim poslom

"Ja verujem da se uklapam u vašu kompaniju koja inače ima reputaciju odgovornog ponašanja prema korisnicima. Svojim odgovornim stavom mogu samo unaprediti tu reputaciju."

1. Izjava o veštini / sposobnosti /osobini:

2. Konkretnost

A. Kada / Gde / Šta / Kako?

B. Pozitivni efekti:

C. Povezivanje sa novim poslom

Prilog 5

Zapažanja posmatrača

Šta je bilo efikasno?

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

Sugestije:

1. .....
2. .....
3. .....
4. .....
5. .....
6. .....

Prilog 6

Da sam poslodavac...

Dovršite sledeću rečenicu na osnovu posmatranja svog partnera tokom prethodne vežbe:

Ja bih zaposlio / la jer je .....
(ime i prezime)

1. .....

2. .....

3. .....

Potpis .....

Prilog 6

Da sam poslodavac...

Dovršite sledeću rečenicu na osnovu posmatranja svog partnera tokom prethodne vežbe:

Ja bih zaposlio / la jer je .....
(ime i prezime)

1. .....

2. .....

3. .....

Potpis .....

Prilog 7a

Primer: CV Petra Petrovića

Petar Petrović

Beograd, ul. Marka Markovića 29

tel: 432 - 123

mob. 064 222- 434

e - mail: petarp@eunet.rs

Rođen: Sept.18, 1980, Beograd, Zvezdara

Adresa: Marka Markovića 29, N. Beograd

Telefon: +381 64 222 434

E - mail: petarp@eunet.rs

Obrazovanje i sertifikati

Osnovna škola "Gornja Varoš" - Zemun
Pravno - Birotehnička Škola -
zvanje Birotehničar

Stečeno znanje rada na računaru i informatike, daktilografije, prava i administracije, korespodencija sa sekretarskim poslovanjem, administrativnog poslovanja i birotehnike.
Microsoft Certified Professional (MCP)
MCP sertifikat poseduju profesionalci koji su prepoznati i promovisani od strane Microsoft - a kao eksperti sa veštinom potrebnom da dizajniraju, implementiraju i podržavaju rešenja zasnovana na Microsoft proizvodima i tehnologijama

Dugogodišnje iskustvo u radu sa računarima, poznavanje hardvera, servisiranje, osnovno poznavanje Jave i HTML - a, Web design / internet,

Profil:

-Posedovanje smisla za organizaciju i komunikativnost

-Visoko motivisan, kooperativan, snažne radne etike

-Posedovanje veštine za otklanjanje problema

-Prilagodljivost uslovima rada i sposobnost brzog učenja

-Profesionalan pristup radu

-Sposobnost kako za individualan tako za timski rad

Poznavanje jezika

Srpski jezik (maternji, odlično)

Engleski jezik (aktivno)

Lične osobine

Radoznao, odgovoran, vredan, nepušač
Radno iskustvo ne posedujem, jer sam se usavršavao u radu na računaru

Prilog 7b

CV Petra Petrovića - analiza

Stavke	Pitanja	Komentari i sugestije
Izgled	Da li na prvi pogled izgleda dobro?	
Format	Da li je format odgovarajući?	
Veštine	Da li su veštine izložene dovoljno uočljivo i u optimalnom broju?	
Ključne reči	Da li se ključne reči i fraze lako uočavaju?	
Fokus	Da li sadržaj odgovara poslu za koji se konkuriše?	
Čitljivost	Da li dizajn omogućava lako čitanje?	
Pravopis	Da li ima grešaka?	
Dužina	Da li je optimalne dužine?	
Svrha	Da li sadržaj odgovara interesovanju poslodavca?	
Elementi	Da li su sadržani svi potrebni elementi?	
Ostalo		

TEMA ČETRNAEST:
DRUŠTVENE MREŽE

DAN: 25

Građanske inicijative će angažovati stručnjaka posebnog profila za ovu temu.

TEMA PETNAEST:
PISANJE PREDLOGA PROJEKTA

DAN: 26

Ciljevi učenja

Do kraja obuke učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Unaprede znanja o pisanju predloga projekta

2. Osmisle predlog projekta koji mogu podneti donatoru na finansiranje

Vreme

4 sata i 30 minuta

Prikaz sesije

A. Uvod u dan

B. Šta je predlog projekta?

C. Elementi predloga projekta

D. Kako pripremiti plan aktivnosti

E. Kako napisati budžet projekta

F. Pisanje predloga projekta

G. Feedback trenera na projekte i evaluacija seminara

Materijali

• Flipčart, papir za FC, markeri, tapetarska traka

• Program radionice ispisan na flipčartu ili kao handout (na listu papira)

• Ciljevi učenja za temu unapred ispisani na FC

Pisani materijali (handouts)

26A – Pisanje predloga projekta
26 B - Razlozi odbijanja predloga projekta

Priprema

Pre početka sesije, ispišite i pripremite sav potrebni materijal i input za seminar kao što su :

• ciljevi sesije (ispisani na FC ili pripremljeni kao materijal za deljenje)

• definicija projekta ispisana na FC

• elementi predloga projekta ispisani na A4 papirima (kartice) u različitim bojama (svaki element u svojoj boji) - elementi se kopiraju iz Handout 26A

* Trenerske beleške

Materijal u prilogu dato kao HANDOUT 26A, je samo jedan od primera kako se piše projekat koji ima za cilj da pomogne treneru/ici. Ohrabrujemo trenera/icu da istražuje i uključi što više izvora materijala za temu, kao i da koristi sopstveno i tuđe iskustvo u pisanju predloga projekta.

A. PISNJE PREDLOGA PROJEKTA

Korak 1 (10 minuta)

Trener/ica pozdravlja učesnike/ce i poželi dobrodošlicu. Osvrće se na temu prethodnog dana ali i na teme koje su radili u prethodnim nedeljama, povezuje sa javnim zastupanjem i javnim nastupom i PR-om. Trener/ica zatim prezentuju ciljeve i sadržaj rada koji su prethodno ispisani na FC papiru ili pripremljeni kao handout. Nakon toga pita učesnike/ce da li imaju pitanja ili komentare u vezi sa programom radionice i utvrdjenim ciljevima.

Korak 2 (15 minuta)

Trener/ica započinje rad otvaranjem diskusije sa pitanjem usmerenim na učesnike/ce da li su se susretali sa projektom, šta zapravo za njih projekat predstavlja, takođe, pita šta misle da li se prvo traži donator ili se prvo piše projekat? Trener pita grupu šta bi bile ključne reči za projekat i to zapisuje na FC papir (na primer: plan, cilj, resursi, vreme, rok, aktivnosti, tim, novac i sl.). Trener daje primer nekog projekta radi ilustracije i pita učesnike za primere. Isto tako ističe da je pisanje predloga projekta jedan od načina prikupljanja sredstava. Nakon, diskusije trener/ica daje input o tome šta je projekt, a šta nije, kaže da svaki projekat ima odredjene elemente o kojima će se govoriti u narednim sesijama.

Korak 3 (45 minuta)

Trener/ica daju input o elementima predloga projekta tako što lepi na FC pripremljene A4 kartice sa ispisanim elementima; objašnjava svaki korak detaljno, ohrabrujući učesnike da se uključe u diskusiju, pita za njihova iskustva i razmišljanja, daje primere kako bi približila svaki element učesnicima. Koristi informacije date u Handout 26A. _

* Trenerske beleške

Preporuka je da se kod ove sesije treneri smene na pola sesije radi dinamičnosti sesije obzirom da dominira input trenera i da se ne mogu koristiti druge tehnike. Isto tako preporuka je da se zapisuju ključne stvari za svaki element projekta.

Korak 4 (15 minuta)

Trener/ica posebno odvaja vreme za izradu budžeta, jer je to element predloga projekta koji zahteva posebna zanja i veštine. Daje kratke instrukcije o osnovnim delovima budžeta, o administrativnim i programskim troškovima, o osnovnim stavkama koje su povezane sa aktivnostima. Daje primer jednostavnog budžeta kao ilustraciju.

Korak 5 (90 minuta)

Trener najavljuje vežbu u kojoj učesnike deli u 4 grupe s tim da u svakoj grupi bude najmanje 4 osobe. Zadatak svake grupe je da napiše skicu predloga projekta a imajući u vidu sve prethodno elemente predloga projekta o kojima se govorilo u prethodnoj sesiji. Trener /ica podseća učesnike da su o problemima mladih u zajednici govorili kroz prethodne obuke i da to mogu iskoristiti kod pisanja projekta. Isto tako napominje da učesnici mogu odabrati i neki drugi problem mladih čijim rešavanjem žele da se bave.

Treneri tokom vežbe sve vreme opserviraju grupe, pružaju podršku, daju dodatna objašnjenja i informacije.

Korak 6 (60 minuta)

Trener/ica poziva grupe da prezentuju svoj nacrt projekta i za to imaju po 10 minuta. Posle svake prezentacije učesnici imaju mogućnosti da postave dodatno pitanje ili traže pojašnjenje od grupe koja prezentuje. Tokom prezentacija trener pravi beleške kako bi mogao na kraju da da povratnu informaciju. Na kraju trener pohvaljuje učesnike/ce za napisane nacrte projekata i govori da te projekte mogu realno da dopune i razviju i da traže donatora.

Korak 7 (10 minuta)

Trener poziva učesnike da pitaju u vezi sa pisanjem predloga projekta obzirom da su dobili input o tome kako se piše projekat, imali su vežbu pisanja i sada ih ohrabruje da postave pitanje ukoliko ima nekih delova koje ne razumeju.

Na kraju trener/ica sumira dan, naglašava da je važno da mladi ljudi znaju da pišu projekte, da je to veština koja se razvija, a da je najvažnija ideja kako da rešavaju neki problem koju pišu u formi i strukturi projekta. Trener može dati informacije o nekim potencijalnim donatorima za njihove projekte, medju kojima je i lokalna samouprava (linija 481)

Zamoliti učesnike da popune evaluacione listiće i najavite temu za sledeći dan.

HANDOUT

26A Pisanje predloga projekta

Pisanje projekta korak po korak[6]
Tekst koji sledi predstavlja standardno uputstvo za pisanje predloga projekta, kada ne postoji zadati format od strane donatora. Dakle, ukoliko budete u prilici da pišete predlog projekta, čak i pre nego što utvrdite kome biste se obratili za sredstva, ovaj format možete koristiti kao početni, odnosno kao onaj koji će vam pomoći da prikupite i obezbedite sve potrebne informacije o vašoj organizaciji i o projektu. Ovako prikupljene informacije ćete onda lako moći uklapati u format koji vam propiše donator.

Skrećemo pažnju da pisanje projekta prema Smernicama EU (nezavisno od toga da li se radi o konkursu „Civil Society Facility", „EIDHR", „CBC (Cross Border Cooperation) – Programi prekogranične saradnje, i drugi, zahteva dodatna znanja i veštine koja se stiču višednevnim seminarima samo na tu temu, kao i određeno iskustvo u pisanju i sprovođenju projekata, pa ih ovde nećemo obrađivati.

Pisanje predloga projekta ili projektnog zahteva (engl: project proposal, application) deo je procesa traženja , prikupljanja sredstava (engl: fundraising, grantseeking procedure) .

Šta mislite, šta ide prvo: pisanje projekta ili traženje donatora?

Pisanje predloga projekta obično sledi nakon što smo identifikovali jednog ili više potencijalnih donatora. Svi donatori, bili oni pojedinci ili velike fondacije imaju svoje specifične interese i prioritete, koje možemo podeliti na sledeće kategorije:

• određeno polje interesovanja (izgradnja civilnog društva, obrazovanje, pristupanje Evropskoj Uniji, reformski procesi ...)

• određena ciljna grupa (žene, deca, mladi, izbeglice, raseljena lica...)

• određeno geografsko područje (istočna Evropa, Zapadni Balkan, Azija ...)

• određene vrste organizacija (udruženja, fondacije, bolnice, univerziteti, crkve, lokalne samouprave)

• određene namene (sredstva za opremu, za konferencije, putovanja ...)

Ključ za uspešno prikupljanje sredstava je, pre svega, pozitivan pristup ("ja mogu to da uradim"). Ako od samog početka sumnjate u uspeh, ako se plašite, ako se stidite zato što tražite sredstva, verovatno nećete uspeti. Ako ste optimista i ako u vašem predlogu češće koristite glagole "mogu i hoću" nego" možda", donator će više verovatni u vašu sposobnost uspešnog izvršenja projekta.

Postoje brojne predrasude koje vas onemogućavaju da budete uspešni u prikupljanju sredstava. Te predrasude su:

1. Donatori jedva čekaju da mi daju sredstva
Naprotiv, u stvarnosti je traženje sredstava aktivan proces, gde vi istražujete i u potrazi ste za sredstvima i ne čekate pasivno da vas donator nađe.

[6]Prevedeno i prilagođeno od strane Tima Tri Građanskih inicijativa; Autori originala: Chad T.Green i Yvette Castro-Green, Izdavač: NGO Centres - Riga

Vaš uspeh ili neuspeh zavise od toga da li ste prepoznali pravu šansu za donaciju ili ne!

2. Što više sredstava tražim, više ću dobiti.

Naprotiv - što je budžet veći, teže je dobiti sredstva. Velika sredstva se obično daju organizacijama koje iza sebe imaju čitav niz uspešno izvršenih projekata. Zato - ako ste mala i nova organizacija, počnite sa malim budžetom. Vremenom ćete izgraditi svoj kredibilitet koji će omogućiti dobijanje većih sredstava. Sa druge strane - ako imate mali projekat sa velikim budžetom, dobićete verovatno manja sredstva nego što ste tražili.

3. Ako jednom dobijem sredstva od donatora, garantovano ću ih dobijati i u budućnosti

Ne očekujte da i sledeći put automatski dobijete sredstva od vašeg donatora. Donatori više vole ako imate mrežu finansijske podrške koja vam omogućava nastavak vašeg projekta i rada. Prioriteti i interesi donatora se menjaju - nemojte se zato nikada oslanjanti samo na jednog.

Pravilo "Ništa nije opasnije nego se oslanjati samo na jednog donatora i očekivati od njega doživotnu podršku."

4. Ako dobijem pare - one su moje i nikome ne polažem računa o njima.

Stvarnost je: donatori vam ne poklanjaju novac - oni sklapaju ugovor sa organizacijama čiji projekti zadovoljavaju njihove potrebe i interese. Aplikacija ili projektni zahtev je stoga, sastavni deo obavezujućeg ugovora između vas i donatora. To znači da morate da sledite njihova pravila podnošenja finansijskog i narativnog izveštaja, obaveznog informisanja o svim izmenama u projektu itd. Ako želite napr. da kupite vozilo koje nije predviđeno budžetom, morate prvo konsultovati donatora.

Pravilo: "Odgovornost za dobijena sredstva"

5. Laži ili preuveličavanja povećavaju moje šanse za dobijanje granta (sredstava)

Često padamo u iskušenja da slažemo i preuveličavamo kod pisanja grantova - nemojte to raditi , nikada se ne isplati. Dugotrajni i uspešni odnosi sa donatorima su uvek zasnovani na istini. Ako izgubite poverenje donatora, izgubićete i svoju reputaciju a možda ćete morati i da vratite sredstva.
Pravilo: "Poštenje je najbolja politika"

6. Svoje ciljeve treba potpuno da prilagodim interesima i potrebama donatora.

Nemojte svoje interese i potrebe nikada u potpunosti podrediti interesima donatora. Bolje je ako odredite svoje ciljeve i interese i onda ih prilagodite tako da odgovaraju interesima donatora.

Pravilo je: "Ne možete upravljati vetrom, ali možete podesiti jedra"

7. Neuspeh je katastrofa

U proseku samo između 10-30% predloga dobija sredstva. Zato - ako je vaš predlog odbijen, ne uzimajte to tragično, već ga primite kao iskustvo iz kojeg ste nešto naučili i pokušajte ponovo. Ako je potrebno, pitajte donatora zašto je odbio vaš predlog i šta da uradite sledeći put.

Pravilo: Ako ne uspete iz prve, učite iz iskustva i pokušajte ponovo!

Prva faza procesa prikupljanja sredstava je istraživanje i identifikovanje pravog donatora. Zašto je, kada govorimo o pisanju predloga važno, prethodno identifikovati potencijalne donatore? Pre svega zato, što pre nego što se obratimo potencijalnom donatoru, treba da razmislimo i da odgovorimo na pitanja o tome ko smo mi, šta želimo da uradimo i za koga želimo da to uradimo. Potrebno je da utvrdimo vezu koja postoji između naše organizacije, našeg projekta i donatora. Kako bi definisali ovu vezu, treba prethodno da odgovorimo na sledećih osam pitanja:

1. O kom problemu ili potrebi se radi

2. Koja je ugrožena populacija/ciljna grupa

3. O kom se geografskom području radi

4. Rešenje problema

5. Vrsta projekta

6. Trajanje projekta

7. Iznos budžeta

8. Karakteristike vaše organizacije

Kada ste odgovorili na sva ova pitanja, znaćete kakav je vaš projekat i znaćete i kakvog donatora treba da tražite. Za pronalaženje donatora vam mogu poslužiti podaci na internetu ali i razni direktorijumi.

Ako ste identifikovali najmanje tri potencijalna donatora, proverite da li na njihovom vebsajtu postoje potrebni formulari. Ako ne postoje, obratite im se lično ili pisanim putem i tražite od njih obrasce za aplikaciju (engl: application forms) ili uputstva za pisanje aplikacija. Ako je potrebno, nazovite odgovorno lice i tražite dodatne podatke. Sve ovo će vam pomoći da vašu aplikaciju što više prilagodite potrebama i interesima donatora.

Važno je znati da traženje donatora i pisanje aplikacija zahteva mnogo vremena. Ne možete npr. sesti i napisati aplikaciju za velik projekat u jednom danu. Aplikaciju treba podeliti na više delova (o tome će biti reči) i zatim svaki razrađivati za sebe, zatim se ti delovi upoređuju, prilagođavaju kako bi se obezbedila najbolja moguća prezentacija vaših ideja. Dobra vest je naravno ta da će vam za svaku narednu aplikaciju trebati manje vremena i napora, zato što ćete znati više o najtežim delovima kao što su određivanje ciljeva i pisanje budžeta. Neke delove vaše aplikacije kao što su predstavljanje organizacije možete kopirati iz prethodnog projekta, ili imati spremne u vašem računaru.

KAKO NAPISATI DOBAR PREDLOG PROJEKTA?

Predlog projekta najčešće obuhvata sledećih 11 elemenata:

1. Propratno/naslovno pismo (Cover Letter)

2. Naslovna strana (Title Page)

3. Sadržaj (Table of Contents)

4. Rezime/ Sažetak (Summary)

5. Uvod (Introduction)

6. Definicija problema , izjava o potrebama (Problem Definition, Statement of Needs)

7. Ciljevi i zadaci (Aims and Objectives, alternativno "goals", "project purpose", "outcomes")

8. Program i metod ,metodologija sa vremenskim planom (Methodology with Timetable)

9. Evaluacija (Evaluation)

10. Budžet (Budget)

11. Aneksi (Appendix)

1. Propratno/naslovno pismo (Cover letter)

Ovo je prvi dokument koji će donator pročitati. Po sadržaju je sličan rezimeu projekta, s tim da treba da izbegavate ponavljanje.

Propratno/naslovno pismo:

• treba da bude upućeno (adresirano) određenoj osobi

• počnite sa razlogom obraćanja donatoru

• navedite ukupnu vrednost projekta

• opišite kratko o kojoj vrsti projekta se radi i cilj projekta

• objasnite zašto je ovaj projekat prioritetan za vašu organizaciju

• na kraju navedite ime osoba za buduće kontakte

• neka propratno pismo potpiše osoba koja ima najveću funkciju u vašoj organizaciji

2. Naslovna strana (Title Page):

Predlažemo da počnete sa :

Predlog upućen... (Proposal to..) i naziv donatorske organizacije kojoj se upućuje predlog, zatim sledi

Naziv projekta (Project title)
i na kraju

Naziv i adresa vaše organizacije (Submitted by „Association STAR", Bulevar XX, Podgorica, Montenegro...)

Npr.

Proposal to:
Big Foundation
Contact:
Address:
E-mail:
Tel/Fax:

Project Title:
Active, Engaged and Independent
Submitted by:
Association STAR
Bulevar XX
Podgorica
E-mail:
Website:
tel/fax:

3. Sadržaj (Table of Contents)

Proverite da li broj stranica odgovara sadržaju. Naravno, ukoliko vaš projekat ima svega nekoliko stranica, onda sadržaj nije neophodan. Procenite sami.

4. Sažetak, rezime (Summary)

Rezime je deo predloga koji se čita prvi, ali se piše tek na kraju. Ovo poglavlje čitaocu treba da objasni o čemu se radi i šta sledi u nastavku. Ključna stvar je da rezime da kratko i jezgrovito objašnjenje suštine projekta. Ovaj deo treba da uključi:

• Ko ste vi (pravni status vaše organizacije)
• Svrha postojanja vaše organizacije (misija)
• Ukupan iznos projekta prepisan iz budžeta
• Vrsta projekta i cilj projekta
• Lokaciju projekta
• Vremenski period za koji se traže sredstva - vreme trajanja projekta

Donatori obično daju preciznu instrukciju o broju reči ili redova koji treba da se koristi za sažetak. Ako u uputsvima donatora nije drugačije određeno, ograničite dužinu ovog dela predloga na 250 do max. 500 reči.

5. Uvod (Introduction)

Ovaj deo predloga projekta opisuje vašu organizaciju i cilj tog opisa je da izgradite svoj kredibilitet kod donatora. Opšte je pravilo: pišite ovo poglavlje tako, kao da donator ništa ne zna o vašoj organizaciji i obavezno uključite i sledeće podatke:

• misija i svrha postojanja vaše organizacije
• datum osnivanja vaše organizacije
• nagrade i ostala priznanja koja ste primili za svoj dosadašnji rad
• projekti i programi koje ste uspešno realizovali
• opis vaše ciljne grupe
• izvori vašeg finansiranja (lista donatora)
• visina vašeg budžeta za tekuću godinu
• nešto po čemu ste jedinstveni ili po čemu se razlikujete od ostalih

Nakon budžeta, uvod je najviše analizirano poglavlje vašeg predloga. Stoga je vaš cilj, da u ovom poglavlju raspršite sve moguće sumnje ili nedoumice donatora u pogledu vaše sposobnosti da izvršite zadatke i upravljate dobijenim sredstvima. Ako ste ovo poglavlje dobro napisali, donator će biti uveren da ćete ovaj projekat realizovati sa istim uspehom kao i prethodne.

Novoformirane organizacije će naravno imati problema, kako da pišu o svojim iskustvima

i uspesima. U tom slučaju preporučujemo "pozajmljivanje" kredibiliteta od neke druge organizacije. Drugim rečima, možda je bolje ako za sredstva konkuriše iskusnija partnerska organizacija, koja ima veće šanse da dobije grant. U tom slučaju, dogovorite se sa njima, da uđete partnerski u projekat, da preuzmete odgovornost za neki manji deo celog projekta da biste stekli iskustvo, i tako ćete početi da izgrađujete svoju reputaciju koja je neophodna za uspešno traženje grantova.

6. Definicija problema, iskaz o potrebama (Statement of Need) - ovo poglavlje se često naziva i "Problem definition" ili "Needs assesed"

U ovom poglavlju želite da odgovorite na dva pitanja:

• Šta je to što se dešava u vašem okruženju(lokalnoj zajednici) i

• Ko je identifikovao (utvrdio) problem (potrebu) i kako je to uradio?

U ovo poglavlje treba da uključite detaljne demografske i statističke podatke koji će čitaocima jasno predstaviti obim i veličinu problema. Dokumentacija je ključna reč u ovom odeljku. Možete uključiti sledeće:

• opis ciljne grupe ili lokalne zajednice

• statističke podatke koji će dokumenatovati postojanje problema (navesti i izvore podataka)

• rezultate istraživanja, evaluacija, studija

• citate ili izvode iz zvaničnih dokumenata (Vlada, ministarstva, OSCE, UNDP, UNICEF, itd.)

• metode koje su korišćene za utvrđivanje potreba/problema

• urgentnost problema i šta će se desiti ako se sada ništa ne preduzme

• ostale organizacije koje se trenutno bave rešavanjem ovih potreba/problema

Pored toga što dokazujete značaj problema, treba da ukažete i na potrebu za vašim određenim projektom. Drugim rečima, iz analize problema, čitalac treba da nasluti i predvidi vaše metode i strategije za rešavanje problema.

Važno je da zapamtite i sledeće: izbegavajte iskaze o problemu koji su napisani suviše uopšteno, uz korištenje fraza kao što su" malo se zna o...", ili "nedostaju informacije o ...", ili "opšte je poznato...", "svi znaju ...".

7. Ciljevi i zadaci (Aims and Objectives)

Nakon opisivanje problema, sada izlažete kakav će biti rezultat vaših napora i kako će se to odraziti na ciljnu grupu i problem. Ova promena kojoj težite može da se izrazi i prikaže kroz ciljeve i zadatke vašeg projekta.

Šta su ciljevi i zadaci?

Ciljevi su uopšteni krajnji rezultati, koji su teže merljivi. Ciljevi uključuju PROMENU koju želite da ostvarite kod vaše CILJNE GRUPE, poput:

• Smanjenje diskriminacije prema Romskoj populaciji u Crnoj Gori, kroz medijsku kampanju

• Povećanje svesti studenata Podgoričkog univerziteta o SIDI, putem edukacije

• Osposobljavanje žena žrtava nasilja da se ekonomski osamostale, organizovanjem kurseva računara

Za razliku od ciljeva, zadaci su specifični i merljivi iskazi koji su relevantni u odnosu na problem i na vaš cilj, i dostižni su u datom vremenskom periodu.

Ili još preciznije : zadaci treba da kažu šta ćete uraditi, kada, na koji način (MUDRO postavljeni).

Primeri merljivih zadataka su:

• U toku narednih 6 meseci, organizovaćemo početni kurs računara za 25 studenata Podgorice, dva puta nedeljno po dva časa.

• Otvorićemo savetovalište za žene žrtve nasilja, koje će raditi svakim radnim danom od 9 do 20 sati, koje će pružati psihološke, terapeutske i pravne usluge, u trajanju od godinu dana.

8. Program i metod, metodologija sa vremenskim planom (ovo poglavlje se često naziva i "Aktivnosti projekta) - Metodology with Timetable /Activities
Pošto ste u prethodnim poglavljima opisali problem i promenu koju želite da izvršite, sada treba da objasnite kako ćete operativno izvršiti te zadatke. Ovde je izuzetno važna preglednost, korišćenje grafike, ilustracija, šema i dijagrama koji treba da ilustruju šta će se desiti za vreme trajanja vašeg projekta. Pošto je to detaljan opis realizacije vašeg projekta, to će najćešće biti i najduže poglavlje predloga projekta. Između ostalog, preporučujemo vam da opišete:

• odgovornost vašeg osoblja (ko će izveštavati, ko će vršiti kontrolu id.)

• koja je funkcija upravnog odbora, savetnika, itd.

• uključivanje volontera

• uloga ciljne grupe u vašem projektu

• kako ćete rukovati dobijenim sredstvima

• lokacija i opis mesta projekta

• vreme implementacije projekta

• distribicija resursa

• alternativne metode za slučaj potrebe

Preporučujemo vam da u cilju vizuelizacije projekta, napravite vremenski plan - tabele i dijagrame koji će prikazati vreme potrebno za realizaciju svih aktivnosti.

9. Evaluacija (Evaluation)

Svaki predlog projekta mora da sadrži i poglavlje o evaluaciji , koji će opisati kako će se utvrditi uspeh ili neuspeh u postizanju planiranih ciljeva i zadataka . Ako su vaši ciljevi dobro formulisani a vaši zadaci specifični i merljivi, onda je lako napisati ovo poglavlje, jer tačno znate šta treba evaluirati.

U ovom poglavlju treba da :

• odredite ko će uraditi evaluaciju i zašto

• šta će se evaluirati i kada (ciljevi, zadaci)

• postavite indikatore-pokazatelje

• objasnite metode koje ćete koristi kod evaluacije (test, istraživanje, upitnici, intervjui, posmatranje itd...). vodite računa da izbor metoda zavisi od indikatora

• navedite kada će izveštaj o evaluaciji biti napisan

10. Buduće finansiranje (Future Funding) - ponekad se naziva i Follow up - tj. nastavak projekta)

Donator očekuje od vas da već imate neku strategiju za nastavak i buduće finansiranje projekta. Donator naravno ne traži da date apsolutnu garanciju da možete da obezbedite sredstva i u budućnosti, već ga više interesuje da li imate alternativni lokalni izvor prihoda. Stoga budite što određeniji. Tu možete spomenuti:

• obećanja drugih agencija ili organizacija

• kako i kada će vaša organizacija pokriti neke od troškova

• aspekt održivosti projekta

• ostle potencijalne izvore podrške itd..

Zapamtite: traženje grantova je samo jedna od mnogih opcija za finansiranje projekta. Za mnoge OCD u SAD grantovi predstavljaju relativno mali deo njihovog budžeta. Oni se

najčešće oslanjanju na velik broj malih donacija. Ostali izvori prihoda mogu biti:

• lokalna preduzeća
• bogati pojedinci
• članarine
• prodaja promotivnog materijala poput majica, postera, videofilmova, kalendara
• publikacije: bilteni, brošure
• pružanje usluga - treninzi, seminari id.

11. Budžet (Budget)

U budžetu se detaljno prikazuju svi troškovi projekta. Ako je potrebno, treba dati i narativno objašnjenje pojedinih stavki (neki donatori to traže, neki ne. Uvek pažljivo pročitajte smernice konkursa).

Budžet se obično deli na tri kolone:

1. traženo (requested) - to je ustvari iznos koji tražite od donatora kome se obraćate ovim predlogom

2. učešće u troškovima / podela troškova na više donatora (cost sharing) - to je planirano učešće drugih donatora u ukupnim troškovima

3. ukupno (total) - to je zbir prve dve kolone

Vaš budžet mora biti tako napisan, da pruži sve odgovore na moguća pitanja donatora. U budžetu ne sme biti nikakvih iznenađenja ni novina - on proizilazi iz svega onoga što je napisano u prethodnim poglavljima, naročito iz aktivnosti. Ne smete tražiti sredstva za neku aktivnost, koja već nije opisana u projektu. Napr. ako u aktivnostima niste naveli transport, nemojte u budžetu tražiti sredstva za novi minibus!

Ovo su još neki saveti za sastavljanje budžeta:
• podelite budžet na personalne (lični dohoci i honorari osoblja ..) i nepersonalne troškove- personnel costs & non-personnel costs

• izbegavajte uopštene kategorije kao "različito", "ostalo"

• neka opis svake stavke u budžetu bude što detaljniji, tako da ne zahteva posebno objašnjenje (na primer, ako organizujete neki događaj, onda ćete verovatno imati sledeće troškove: prevoz učesnika, prevoz trenera/predavača, smeštaj/ishranu/osveženje za sve učesnike/trenere/organizatore, honorare za trenere/predavače, troškove štampanja i kopiranja, pribor, promotivni materijali i sl. Takođe, možda ćete iznajmiti salu ili opremu, pa ćete i to planirati kao trošak).

• indirektne troškove (to su nepredviđeni ili hitni izdaci vezani za projekat - napr. ako imamo projekat koji predviđa kupovinu novih računara biće potrebno kupiti diskete, softver, angažovati nekoga da instalira računar itd- pošto ne možemo direktno da predvidimo visinu ovih troškova, uzima se određen procenat od vrednosti računara) ograničite na 10-30% ukupnih troškova

12. Aneksi (Appendix)

Sve ono što bi donatora interesovalo, a ne treba da se nalazi u predlogu projekta , treba dati u aneksu (uvek prethodno proverite šta donatori traže. Na primer, konkursi EU izričito zahtevaju da se ne dostavlja dodatna dokumenta uz predlog projekta). U aneksu se najćešće nalazi:

• sertifikat o vašem pravnom statusu (rešenje o registraciji vaše OCD)

• organizaciona šema vaše OCD

• spisak članova upravnog odbora

• pismo podrške

• CV vašeg osoblja ili konsultanata

• opis poslova za vaše osoblje

• statistički podaci, tabele, grafikoni

• izveštaj o reviziji vaših finansija

• evaluacioni instrumenti, kao što su upitnici i testovi

• novinski članci, programi, brošure

• profakture ili cenovnici za traženu opremu, nameštaj

Prilog 3. Model budžeta jednog projekta

PROJEKAT "KEKEC ZA MLADE"
Podneto od strane NVO "Kekec" "Veseloj fondaciji"
Period: 1. oktobar 2004 - 30. septembar 2005 (12 meseci)
Valuta: EUR

Kodovi	Vrsta i opis troškova	Iznos
	TROŠKOVI KANCELARIJE	
	(učešće u troškovima kancelarije)	
	I. Plate (učešće u plati 10%)	
	A. Računovodstvo (12 meseci * 50)	600
	B. Doprinosi na plate (74%)	444
	I. Subtotal	**1,044.00**
	II. Pribor i oprema	
	A. Kancelarijski pribor (12*50)	600
	II. Subtotal	**600.00**
	III. Komunikacija	
	A. Telefon/Faks	150
	B. E-mail	150
	C. Poštanski troškovi	150
	III. Subtotal	**450.00**
	IV. Bankarska provizija i drugi troškovi	
	A. Bankarska provizija	150
	IV. Subtotal	**150.00**
	SUBTOTAL KANCELARIJA	**2,244.00**
	PROGRAMSKI TROŠKOVI	
	I. Personalni troškovi (plate)	
	A. Koordinatorka programa (50%) (12 meseci * 250)	3,000.00
	B. Asistent programa (50%) (12 meseci * 150)	1,800.00
	C. Doprinosi na plate (74%)	3,552.00
	I. Subtotal za plate	**8,352.00**
	II. KURSEVI ZA MLADE (2 kursa, 45 učesnika)	
	A. Lokalno putovanje (2*45*20)	1,800.00
	B. Smeštaj/hrana (2*2*45*37.5)	6,750.00
	C. Osveženje (2*2*45*8)	1,440.00
	D. Pribor i materijali za seminar	
	Pribor (2*45*2.5)	225
	Kopiranje/papir (2*45uč.*30strana*0.1E)	270
	E. Honorari za trenere (2*2osobe*100) doprinosi uključeni	400.00
	II. Subtotal za dva kursa	**10,885.00**
	Subtotal PROGRAMER	**19,237.00**
	TOTAL	**21,481.00**

Handout 26B:
RAZLOZI ODBIJANJA PROJEKATA

1. Projekat nije bio prikladno dokumentovan.

2. Projekat se ne čini značajnim/interesantnim finansijeru.

3. Potencijalni korisnici nisu bili uključeni u planiranje i uspostavljanje ciljeva projekta.

4. Projekat je loše napisan i teško razumljiv.

5. Ciljevi projekta se ne slažu sa ciljevima izvora sredstava.

6. Predloženi budžet nije u okviru raspoloživih sredstava fondacije.

7. Fondacija nije stekla poverenje da su osobe koje podnose projekat u mogu}nosti da sprovedu šta je napisano. Nije podneto dovoljno potvrdnih dokaza.

8. Ciljevi projekta su u svom obimu preambiciozni.

9. Podnosilac projekta nije pratio smernice koje je dala fondacija.

10. Neadekvatan postupak ocenjivanja projekta.

11. Nedovoljno dokaza o održivosti programa i nakon isteka perioda finansiranja.

TEME PREMA ODABIRU POLAZNIKA

Dani: 29 - 32

Poslednja četiri dana obuke se bave temama koje odaberu sami učesnici. Treneri/ce uz konsultacije sa zaposlenima u GI kancelariji, dogovaraju način na koji se sa polaznicima definišu teme.

LITERATURA

Dženi Hajat, "Umetnost obučavanja", Priručnik za trenere/ice, 1997.

TRENERSKI PRISTUPI I METODOLOGIJA TRENINGA U OKVIRU TREĆEG SEKTORA, Autor, Dušan Ondrušek, PDCS, Za Srbiju priredile: Mira Beara, Biljana Maletin, Aleksandra Vesić i Dubravka Velat, TIM TRI/Građanske inicijative 2003.

Mel Silberman, "Active Training", A Handbook of Techniques, Desings, Case Examples, and Tips, Assissted by Carol Auerbach, 1998

Julius E. Eitington, "The Winning Trainer", Fourth Edition, Winning ways to involve people in learning

A Handbook of Human Resource Management Practice, Michael Armstrong

"Participatory Learning & Action", A Trainer's Guide, Jules N. Pretty, Irene Guijt, John Thompson, Ian Scoones, Sustainable Agriculture Programme International Institute for Environment and Development, 1995

„ TRAINING TRAINERS FOR DEVELOPMENT" Conducting a Workshop on Participatory Training Techniques, The Centre for Development and Population Activities, 1995

Dubravka Velat i Radmila Radić Dudić, AKTIVNA OBUKA, Priručnik za trenere/ice,TIM TRI, Građanske inicijative, Služba za upravljanje kadrovima Vlade Republike Srbije, novembar 2007. godine

Osposobljavanje lidera/ki nevladinih organizacija za JAVNO ZASTUPANJE, Priručnik za trenere/ice, Prevod i adaptacija: Dubravka Velat[7]

Aleksandra Vesić, UPRAVLJANJE LJUDSKIM RESURSIMA, Priručnik za odgovorna lica za jednake mogućnosti i rodnu ravnopravnost, prilozi: Ivanka Jovanović, Lepa Mlađenović, Rozalija Ilić. TIM TRI I GRAĐANSKE INICIJATIVE, OEBS, Januar, 2003.

[7] Prevod i adaptacija odobrena od strane izdavača: CEDPA, The Center for Development and Population Activities, Washington, D.C.

O GRAĐANSKIM INICIJATIVAMA:

Građanske inicijative - udruženje građana za demokratiju i građansko obrazovanje (GI), osnovane su 14. maja 1996. godine. Naša misija je da jačamo građansko društvo putem obrazovanja, promovisanja demokratije i podrške aktivnom građanstvu. Naša vizija je društvo jednakih i aktivnih građana/ki koji/e odlučuju o svojim životima u demokratskoj pravnoj državi, uz puno poštovanje ljudskih prava. Od 2001. godine Građanske inicijative rade na poboljšanju položaja mladih ljudi kako na lokalnom tako i na nacionalnom nivou. Jačajući kapacitete i organizacione sposobnosti pojedinaca, omladinskih neformalnih grupa i organizacija, do sada smo radili u preko 50 gradova u Srbiji.

Izrada priručnika omogućena je uz podršku Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID) u okviru projekta „Osnaženi mladi za pozitivne promene u Sandžaku i Južnoj Srbiji". Za njen sadržaj odgovorni su autori i on ne mora nužno odražavati stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Američkih Država.