ДЕКЛАРАЦИЈА И ПРИРАЧНИК ЗА СРЕДНОШКОЛЦИ

ДЕКЛАРАЦИЈА И ПРИРАЧНИК ЗА СРЕДНОШКОЛЦИ

НАСЛОВ:

Декларација и прирачник за средношколци

ИЗДАВАЧ:

Здружение на граѓани „Младински образовен форум“
Ул. „Дренак“ 34 А, 1000 Скопје
Тел. +389 2 3139 692
www.mof.mk

ЗА ИЗДАВАЧОТ:

Марјан Забрчанец, извршен директор

АВТОРИ:

Јована Базерковска	Македонија
Ема Биерман	Англија
Георг Болдт	Финска
Еивинд Френг Дејл	Норвешка
Питер Герлах	Шведска
Ингрид Гогл	Австрија
Мартина Шеги	Италија
Бруно Селун	Франција
Гиљермо Торал Мартинез	Шпанија
Дејвид Токслер	Шварцарија
Антониа Вулф	Финска

УРЕДНИЦИ:

Марија Мирчевска
Антонио Даниловски

ПРЕВОД И ЛЕКТУРА:

Катерина Талеска

АДАПТАЦИЈА НА ДИЗАЈН:

КОМА

ПОДДРЖАНО ОД:

Фондација Отворено општество - Македонија

ГОДИНА НА ИЗДАВАЊЕ НА МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК:

2014

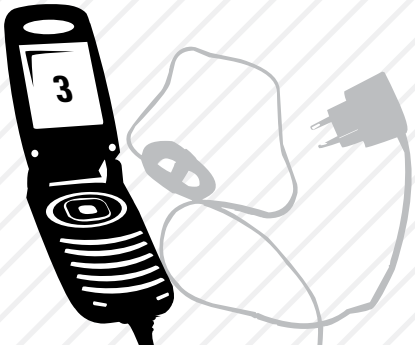
CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека “Св. Климент Охридски”, Скопје

342.7-057.874(035)
342.7-053.6(035)

ДЕКЛАРАЦИЈА и прирачник за средношколци / [автори Јована Базерковска .... [и др.] ; превод Катерина Талеска]. - Скопје : Младински образовен форум, 2014. - 135 стр. : илустр. ; 21 см

Содржи и: Анекс

ISBN 978-608-4666-05-9
1. Базерковска, Јована [автор]
а) Средношколци - Основни граѓански права - Прирачници
COBISS.MK-ID 96211978


3

СОДРЖИНА

Што е OBESSU? 6

ЗА МЛАДИНСКИ ОБРАЗОВЕН ФОРУМ 7

ДЕКЛАРАЦИЈА ЗА ПРАВАТА НА СРЕДНОШКОЛЦИТЕ

1. Член 1. Право на здружување 11
2. Член 2. Право на учество 11
3. Член 3. Право на жалба 12
4. Член 4. Граѓански права 12
5. Член 5. Право на квалитетно образовани 12
6. Член 6. Обука 13
7. Член 7. Право на пристап до образование 13
8. Член 8. Право да се зачува културниот и личниот идентитет 14
9. Член 9. Право на полова еднаквост 14
10. Член 10. Право на флексибилно училиште 14
11. Член 11. Право на соодветна училишна средина 15
12. Член 12. Право на информација и упатство 15
13. Член 13. Внатрешни правила 15
14. Член 14. Право на глобално и општествено образование 16

ПРИРАЧНИК ЗА СРЕДНОШКОЛЦИ

ДРАГ ЧИТАТЕЛУ 18

БЛАГОДАРНОСТ 19

1. Што е средношколска заедница 21
2. Активирање на средношколци 25
3. Скелет на една организација – структура на средношколските заедници 30
4. Промени – како да се поттикнат 36

1.1. Процес на носење одлуки во училиштата 37
1.2. Анализирање, планирање и создавање стратегии 39
1.3. Средби со носители на одлуки 43
1.4. Влијание по пат на преговори 46
1.5. Стретешки сојузништва 49
1.6. Оформување на јавното мислење – кампањи 50
1.7. Манифестации на моќ 53

1.8. Демонстрации 55
4. Спријателување – соочување со партнери 64
5. Осмели се – организирање настани 66
6. Информации, замисли, носење одлуки – организирање состаноци 74
7. Пајак во мрежата – оддржување состаноци 77
8. Што е кажано? – правење записник 81
9. Знаењето е сила – менаџирање на знаењето во средношколските заедници 83
10. Како до финансии? – собирање средства за средношколските заедници 89
11. Како да се задржат парите? – финансиски менаџмент во средношколските заедници 93
12. Заедничко работење – лидерство и тимска работа 95
13. Нови мисли, големи мисли – креативно размислување 103
14. Вистинската информација до вистинската личност – комуникација со членовите 106
15. Убедете ги сите – вештини за презентирање и реторика 109
16. Повеќе од обично зборување – комуникација во четири очи 113
17. Најдобриот пријател ти е најлош непријател – справување со медиуми 115

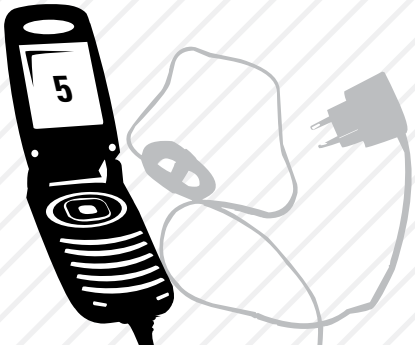
ЗАКЛУЧОК 123

АНЕКС

1. SWOT анализа 125
2. Пример правилник на локални средношколски заедници 127
3. Декларација за правата на детето 131

УРНЕЦИ ЗА ДОКУМЕНТИ

1. Урнек за записник 133
2. Дрво за евалуација 134



ШТО Е OBESSU?

OBESSU е основана во Даблин во 1975 година и претставува платформа за соработка меѓу државните средношколски сојузи кои се активни низ цела Европа и стручното средно образование.

OBESSU овозможува соработка меѓу средношколските сојузи со цел тие да можат да:

- Разменуваат искуства и функционални практики;
- Постигнат заеднички политички цели на европско ниво; на пример, овозможување демократско образование достапно за сите;
- Се поддржуваат меѓусебно, а даваат поддршка и за основање нови средношколски сојузи на места каде досега не се оформени.

Секретаријатот на OBESSU се наоѓа во Брисел и тој ја координира и имплементира програмата за активности на организацијата, а OBESSU ја претставува пред европските институции и други интересни групи на политичката арена под надзор на Одборот.

Организацијата ги спојува организациите-членки и набљудувачи во над 20 европски земји. Сите организации-членки се независни, национални, репрезентативни, демократски средношколски сојузи.

ЗА МЛАДИНСКИ ОБРАЗОВЕН ФОРУМ

“Младински образовен форум“ (МОФ) е младинска невладина организација формирана во 1999 година, кога работи на полето на образованието и човековите права. Активностите на организацијата се реализираат во рамките на три програми:

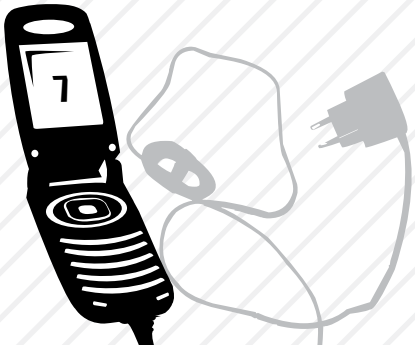
- **Неформално обрзаование (во која припаѓаат програмите Дебата, Учиме право и обуки за млади);**
- **Истражување, анализа и креирање младински и образовни политики;**
- **Младински активизам.**

Мисијата на Младински образовен форум е да обезбеди позиционирање на младите како релевантен општествен фактор кој ќе ја унапреди внатрешната и надворешната интеграција на Република Македонија.

Програмите на МОФ се насочени кон промовирање критичко мислење, поттикнување толеранција и почит кој туѓите идеи и ставови, промовирање на правото и демократијата и развој на квалитетно и транспарентно образвоние.

МОФ е активен на национално ниво, споредувајќи ги своите програмски активност во 12 градови во Македонија (Скопје, Тетово, Кичево, Дебар, Струга, Битола, Велес, Куманово, Кратово, Делчево, Штип и Гевгелија).

Во рамките на организацијата функционира и првото младинско интернет радио во Македонија. Радио МОФ (www.radiomof.mk), како и Центарот за промоција на образовни програми.



ДЕКЛАРАЦИЈА ЗА ПРАВАТА НА СРЕДНОШКОЛЦИТЕ

OBESSU Биро за организација на
европските средношколски сојузи

ЗА ПРАВАТА НА СРЕДНОШКОЛЦИТЕ

Овој документ им дава моќ на средношколците ширум Европа да застанат против малтретирањето и да се вклучат во влијанието врз секодневниот училиштен живот.

Бирото за организација на европски средношколски сојузи (OBBESU) ја објавува оваа Декларација за правата на средношколците во еден стандарден вид за сите образовни системи. Како средство за образовна и социјална правда, Декларацијата ја промовира идејата дека сите актери во образовната заедница и поширокото општество треба да ја практикуваат ефективно следење и прифаќање на правата на средношколците.

Декларацијата на неотуѓиви права кои тука се утврдуваат промовира почит за средношколците и нивната борба да го реализираат и одржат нивното место кое со право им припаѓа во училиштето и општеството.

OBBESU – Бирото за организација на европските средношколски сојузи е платформа за соработка помеѓу државните средношколски сојузи кои се активни во гимназиите и стручните средни училишта ширум Европа. Основано е во април 1975 година во Даблин, Ирска и ги спојува организациите-членки и кандидати од над 20 европски земји. Сите организации-членки се независни, репрезентативни и демократски средношколски организации.

Член 1

ПРАВО НА ЗДРУЖУВАЊЕ

1.1. Правото на здружување на било кое ниво на образование мора да биде загарантирано со закон.

1.2. Во секое училиште треба да постои законски признат ученички совет, избран по демократски пат од страна на средношколците. Сите ученици имаат право да се кандидираат на изборите.

1.3. Средношколците и средношколските сојузи треба да имаат право да основаат државни средношколски организации.

1.4. Финансиите, просториите и поддршката треба да се обезбеди од страна на училиштето, како и од локалните и централните власти надлежни за образование, со цел средношколските сојузи и организации да работат соодветно. Сепак, таа помош не треба никогаш да ја ограничи автономијата на организациите.

1.5. На средношколските организации на сите образовни нивоа треба да им се даде можност да ги реализираат активностите за време на учебните денови.

1.6. Средношколците мора да иммат право на собир, штрајк, демонстрации и изразување на мислењето во и надвор од училиштето. За сето тоа мора да им се даде слобода без последователни санкции.

Член 2

ПРАВО НА УЧЕСТВО

2.1. Средношколците мора да бидат вклучени во процесот на носење одлуки за сите прашања поврзани со училиштето. Ова мора да биде загарантирано со закон.

2.2. Моќта за носење одлуки не треба да биде само во рацете на одредени индивидуи; органите за носење одлуки на сите нивоа треба да бидат репрезентативни и демократски.

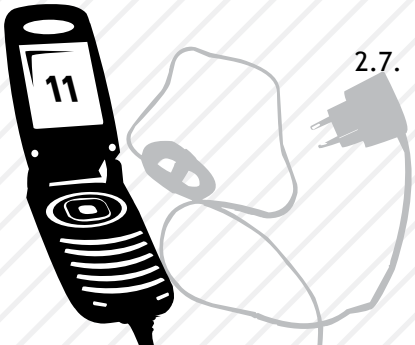
2.3. Мора да постои орган за колективно носење одлуки како што е на пример училишниот одбор кога станува збор за процесот на носење одлуки во училиштето.

2.4. Средношколците мора да имаат влијание врз содржината на предавањата, методите на предавање, наставната содржина и книгите.

2.5. На учениците треба да им се загарантира соодветно, транспарентно оценување на работата. Учениицте имаат право на севкупно и континуаирано оценување. Понатаму, на средношколците треба да им се даде прилика да ги оценат предавањата.

2.6. Средношколците мора да имаат подеднакво влијание како и професорите во процесот на носење одлуки во училиштето.

2.7. На средношколците треба да им биде загарантирано доволно време за учење.



Член 3

ПРАВО НА ЖАЛБА

3.1. Средношколците треба да имаат право на жалба против неправедно однесување кон нив, како и право да побараат дисциплински мерки во случај на такво непочитување. Жалбата треба да се разгледа од непристрасна структура.

3.2. Било која жалба спроведена преку внатрешни или надворешни канали не смее да им наштети на средношколците кои ја поднеле.

Член 4

ГРАЃАНСКИ ПРАВА

4.1. Граѓанските права мора да важат за сите средношколци.

4.2. Образованието мора да се заснова врз взаемна почит, разбирање, демократија, толеранција и еднаквост. Училишните системи треба да промовираат борба против дискриминацијата во сите форми, фашизмот и ксенофобијата. Средношколците имаат право на безбедна средина за учење.

4.3. Мора да се почитува приватноста на информациите на индивидуалните средношколци, а истите можат да се користат само со претходна согласност на ученикот.

4.4. Сите средношколци мора да имаат пристап до народен правобранител одговорен за образование.

4.5. Средношколците мора да бидат заштитени од сите форми на експлоатација.

Член 5

ПРАВО НА КВАЛИТЕТНО ОБРАЗОВАНИЕ

5.1. Средношколците мора да имаат право на висококвалитетно објективно образование.

5.2. Мора да постои квалитетно оценување на сите образовни нивоа.

5.3. Не треба да постојат никакви школарини. Средношколците треба да добијат државно средно образование финансирано од државата.

5.4. Стручното образование треба да им помогне на учениците да најдат работа соодветна на нивната подготовка и интереси. Во текот на процесот на носење одлуки за стручното образование треба да се консултираат социјалните партнери.
Стручното образование треба биде флексибилно при понатамошниот избор на кариера.

5.5. Генерално, средното образование треба да ги научи учениците на практични вештини и подготовки со цел успешно да ја искористат теоријата која ја учат во пракса во понатамошното образование и работен живот.

5.6. Училиштата треба да имаат адекватни материјали и технологии потребни за часовите.

5.7. Секое средно образование треба да содржи општо образование.

5.8. Училиштата треба да применуваат посебни мерки за надомест во случај на одредени недостатоци во претходоното воспитание и образование на средношколците. Сето тоа треба да биде бесплатно за учениците.

5.9. Сите делови на средношколскиот систем се со еднаква важност, треба да имаат еднакви права и еднаков статус.

5.10. На почетокот на учебната година, училишниот одбор мора да приложи доказ за валидност на новите книги кои ќе се користат на часовите. Користењето на книги не смее да се промени поради економски, туку поради образовни причини.

5.11. Средношколците мора да имаат адекватни и флексибилни распореди и време за учење во текот на целото образование.

Член 6

ОБУКА

6.1. Стручното образование треба да им помогне на учениците да најдат работа која одговара на нивните квалификации и интереси. Во текот на процесот на носење одлуки за стручното образование треба да се консултираат социјалните партнери. Стручното образование треба биде флексибилно при понатамошниот избор на кариера.

6.2. Училиштето е одговорно за периодите на обука во надворешни компани и гарантира дека обуката има реална и практична цел. Учениците имаат право, пред почетокот на учебната година, да бидат информирани за активностите што ќе ги работат и начинот на кој ќе бидат оценувани.

6.3. Учениците имаат право на обука за законските регулативи околу правата во работната средина и безбедноста на местото кадешто се учи.

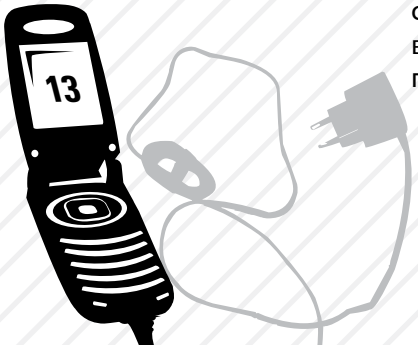
6.4. Учениците кои имаат пракса во текот на образованието не треба да се сметаат како замена за работници.

Член 7

ПРАВО НА ПРИСТАП ДО ОБРАЗОВАНИЕ

7.1. Не треба да постојат технички, финансиски или социолошко-културни бариери за влез во средното образование.

7.2. Пристап до било кој вид на високо образование треба да има секој кој завршил средно образование. Критериумите за упис во високото образование треба да бидат флексибилни и да поттикнуваат интерес за упис.



7.3. Од средношколците не треба да се бара да се усовршат во одредена област пред тие самите да се свесни за важноста и влијанието на изборот.

7.4. Просториите треба да се приспособени за ученици со инвалидитети така што и тие ќе можат да се образуваат под еднакви услови како и учениците без инвалидитети.

7.5. Може да се дозволи било каква пауза за време на школувањето без притоа ученикот да го изгуби дотогаш постигнатото ниво и без да го изгуби правото да продолжи со образование.

Член 8

ПРАВО ДА СЕ ЗАЧУВА КУЛТУРНИОТ И ЛИЧНИОТ ИДЕНТИТЕТ

8.1. Секој треба да има право да го зачува сопственото културно наследство. На средношколците кои зборуваат некој од јазиците на малцинствата треба да им се понудат часови по нивниот мајчин јазик. Исто така, на учениците припадници на некоја од малцинските групи треба да им се понудат изборни курсеви за нивниот јазик и култура.

8.2. Училиштето мора да ја почитува индивидуалноста на секој ученик. Еднаквоста во образованието не треба да значи едноличност: на учениците треба да им биде дозволено да ги развијат личните способности и идентитети во насоката која ја сакаат.

Член 9

ПРАВО НА ПОЛОВА ЕДНАКВОСТ

9.1. Разликите во вештини поради посебната социјализација на учениците од различни полови треба да се надомести со помош на образованието. Училиштата треба активно да се залагаат за полова еднаквост во општеството.

9.2. Со цел да се постигне образование кое ќе промовира полова еднаквост, половите не треба да се претставуваат како стереотипи во процесот на образование.

9.3. Вработените во средните училишта треба да се вработуваат според нивните знаења и способности, без разлика на пол, религија, сексуална ориентација итн. сѐ со цел на учениците да им се даде слика за различните ориентации во општеството.

Член 10

ПРАВО НА ФЛЕКСИБИЛНО УЧИЛИШТЕ

10.1. Надлежните органи треба да се погрижат училиштето да добие флексибилна рамка за дефинирање општи насоки и минимални предуслови.

10.2. Образованието и учењето не траат само за време на училишните години. Школскиот систем треба да се приспособи на принципот континуирано образование. Учениците треба да се научат на способности и да им се дадат средства за активно барање информации, а не само пасивно да примаат знаења за време на наставниот процес.

10.3. Средношколците мора да имаат право да се здобијат со образование во соодветна форма дури и кога се отсутни од училиште поради болест или друга со закон оправдана причина.

Член 11

ПРАВО НА СООДВЕТНА УЧИЛИШНА СРЕДИНА

11.1. Средношколците треба да имаат право да се образоваат во соодветна среднина за учење. Во училиштата треба да се применат закони за обезбедување соодветна работна атмосфера.

11.2. Треба да се земе во предвид и да се обрне внимание на социјалната функција на училиштето.

11.3. Средношколците мора да имаат право на бесплатно осигурување додека се на училиште и прават активности поврзани со образовната програма. Тие мораат да имаат право на бесплатна медицинска помош во случај на несреќа во текот на школските активности, вклучувајќи ја тука и практичната работа како дел од образовната наставна содржина.

Член 12

ПРАВО НА ИНФОРМАЦИЈА И УПАТСТВО

12.1. Средношколците имаат право на адекватна информираност за нивните права и можности како и за едукативните и учесничките структури.

12.2. На сите ученици треба да им се дадат правилни насоки и ориентации за сè она што ги засега. Во склоп на училиштата треба да е обезбедена психолошка и социјална помош.

12.3. Средношколците треба да се информирани за сè што е важно во врска со образованието и неговите процедури. Пред почетокот на секое полугодие, на средношколците треба да им се претстави планот за секој предмет од наставната програма.

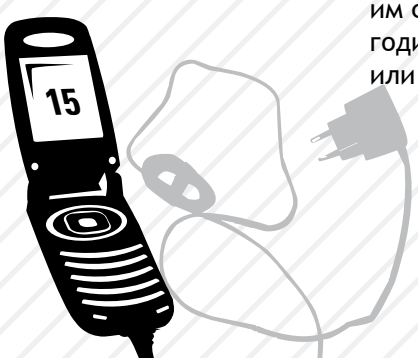
12.4. Средношколците имаат право да добијат било каква информација и знаење без цензура или други органичувања.

Член 13

ВНАТРЕШНИ ПРАВИЛА

13.1. Во секое училиште треба да постојат внатрешни правила. Училишниот одбор или заедница треба да одлучи за содржината на правилата. Во двосмислени случаи, училишниот одбор ќе изврши интерпретација на правилата, а не директорот или професорите.

13.2. На почетокот на секоја учебна година, на средношколците треба да им се подели лист со правилата на училиштето. Доколку во текот на годината има промени на правилата од страна на училишниот одбор или заедница, тие треба да бидат соопштени на истиот начин.



Член 14

ПРАВО НА ГЛОБАЛНО И ОПШТЕСТВЕНО ОБРАЗОВАНИЕ

14.1. Средношколците имаат право на образование од областите кои се важни за разбирање на светот во кој живееме, како на пример:

- Интеркултурно образование
- Сексуално образование
- Образование кое промовира демократско учество во општеството
- Образование за животната средина
- Толеранција и солидарност
- Социјални вештини
- Полови разлики и различна полова ориентираност

ЗАШТИТА И КОНТРОЛА

Со цел да се заштити соодветната употреба на усвоените содржини во оваа повелба, како и да се почитуваат законите за правата на средношколците, од огромна важност е да постојат контролни органи на секое ниво кои ќе бидат компетентни да преземат дисциплински мерки против страната која направила прекршок.

WWW.OBESSU.ORG

Усвоено во јули, 2006 година од страна на Генералното собрание на OBESSU кое се одржа во Охрид, Македонија

ПРИРАЧНИК ЗА СРЕДНОШКОЛЦИ

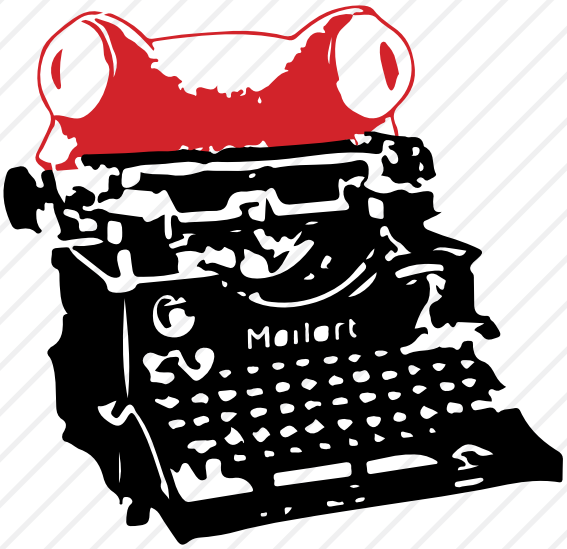
ДРАГ ЧИТАТЕЛУ...

Книгата која ја имате во раце, Прирачникот за средношколци, е напишан со цел да ги запознае средношколците со работата на една средношколска заедница и сите негови аспекти; од неговото раѓање до корените, од економскиот менаџмент до организирање настани, од ученичко лидерство и мотивација до справување со медиуми и реторика.

Целта на овој прирачник е да го поттикне ученичкиот активизам, како и да ги потпомогне раѓањето и развојот на средношколските движења чиешто постоење е под постојана закана од неискуството и недоволната информираност и познавање.

Понатаму, овој прирачник нуди примери на активности, кампањи и услуги реализирани од одредени државни средношколски заедници во Европа и ви дава информации за тоа како да се поврзете со таквите организации.

Причината зошто веруваме дека средношколските заедници се важни е што иако сите тие имаат различни облици на собирање и соочување, сепак се стремат кон една иста цел, а тоа е подобрување на средношколските услови, и додека го прават тоа, тие поттикнуваат дебата и креативност во училиштата и општеството како целина.



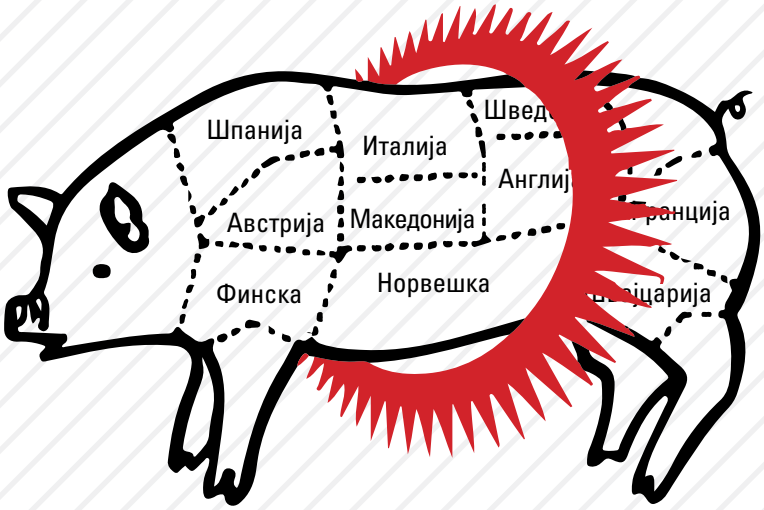
Исто така, средношколските заедници промовираат учество, активизам, идеја за собирање и промовирање демократија. Преку заедниците, средношколците секојдневно искусуваат демократија во нивните училишта; на тој начин се подготвуваат да станат граѓани во едно сложено општество.

Принципот на учество е основа на нашата демократска култура. Училиштата кои не го земаат во предвид овој принцип само половично ја извршуваат својата улога. Тие ги полнат мозоците на учениците со мисли, но никогаш нема да ги научат на вештини кои би му се нашле понатаму во животот на секој активен и одговорен граѓанин.

Поради овие причини се надеваме дека Прирачникот за средношколци ќе поттикне многу млади луѓе активно да се вклучат во средношколските заедници низ Европа, како на локално, така и на државно ниво, и со тоа да им овозможат на учениците ширум Европа да им дадат глас на своите идеи, потреби, права и интереси.

Уживјате во читањето!

OBESSU



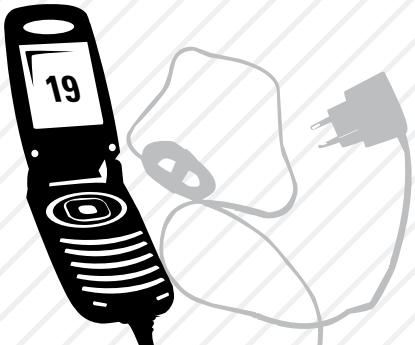
БЛАГОДАРНОСТ

Би сакале да им се заблагодариме на сите оние кои беа дел од создавањето на Прирачникот за средношколци:

Јована Базерковска	Македонија
Ема Биерман	Англија
Георг Болдт	Финска
Еивинд Френг Дејл	Норвешка
Питер Герлах	Шведска
Ингрид Гогл	Австрија
Мартина Шеги	Италија
Бруно Селун	Франција
Гиљермо Торал Мартинез	Шпанија
Дејвид Токслер	Швајцарија
Антониа Вулф	Финска

И посебна благодарност до Европската младинска фондација при Советот на Европа што обезбеди финансиска поддршка за овој проект.

Без вас, овој прирачник немаше да постои.



1. ШТО Е СРЕДНОШКОЛСКА ЗАЕДНИЦА? - ШТО Е СРЕДНОШКОЛСКА ЗАЕДНИЦА?

ВОВЕД

Учениците секојдневно прават напори да ја подобрат сопствената ситуација, во и надвор од училишните клупи. Средношколска заедница е тело оформено од ученици кои ја координираат таа работа. Заедницата нуди координација, поддршка изастапување со цел средношколците да преземат активности во свој или во интерес на соучениците. Преку заедницата, средно школецот се здобива со алат кој го зголемува резултатот на неговата/нејзината работа. Ова значи дека заедницата може да ги координира учениците во едно училиште или на регионално/државно/глобално ниво, врз основа на тоа каде се наоѓа најголемото тежиште.

ЦЕЛИ

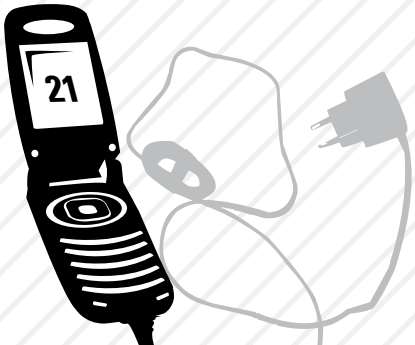
Средношколските заедници во Европа се сретнуваат во повеќе облици, но сите тие имаат една иста цел, а тоа е да ги заштитат и промовираат заедничките интереси на средношколците. За подетално да ја објасниме оваа цел, ќе ја поделиме на пет категории.

- Заштита и промоција на фундаменталните права на средношколците
  Да се заштитат фундаменталните права на средношколците значи да се погрижиме основните општествени принципи да се применат во случаи поврзани со средношколците, како на пример, да им се даде право на слободен говор, право на здружување, отсуство на групна казна итн.

- Заштита и промоција на образовните интереси на средношколците
  Да се заштитат образовните интереси на учениците прво и основно значи да се овозможи пристап, објективност и квалитет на образованието. Ова може да се постигне преку влијаење врз педагошките методи и начинот на кој се структурирани крајните полагања или матурата.

- Заштита и промоција на работната средина на средношколците
  Интересот на средношколците за здрава и безбедна работна средина ги вклучува и физичката и психолошката средина. Ова се постигнува преку меѓусебно почитување во целата средношколска заедница, а искоренување на заплашувањето, малтретирањето и дискриминацијата по разни основи.

- Заштита и промоција на економските интереси на средношколците
  Средношколците ретко имаат доволно пари. Да се заштитат економските интереси на средношколците значи намалување на трошоците поврзани со образованието, воведување/зголемување владина финансиска поддршка за средношколците, како и лобирање за попусти на услуги/производи кои често се користат од средношколците, како што се библиотеките, кафулињата, јавниот превоз итн.



- Заштита и промоција на општествените интереси на средношколците Средношколците не го сакаат училиштето само поради образованието, туку и поради можноста да бидат дел од една социјална мрежа. Повеќето средношколци не се полнолетни, што значи дека во многу држави немаат пристап во диско, ноќни клубови и слично, а бидејќи средношколците немаат високи финансиски средства, многу ретко се организираат настани за нив. Поради сето тоа, средношколските сојузи можат да организираат активности и настани како спортски турнири, концерти или забави со цел на средношколците да им се овозможи корисно потрошено слободно време.

Како средношколските заедници ги заштитуваат и промовираат овие интереси?

Во основа, постојат три главни категории на активности организирани од средношколските заедници со цел да се заштитат и промовираат овие интереси.

- Политички активности, застапување и лобирање со цел да се изврши влијание врз надлежните органи за носење одлуки;
- Менување на јавното мислење и ставови во интерес на средношколците; и
- Организирање сопствени активности, настани и овозможување услуги за членовите.

Политички активности, застапување и лобирање за да се изврши влијание врз носителите на одлуки

Средношколските заедници ги контролираат одредени надлежни лица. Професорите ги контролираат педагошките методи, директорите ги контролираат поголемите проблематики во училиштето, локалните и државните органи ја контролираат легислативата итн.

Со цел да се подобри положбата на средношколците, сојузите треба да извршат влијание врз овие надлежни лица.

Повеќето активни средношколски заедници се значајни фактори во средното образование и надлежните органи ги консултираат за повеќе проблематики од полето на образованието, па имаат добра прилика да влијаат врз положбата на средношколците од самиот почеток. (за повеќе детаљи, види „Како да се влијае“)

Усогласување на матура

Усогласување на матурата е проект на холандската средношколска заедница, LAKS (Landelijk Aktie Komitee Scholieren) со цел да се подобрат нивните крајни тестови или матурата.

Скоро цели две децении, организирањето матура во Холандија беше со слаб квалитет. Тестовите не беа пропорционални еден на друг, односно некои беа многу тешки, а други беа премногу лесни; на локално ниво организацијата на матура понекогаш најдобро се опишуваше како хаотична, а напати тестовите содржеа и грешки.

Во тоа време, учениците немаа каде да се пожалат, и затоа во 1988 година, LAKS утврдија начин за усогласување на матурата кој сеуште успешно функционира. Организацијата успеа да изврши влијание врз тестовите и целиот процес поврзан со тоа. LAKS има свој претставник на средбите каде се одлучува колку строго ќе се оценуваат тестовите. LAKS ги разгледува и жалбите за грешки во тестовите. Ако заклучат дека жалбата е прифатлива, директно ја информираат организацијата која го спроведува тестирањето. Доколку навистина е направена грешка, тие често одлучуваат дека за згрешеното прашање на учениците треба да им се дадат сите поени.

Во 1999 година, LAKS доби околу 7000 жалби, додека во 2005 година, се собраа 76000.

Ова не значи дека тестовите се влошуваат, туку дека луѓето го знаат проектот толку добро што се осмелуваат да раскажат за своите лоши искуства. Всушност, тестовите се подобруваат бидејќи сите имаат придобивки од фидбекот кој учениците го даваат на проектот. Многу грешки околу организацијата на матурата се коригирани, а посериозни грешки не се случуваат така често како порано.

Со растот на овој проект, LAKS добива сè повеќе медиумско внимание. Многу весници се јавуваат секојдневно и соработуваат со организацијата, што резултира со 4 емисии на радио и 2 дневници на телевизија секој ден во текот на периодот на полагање матура.

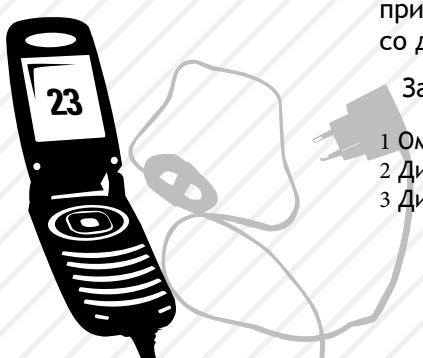
Менување на јавното мислење и ставови во интерес на средношколците

Не сите компоненти од положбата на средношколците се контролирани од надлежните лица. Кога се работи за предрасуди од калибар на расизам[1], сексизам[2] и хомофобија[3] помеѓу професор-ученик и во однос ученик-ученик, вистинска промена може да се постигне само преку општо подобрување на ставовите на училиштето.

Австриската кампања против хомофобија во училиштата

Кампањата „Du hasst mich weil ich dich lieben konnte“ (во буквален превод: „Ти ме мразиш бидејќи јас можам да те сакам“) на Австрискиот средношколски сојуз AKS беше организирана на тема хомофобија и беше посебно насочена кон училиштата. Целта на кампањата беше да се подигне свеста на луѓето за фактот дека училиштата сеуште не се соочуваат отворено со хомосексуалноста. Застарени сфаќања влијаат врз ситуацијата и ја влошуваат климата во училиштата, како и квалитетот на самото образование. Едно од барањата беше оваа проблематика да се вклучи во наставната програма, не само преку предмет насловен „Сексуално образование“, туку и преку ревизија на сите учебници, и не само да се користат слики со хетеро парови (на пример, мајка, татко и дете), туку да се користат и слики, на пример, со две жени.

За време на кампањата беа направени и разделени летоци,



1 Омраза кон странци
2 Дискриминација на основа на род, посебно кон жените
3 Дискриминација на основа на сексуална определба

постери и друг рекламен материјал, а почетната точка на кампањата беше медиумски настан.

Организирање сопствени активности, настани и услуги за членовите

Некои од потребите на средношколците можат да се задоволат независно од страна на средношколската заедница преку организирање различни настани, активности и давање услуги на членовите. Европските сојузи организираат буквално сè, почнувајќи од семинари за сексизам и полова еднаквост во училиштата, па сè до културолошки карневали, сместување во ученички домови и правни совети и поддршка за средношколците.

Финската ученичка картичка

Ученичката картичка е еден од најпознатите симболи за финската унија на средношколци од повисоките класови (Suomen Lukiolaisten Liitto, SLL). Картичката е одобрена од министерот за образование во Финска и претставува официјална ученичка картичка. Таа покажува дека одреден ученик е член на сојузот и дека учи во некој од повисоките средношколски класови.

Со покажување на картичката, средношколците од повисоките класови добиваат попусти во музеи, хостели, саеми итн. Понатаму, сојузот успеал да овозможи над 600 државни и локални попусти достапни само за своите членови. Примери на државни придобивки за членовите: попуст на јавниот превоз (автобуси и возови), оптички услуги, ресторани за брза храна, книжарници, подготвителни курсеви, претплата за списанија итн. Примери на локални придобивки за членовите: попуст на превозот до училиште, ресторани, фризери, кафулиња, хостели, продавници за облека итн.

Картичката изгледа како кредитна картичка и е направена од пластика. На неа се наоѓа слика на сопственикот, име и име на училиштето. На задната страна има магнетна лента и име на сојузот на англиски и шведски. Во долниот лев агол на картичката се наоѓа учебната година (на пример, 2006-2007) и датумот на истекување на истата. Кога членот ќе плати членарина за следната година (14 €), на сопственикот му се праќа налепница (која треба да се залепи на картичката) и картичката е валидна за следната учебна година.

Сојузот ја овозможува ваквата картичка бидејќи смета дека учениците се посебна група во општеството и бидејќи нивна задача е само да одат на училиште, треба да им се овозможат производи и услуги по пониска цена. Сите попусти и придобивки се објавуваат во списанијата на сојузот и на нивните интернет страни.

2. КАКО ДА СЕ **АКТИВИРААТ** СРЕДНОШКОЛЦИТЕ

-АКТИВИРАЊЕ НА СРЕДНОШКОЛЦИТЕ

ВОВЕД

„Учениците не учат“ или „на учениците не им е гајле“ е она што честопати го слушаме по медиумите, од политичарите, па понекогаш и од средношколците активисти. Тоа не е точно. Повеќето ученици се грижат за училишните обврски, учат и важна им е нивната положба во општеството. Ако не се дел од средношколската заедница , тие можеби се инволвирани во нешто друго или пак, самиот сојуз не е способен да им ја покаже на учениците врската помеѓу сојузот и нивната положба. Важно е да не ги обвинуваме средношколците за неактивност. Подолу ќе ви претставиме одредени погледи за активизмот, што ги мотивира луѓето и како да ги исползуваат овие мотивациски сили.

ОСНОВЕН АКТИВИЗАМ

Што значи „да си активен“? Општо земено, се работи за промена на моменталната ситуација и реагирање кога нештата не се во ред. Сепак, додека за едни луѓе ова значи одење по сопствениот пат и правење сè за сопствената кауза, за други луѓе активизмот може да биде нешто досадно, вознемирувачко или нешто во што би сакале да учествуваат, но не можат.

Слика 1 покажува еден општ модел од 4 различни реакции кон средношколскиот активизам. Било кој средношколец може да се лоцира некаде на оваа „мапа на средношколски активизам“. Од лево кон десно, луѓето се сè поангажирани во заедницата; од долу кон горе, луѓето се сè помотивирани. Четирите најчести ставови кон средношколската работа се: Активист *(мотивиран и активен),* Фрустриран *(мотивиран, но пасивен)*, Демотиватор *(активен, но незаинтересиран)* и Следбеник *(пасивен и незаинтересиран).*

Се разбира, на ова не треба да се гледа како на реалната вистина, туку како на модел кој може да понуди нови перспективи за проблематиката.

АКТИВИСТИТЕ се мотивирани и активни. Знаат за што се борат, мотивирани се за да ги остварат своите цели и се активни во некоја заедница или самоиницијативно за некоја друга кауза.

ФРУСТРИРАНИТЕ се мотивирани да дејствуваат и направат разлика, но сепак се пасивни. Една од можните причини е што не ги знаат начините за да се активираат во своето поле; на пример, можеби не се свесни за постоењето на вакова заедница, или не знаат како да станат дел од неа , или пак, се срамат да му пристапат на некој и да се активираат.

Друга можна причина за некој да биде мотивиран, но пасивен е што системот не го дозволува тоа. На пример, група ученици се мотивирани да основаат локална средношколска заедница, но училишните правила или директорот не се согласуваат со идејата. Очигледно, тие треба да се обидат да го сменат целиот систем. Ако воооштo не постои заедница, а вие сте едни од фрустрираните ученици кои тука се опишуваат, едно од можните решенија е да продолжите да читате.

ДЕМОТИВАТОРИТЕ се незаинтересирани, односно нема да вложат енергија во вашата битка, а сепак се активни и често ја шират својата незаинтересираност. Претежно се обидуваат да ги убедат другите ученици дека не вреди да се дел од работата на заедницата, или пак, имаат цинички поглед кон таквата работа.

Причините за ова се различни; на пример, некој може да биде фрустриран бидејќи не е способен да се активира, ја губи мотивацијата и сака да ги убеди останатите (најчесто Следбениците) дека е бесполезно да трошат време и енергија за битките во кои тие не влегле. Тој/таа можеби бил/а активист, но ја загубил/а мотивацијата, па по навика продолжил/а да биде активен/а. Како друга причина се сретнува и фактот што демотиваторот смета дека каузата е бесполезна, или едноставно сака да биде против мнозинството од лични, непознати причини.

Иако демотиваторите се ретки, доста се штетни за мотивацијата на лично или училишно ниво. Добар став кон демотиваторите е да им се потенцира дека иако нивното мислење се почитува, и тие треба да ги почитуваат мотивациите на другите, а не активно да ги негираат.

СЛЕДБЕНИЦИТЕ се незаинтересирани и пасивни ученици. Тажно, но повеќето ученици се следбеници: иако не им пречи повремено да присуствуваат на настани, тие нема да преземат иницијатива да станат дел од заедницата , а да не зборуваме за самостојно иницирање кампања или конструктивно дискутирање со надлежните кога нешто не е во ред.

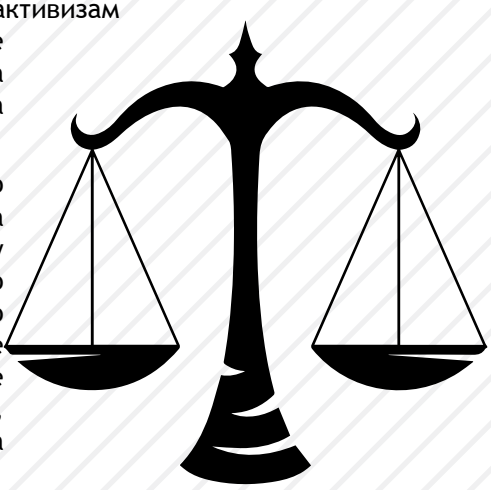
Следбениците не грешат: секој може да е или да не е мотивиран да се активира во заедницата . Ваша работа е да ги мотивирате.

МОТИВАЦИСКИ СИЛИ

Што една личност ја мотивира да потроши време на различни интереси зависи од човек до човек. Она што тебе те мотивира, не значи дека ги мотивира и другите. Луѓето уживаат и се мотивирани од различни работи. Ова се некои нешта кои може да ги мотивираат луѓето:

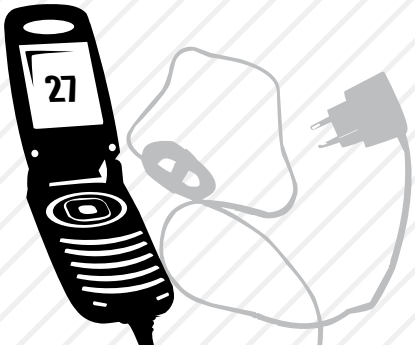
- борба против неправда
- тоа што се дел од тим
- запознавање нови луѓе
- резултати од сработеното
- добивање комплименти
- добивање јавно внимание
- здобивање статус
- конкуренција
- правење нешто во што сте добри
- искусување нови нешта и места
- учење нови работи
- обврска
- постигнување цел за која сметате дека е важна
- лутина
- предизвик

Со цел да се придвижат учениците нагоре на мапата за средношколски активизам и со цел повеќе луѓе да се инволвираат во работата на средношколските заедници , потребно е заедницата да ги исползува сите овие мотивациски сили. Секој треба го ограничи својот активизам во областа за која е заинтересиран. Само затоа што работите програмирање и сакате да и помогнете на заедницата да направи веб страна, не значи дека сакате да присуствувате на средби поврзани со трошоци за обуки.



Постојат многу активности кои се натпреварууваат да го привлечат вниманието на средношколците. Средношколската заедницата не е против другите невладини организации, туку се натпреварува со се друго на што ученикот може може да го потроши слободното време, а да не биде дел од заедницата. Со цел да придобиете повеќе средношколци во заедницата, морате да се соочите со сета таа конкуренција. Сојузот мора да биде поатрактивен за средношколците отколку другите активности, а врската помеѓу работата на заеднциата и личната положба на ученикот треба да биде јасно видлива.

Вклученоста и обемот на работа потребни за учество не треба да ги надминуваат придобивките, како на пр. резултати, задоволство од правње добри дела, искуство, задоволство да се биде дел од тим, знаење, нови пријатели, признанија, идентитет, статус итн., кои ученикот би ги добил со учество во работата на заедницата . Од вас зависи какви услови ќе создадете за секој член максимално да придонесе кон работата на заедницата .



ВО ПРАКСА

Постојат неколку начини за мотивирање на средношколците со цел да се вклучат во заедницата . Тука ќе ви претставиме неколку основни стратегии.

Изградете свест

Како што кажавме претходно, некои луѓе се мотивираат кога работат на некаква цел која им е важна и им се спротивставува на неправдите. На различни начини информирајте (линк до Креативно размислување) за неправдите со кои се соочуваат средношколците денес и како средношколскиот сојуз може да биде дел од решението за проблемот (за повеќе детаљи околу кампањите, види „Како да се влијае“).

Направете ги резултатите видливи

Преку јавно прикажување на резултатите на организацијата, може да активирате поголем број средношколци. Ниеден ученик не би сакал да биде дел од организација која не постигнала ништо. Тоа би било попусто потрошено време. Поради тоа, потребно е резултатите на сојузот постојано да се транспарентни. Залепете постери на кои има наведено конкретни резултаи. Организирајте забава или концерт кога ќе постигнете нешто важно. Резултатите на заедницата треба да бидат видливи за учениците во секое време. Ова е особено важно за привлекување на фрустрираните ученици, кои ќе сфатат дека сојузот може да ја претвори нивната мотивација во реални резултати.

ПРИМЕР

Elevorganisationen i Sverige (шведската средношколска организација) направи налепници за сите локални организации со натпис „средношколската организација го поправи ова“ кои можат да се стават на секое едно мало подобрување како што е нов кафемат, нови огледала во тоалетите, нови шкафчиња за учениците и било што друго издејствувано од средношколската заедница

Изградете тим кој е отворен и достапен

Повеќето средношколски заедници започнуваат со работа по пат на организирање почетен настан на стартот на секоја учебна година каде за викендите доаѓаат активни средношколци со цел да се запознаат, едуцираат, утврдат заедничка визија итн. Покрај градењето на свеста, искористувањето на приликите да се претстават постигнатите резултати на заедницата , поттикувањето на учесниците да научат нови работи и да се борат против неправдите, имате и фантастична можност да изградите одличен тим. Да се биде нов активист во заедницата значи дека се создава можност за десетици, а можеби и стотици нови пријатели со кои ќе си кажете „здраво“ низ школските ходници, што само по себе може да биде одличен мотиватор. (за повеќе детаљи, види Создавање на лидерски тим

Истовремено е важно сојузот да не изгледа премногу интерен/ затворен. Во една група често се развиваат одредени жаргони или шеги и тоа е дел од идентитетот на групата, делејќи ги тие што ја прифаќаат шегата од тие што не ја прифаќаат. Ова може да го зајакне екипажот, но истовремено постои и ризик да се исклучат луѓе кои сеуште не се „во игра“ и да се спречат нови активисти од вклучување во сојузот.

Посветете внимание, доверба и дајте признание

Еден од наједноставните начини да привлечете луѓе во заедницата , а кој ретко се користи, е да им кажете дека сакате да станат дел од него. Најдете ученици на кои им верувате и објаснете им зошто баш тие би дале голем придонес за заедницата. Ако на некого му кажете дека е талентиран, дека поседува одлични вештини и дека сметате оти тој/таа значително ќе придонесе кон работата на н заедницата, вие користите неколку од мотивациските сили наброени погоре. Луѓето треба да чувствуваат дека се вредни и важни. Сето ова е важно за активистите да се чувствуваат мотивирано.

Уживајте во работата

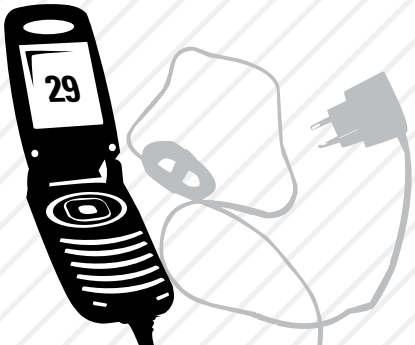
Многу компании почнуваат да сфаќаат дека платата не е единствената причина поради која луѓето работат. Поради тоа, компаниите се почесто вработуваат луѓе кои ќе бидат задолжени за организирање забави, патувања, рекреативни центри, настани и друго за останатите вработени, со што им се даваат дополнителни причини за работа освен платата. Истото се однесува и на средношколските заедници. Луѓето не можат да работат само за резултатот. Понекогаш работите не одат во посакуваната насока. Можеби нема да ги остварите посакуваните резултати. За да се погрижите работата на учесниците да не биде попусто, морате да им овозможите одлично поминато време и тоа постојано. Славете ги сите победи, и што е поважно, славете ги поразите затоа што тогаш ви е најпотребно доброто расположение.

„Телеграфот џунгла“ (пренесување информации по устен пат) е најдобар начин да се создаде добра јавна слика за средношколската заедница. Ако луѓето се забавуваат и уживаат во работата, тое ќе има огромен последователен ефект, бидејќи тие ќе им кажат на своите пријатели кои надежно ќе им кажат на своите итн.

Повеќето средношколски заедници ја користат обврската како генерална мотивациска сила. Често ќе слушнете: „Ајде де, мораш да дојдеш на состанокот!“ Проблемот тука е што луѓето кои се водат од обврска ретко преземаат сопствени иницијативи и ретко привлекуваат други луѓе во организацијата. Обврската е мотивациска сила без никаков последователен ефект. Држете се понастрана од неа!

Размислување

Создавањето на мотивациска средина е основа за успешена заедница. Што прави заедницата за да создаде ваква средина? Размислете и запишете какви мотивациски сили користите во вашата организација, а какви не користите. Како да почнете да ги користите на вистинскиот начин?



3. СКЕЛЕТ НА ЕДНА ОРГАНИЗАЦИЈА - СТРУКТУРА НА СРЕДНОШКОЛСКИТЕ ЗАЕДНИЦИ

ВОВЕД

„Колку поедноставна структура, толку полесна работа“ - е одлична реченица која треба да се има на ум кога зборувате за структурата на организацијата.

Сепак, структурата на организацијата е важна за да се легитимизира претставувањето на средношколците, да се овозможи демократија, да се олеснат активностите, да се овозможи менаџмент на знаења и да се има попрезирен преглед врз организацијата. Јасните структури им овозможуваат на учениците да ѝ пристапат на вистинската личност во сојузот. Сепак, структурите можат да бидат и контрапродуктивни. Погрижете се обврските со структурата и правилата на организацијата да не ви крадат од времето кое може да се употреби за вистински активности на сојузот, и сето тоа поради комплицирање на нештата. Фокусирајте се на вистинската работа и ставете ја бирократијата во сенка - ова не е ликот на организацијата кој сакате да го претставите.

Важно е и да се запомни дека структурите ги претставувате само кога има потреба. Можеби имате премногу активности, па се јавува потреба од утврдување некакви правила и скелет на меѓусебна поврзаност и начин на нивно спроведување. Никогаш не утврдувајте структури, па потоа да им доделите активности; секогаш треба да биде обратно.

Оптималната структура на една организација зависи од целите, историјата и активностите на организацијата, како и од многу други фактори. Според изложеното во поглавјето „Што е средношколска заедница?“ заедниците им служат на ученичките интереси преку политички активности и застапување, како и преку организирање сопствени настани, активности и нудење различни услуги. При организирањето на сојузот често ќе наидете на конфликт помеѓу овие две работни области. Кога станува збор за претставување на учениците, за заедницата е важно да има јасна, демократска и репрезентативна структура каде повеќето од членовите знаат што кажуваат нивните претставници кога комуницираат со различни надлежни лица. Претставниците ќе бидат поубедливи кога се борат за одреден ученички случај доколку им покажат на надлежните лица колку силна поддршка имаат од учениците (за повеќе детаљи, види „Како да се влијае“). Кога станува збор за организирање сопствени настани, услуги и активности, резултатите на сојузот ќе зависат од тоа колку ученици се вклучени во работата и колку организацијата е достапна. За ваквите работи не е потребна мнозинска одлука и строгата, репрезентативна структура може да биде пречка што ќе ја направи организацијата тешка за приоѓање од обичните ученици кои се заинтересирани само за организирање настан или активност. Потребно е да се најде рамнотежа за работата на организацијата. Затоа, не постои општа, валидна структура која може да ја дефинираме во ова поглавје; но, можете да истражите различни модели на сојузи на интернет страни како www.obessu.org за повеќе информации.

Различни нивоа

Средношколските сојузи најчесто се активни на четири различни нивоа:

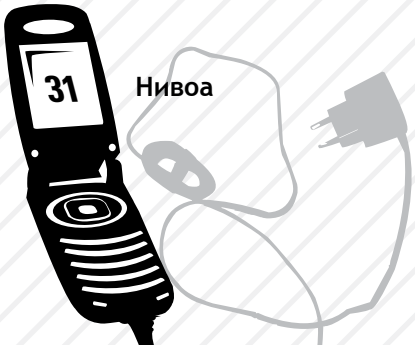
ЛОКАЛНИТЕ СРЕДНОШКОЛСКИ СОЈУЗИ се активни само во едно училиште. На ова ниво постојат најразлични структури и уште поголем избор на имиња за постоечките структури. Сите вакви сојузи имаат заедничка основа, а тоа е заштита и промоција на различните интереси и права на учениците, без разлика дали тоа се спроведува преку влијаење врз јавното мислење, влијаење врз надлежните лица или овозможување услуги за учениците од конкретното училиште.

Од причина што ваквите заедници се добар инструмент да се научи активно граѓанство и демократија во училиштата, нив понекогаш ги основаат директори и други надлежни органи со цел да поработат на демократска обука за учениците. Ова може да влијае врз независноста на сојузот, која е исклучително важна за негување на односот со учениците на едно вакво почетно ниво.

Иако локалните сојузи можат да постигнат многу резултати во училиштата, некои одлуки кои влијаат врз учениците се прават на повисоко ниво. За да се влијае врз таквите одлуки и да има придобивки за самите ученици, морате да се активирате во регионална или државна средношколск заедница или сојуз (или можеби да основате еден!).

РЕГИОНАЛНИТЕ И **ДРЖАВНИТЕ** СРЕДНОШКОЛСКИ ЗАЕДНИЦИ или СОЈУЗИ се основаат на нивоа каде можат да се најдат други образовни надлежни органи, како што се регионални или државни власти. Регионалните и државните средношколски заедници ја координираат влијателната работа на нивно соодветно ниво. Понатаму, ја олеснуваат комуникацијата помеѓу различни локални заедници со цел обострано споделување искуства, ширење релевантни новитети, трендови и проекти во врска со образованието и средношколската ситуација. Регионалните и државните сојузи се создаваат од локални сојузи кои сакаат да влијаат врз процесот на носење одлуки на повисоко ниво. Тие се потпираат на локалните сојузи и зависат од нивната активност. Без локално ниво, на сите регионални и државни сојузи би им недостасувала основа и како резултат на тоа можат да бидат немоќни.

МЕЃУНАРОДНИТЕ СРЕДНОШКОЛСКИ ЗАЕДНИЦИ или СОЈУЗИ како OBESSU имаат за цел да ја олеснат размената на искуства помеѓу државните средношколски заедници, како и да влијаат врз политичките одлуки на меѓународно ниво. Една од нивните најголеми цели е да се овозможи меѓународно единство на ученици, поддршка и механизам за учење. За повеќе информации, види „Што е OBESSU?“ и WWW.OBESSU.ORG.



Нивоа

	Локални средношколски заедници	Регионални/државни средношколски заедници
Област на работа	Во училиштата и локалната област	Ограничени на регион/држава, поврзани со локалните средношколски заедници
Надлежни органи	Наставници,директори, училиштен одбор, општина	Регионални/државни парламенти, власти и надлежни лица
Активности	Промовирање на средношколските интереси преку нивно претставување, услуги и градење на јавното мислење	Координација на влијаењето (лобирање, државни/регионални кампањи), размена на искуства и менаџирање со знаења, ширење информации за новитети и трендови во образованието и ученичките проблематики

Структурата на државната организација може да се насочи кон различни политички нивоа. На кое ниво да се насочите зависи од неколку работи, а особено од тоа каде учениците најмногу се пронаоѓаат себе си и каде се носат најмногу одлуки од интерес на учениците.

Во Франција, контролата врз образованието е длабоко централизирана. Министрите за образование во Франција можат, во било кое време, да погледнат на часовниците и да знаат што учениците прават во тоа време („Девет саатот е наутро. Учениците од шесто одделение имаат четврт час по алгебра“). Постојат државни средношколски сојузи кои се строго насочени кон централната, државна власт.

Во Шведска, локалните училишта се многу независни и можат да го обликуваат образовниот систем на начин на кој веруваат дека е најдобар за учениците. Ова остава доволно простор за средношколските заедници и објаснува зошто шведскиот средношколски сојуз своите ресурси примарно ги насочува кон локалното ниво.

ЧЛЕНОВИ

Очигледно е дека средношколската заедница ја сочинуваат ученици, но заедниицата треба подетално да дефинира кои ученици ќе се сметаат за членови. Размислете дали ќе работите во областа на повисокото средно образование и дали учениците од поиското средно образование ќе можат да и се приклучат на заедницата. Дали ќе се насочите само кон една област на средното образование, како на пример, стручното образование или пак, општо за средното образование и дали ќе бидете достапни за секого?

Повеќето локални заедници работат на принцип а) автоматско членство (сите ученици се членови, освен ако тие сами не го прекинат членството) или б) активно членство (секој ученик кој сака да биде член на заедницата мора да се активира преку плаќање на членарина, пополнување пристапница или нешто слично). Автоматското членство може да ви заштеди доста административна работа бидејќи нема да морате да водите списоци кој е член, а кој не е, но истовремено немате идеја колку добро сте закотвени во ученичката заедница; многу ученици се членови, а да не знаат ни дека постоите. Активното членство, од друга страна, значи повеќе администрација, но истовремено имате право да зборувате во име на членовите на организацијата бидејќи секој член активно се вклучил во неа. Преку списоците со членови, сојузот може лесно да увиди дали губи на популарнност кај учениците.

Постои можност за повеќе категории на членства: основно членство за секој ученик, напредно членство со членска картичка и можност за одредени придобивки за учениците кои плаќаат ниска членарина и поранешно или покровителско членство без право на глас (за поранешните ученици и други луѓе кои го поддржуваат заедницата).

ОРГАНИ ЗА НОСЕЊЕ ОДЛУКИ

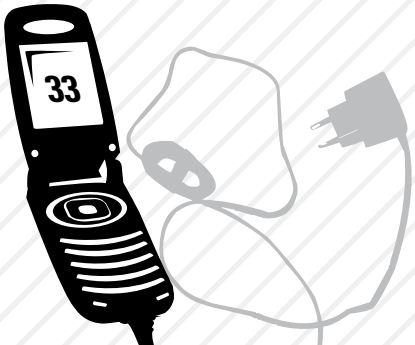
Штом ќе одлучите за структурата на организацијата, можеби ќе има потреба да ги распределите задачите и обврските помеѓу различните групи во склоп на заеницата (во понатамошниот текст „органи“).

Гласот на членовите – Генерално собрание, конгрес, конвенција итн.

Организацијата се состои од членови и затоа тие треба да имаат сопственост и контрола над важните одлуки во заедницата. Може да се работи за одлуки поврзани со политички цели, избори за позиции во заедницата, организациски активности и користење на заедничките финансиски средства и/или правила на заедницата.

Ова може да се постигне на различни начини, но повеќето организации се состануваат, а присутни се сите членови или претставници на локалните заедници за да ги дискутираат наведените проблематики. Ова е највисокиот надлежен орган во организацијата и најчесто се вика „Генерално собрание“, конвенција или конгрес на организацијата.

Одлуките најчесто се запишуваат во четири главни организациски документи и тоа:



- ПОЛИТИЧКА ПРОГРАМА

Ставовите на организацијата се запишуваат во Политичката програма на организацијата. Преку одредување заеднички политички став на организацијата, станувате сигурни дека сите оние кои ја претставуваат организацијата ќе промовираат само ставови кои ги застапува мнозинството.

- ПРОГРАМА ЗА АКТИВНОСТИ

Во Програмата за активности се наведуваат активностите за следната година. Со одредувањето јасна агенда, членовите ќе знаат дека за спроведените активности постои вистинско побарување од членовите.

- БУЏЕТ

За активности, политички акции и претставување се потребни одредени финансии. Кога ќе се одлучи за буџетот на организацијата, членовите може да им дадат предност на оние настани и активности за кои сметаат дека се најнеопходни.

- ПРАВИЛНИК

Добра идеја е да се има јасни правила за тоа како овој состанок ќе функционира со цел да се избегне внатрешен конфликт и да се практикува демократија. На пример, доколку членовите сакаат нешто да променат, можеби сите учесници треба да имаат право да поднесат предлози пред самиот состанок. На овој начин, предлогот ќе може да се дискутира со другите ученици пред да почне состанокот. Можеби правилата ќе дефинираат кој ќе има право на глас или ќе треба да се одреди минимален број присутни присутни за состанокот да биде валиден. На вас останува да го дефинирате она за што имате потреба. Штом ќе се дефинираат, овие правила треба да се запишат во Правилникот на организацијата. Правилниците им даваат легитимност на претставниците на организацијата. Демократски избраните претставници добиваат повеќе почит од интересните групи отколку другите активисти. Сигурно ќе ви го побараат правилникот/уставот на организацијата кога ќе отворате сметка во банка или кога ќе имате работа со властите. Во повеќето земји, правилниките потребен за да ви се префрлат финансиски средства. Во прилог на овој прирачник може да најдете пример на правилник кој ќе ви помогне во таа област. Од причина што постојат многу државни правила за тоа што еден правилник треба да содржи со цел да биде валиден, добро е да се консултирате со некој од вашата земја кој има професионални познавања од утврдување правилници.

При создавањето на Правилникот ќе треба да најдете рамнотежа помеѓу општи формулации на долг рок кои можат различно да се толкуваат и строги формулации кои се премногу јасни, па ќе треба често да се предефинираат со развојот на самата организација. Правилникот е исто така една безбедна мрежа која гарантира дека ќе се следат одредени постапки кои предвидуваат легитимност и континуитет. Правилникот треба да ја заштити организацијата од узурпирање во интерес на одредено малцинство.

Координатори и претставници – Одбор, извршен совет итн.

За секој проект треба да се има јасна поделба на улоги и одговорности. На пример, доколку имате комитет за демонстрации, ќе ви треба дизајнер за летоци и памфлети, координатор за медиуми итн. На истиот начин, на заедницата му треба координација со цел да функционира правилно. Најверојатно ќе треба да назначите некој одговорен за финансиските средства, едно контактно лице на организацијата (за заинтересираните групии поединци да знаат кого да го контактираат), лице задолжено за организирање на Генералното собрание, некој што ќе ја собира поштата, еден официјален претставник кој ќе комуницира со властите итн. Ова се само примери на задачи за кои треба јасно да се одреди кој ќе ги спроведува. Можеби вие сте одредиле уште неколку други области во заедницата за кои се потребни посебни позиции. Учениците на такви позиции најчесто се собираат на состаноците на одборот или извршниот совет. Најчестите позиции во Одборот се:

- ПРЕТСЕДАТЕЛ

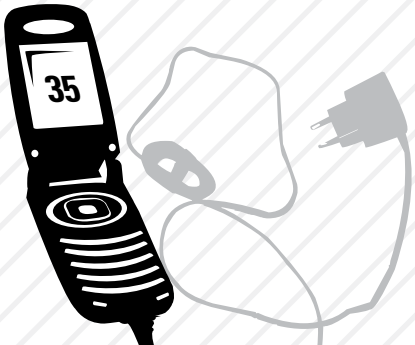
  Претседателот е задолжен за координирање на одборот и официјално претставување на организацијата.

- БЛАГАЈНИК

  Благајникот е задолжен за организација на финансиските средства. (за повеќе детаљи, види „Финансиски менаџмент“)

- СЕКРЕТАР

  Секретарот е задолжен за документација и архива на организацијата. (за повеќе детаљи, види „Менаџмент на знаења“ и „Правење записник“)



4. ПРОМЕНИ...
– КАКО ДА СЕ ПОТТИКНАТ?

ВОВЕД

Средношколците имаат право да ги искажат своите ставови во врска со работи што влијаат на нив, а исто така, имаат право и да се здружуваат. Кога ќе се здружат со цел да ги изразат своите погледи и мислења, на средношколците треба да се гледа како на интересна група во едукативниот процес, бидејќи тие се компетентни да кажат што мислат или како различните едукативни одлуки влијаат врз нив.

Средношколските заедници имаат уникатна задача – да зборуваат во име на средношколците и да ги натераат надлежните органи да слушаат што средношколците имаат да кажат или што мислат.

Преку зацврстување на правната положба на средношколците, многумина сметаат дека ќе можат многу повеќе да влијаат врз сопственото образование. Борбата за подобрување на правниот статус на средношколците (нивните права) е многу важна, но не и клучна. За максимално да се искористи правната положба, средношколците треба да се ефективни во убедувањето на надлежните органи. На актуелните средношколци мора да се гледа како на дел од одлучувачкиот процес и подеднакво почитувана страна во создавањето политики од надлежните органи.

Влијанието на средношколското движење не е загарантирано и никогаш нема да биде, но тоа не е причина да се престане со борба. Иако понекогаш ни фали искуство и треба да работиме напорно за да добиеме почит од надлежните органи, секогаш треба да имаме на ум дека зборуваме во име на една општествена категорија која нè избрала да ја претставуваме. Важно е да не останете сами на патот, туку да ги убедите професорите, родителите и политичарите да ви ги разберат и поддржат ставовите и напорите. Тоа често се постигнува преку лобирање, дискусии и мобилизација. Разбирајќи го процесот на носење одлуки, имајќи инстинкт како треба да се влијае на тој процес и преку општествена компетентност можат да се постигнат позитивни резултати.

4.1. **ПРОЦЕС НА НОСЕЊЕ ОДЛУКИ** ВО УЧИЛИШТАТА

НАДЛЕЖНИ ЗА НОСЕЊЕ ОДЛУКИ ВО УЧИЛИШТЕТО

Во повеќето земји, директорите на училиштата се правно задолжени за сите активности во училиштето и поради тоа се највисоко надлежно лице кое носи одлуки во склоп на училишната зграда основана од други клучни актери. Кој и што контролира во едно училиште се разликува од држава во држава. Моќта ја делат директорот, училиштниот одбор (или одборот на заедницата/општината), државната агенција за образование, министерството за образование итн. Сите овие тела можат да бидат интересни за лобирање на интересите на средношколската заедница. Некои се потешки за пристап, во зависност од нивниот интерес да се сретнат со претставниците на заедницата. Понекогаш ќе мора да ги заобиколите одговорните лица кои носат одлуки и да побарате попристапни начини за да влијаете.

Во некои земји, средношколците имаат претставник во училиштниот одбор со право на глас.

ТЕОРЕТСКО НОСЕЊЕ ОДЛУКИ

Со цел да се влијае врз наведените органи, средношколскиот сојуз треба да разбере како се одвива процесот на носење одлуки. Најлесно е да се мисли дека сите прашања се одвиваат без реални правила. Овој модел го дефинира процесот на сите прашања, од нивното поставување, па сè до нивната имплементација.

ШТО ЗНАЧАТ ОВИЕ РАЗЛИЧНИ ЧЕКОРИ?

Проблем	-Барањето е дефинирано, обликувано, а идентификуван е и неговиот извор
Алтернативи	- Се дефинираат различни алтернативни решенија
Препорака	- Една алтернатива се издвојува како официјален предлог
Одлука	- Се носи формална одлука
Остварување	- Практична имплементација
Евалуација	- Како се одвиваат работите?
Фидбек	- Учење од грешките и успесите

Каде во овој процес барањето има големо влијание врз тоа кого треба да го убедите и за какви барања може да лобирате? Основното правило е: што подолго трае процесот, толку е потешко да се влијае врз него. Треба да се запомни дека тој процес има форма на круг и затоа, можеби е подобро да се дејствува дури и ако не можете да издвојувате победа, но барем ќе имате заземено став пред наредниот процес.

БАРАЊЕ ИЛИ РЕШЕНИЕ

Каде во процесот одлуката дефинира дали средношколската заедница ќе приложи барање или решение?

Кога средношколската заедница става ново прашање на агендата, приложено е барање. Ова е релативно лесно да се направи и затоа конкуренцијата на „пазарот за барања“ е голема. Барањата претставени од страна на средношколската заедница се во трка со барањата на професорите, родителите, политичарите итн. за внимание од властите. Доколку заедно со барањето претставите и можни решенија, тогаш ја зголемувате неговата конкурентност.

Кога процесот ќе започне, повеќе нема потреба да приложувате барања бидејќи надлежниот орган веќе одлучил со кое барање ќе се справи. Тука е можноста да се повлијае давајќи можно решение на барањето. Потребно е средношколската заедница да биде информиран и консултиран. Затоа е важно заедницата да се смета за интересна група во процесот на носење одлуки. Ако заедницата знае да понуди решенија, можноста да влијае драстично се зголемува.

Забрана за мобилни телефони, дел 1

Неодамна, во едно училиште беше воведена забрана за користење мобилни телефони против волјата на средношколците. Забраната се наоѓа во стадиум на имплементација во текот на процесот на носење одлука. Каква беше реакцијата на средношколската заедница?

Според моделот за процес на носење одлуки, следните стадиуми врз кои треба да се влијае се фазите на евалуација и фидбек. Средношколскиата заедница не можеше да ја укине забраната за време на евалуацијата, но можеа да дадат конструктивна критика: Кои се позитивните, а кои негативните ефекти? Забраната беше воведена бидејќи мобилите ѕвонеа на час и го попречуваа спроведувањето на часовите. Дали забраната ја исполни својата цел? Што може да се подобри? Тука заедницата има можност да понуди идеи и да заземе став пред следниот процес. Можеби комплетната забрана отишла предалеку. Главна нејзина цел е часови без мобилни, а не ходници без мобилни.

Иако директорот и професорите се задоволни од оваа забрана, заедницата може да створи основа за промена во иднина.

4.2. АНАЛИЗИРАЊЕ, **ПЛАНИРАЊЕ** И **СОЗДАВАЊЕ СТРАТЕГИИ**

Првиот чекор при лобирањето е да се анализира, испланира и создаде стратегија.

НАБЉУДУВАЊЕ НА ПОЛИТИЧКИОТ ПЕЈЗАЖ

Кога станува збор за влијание, заедницата треба да убеди група или индивидуи кои се дел од еден политички пејзаж. Ефективното лобирање бара средношколскиот сојуз да го набљудува политичкиот пејзаж. Во пракса, на локално ниво, тоа значи да се знае какви разговори се водат во канцеларијата на професорите, за што дискутираат учениците (ова често се заборава и постои ризик дека средношколската заедница ќе стане нешто интерно за помала група на ученици) и што интересните групи размислуваат за конкретниот проблем.

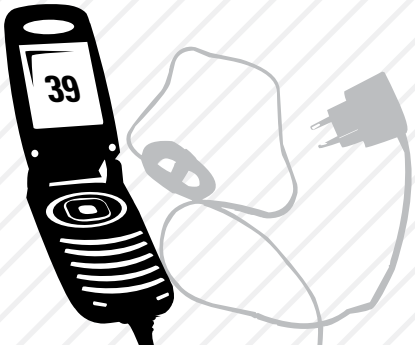
Локалниот средношколски сојуз треба да има канали барем до следните органи со цел да знае какви разговори се водат кај:

Директорот
Професорите
Училиштниот одбор (каде што постои таков одбор)
Локалните политичари

На државно ниво ова се однесува на...

Образовните агенции
Министерството за образование
Синдикатот на професорите
Синдикатот на директорите
Здружението на родители
Политичките партии
Националниот младински совет
Други младински организации

Да се знае какви разговори се водат значи дека некој од средношколската заедница треба да се гледа на ручек, кафе и сл. со одреден член на наведените групи и тоа што е можно почесто со цел да дознае што тие имаат на ум. Можете да присуствувате и на нивни состаноци, на пример, на средби на професорите итн.



СЕЛЕКЦИЈА НА БАРАЊЕ

Повеќето средношколски заедници имаат политичка програма која ги дефинира вредностите и мислењата на организацијата. Програмата содржи неколку барања за кои заедницата одлучува за кое ќе се лобира во моментот, во зависност од тоа кои барања се на агендата на другите интересни групи/тела активни во конкретната област. Моменталниот политички пејзаж ќе влијае врз лобирањето. Можеби сите професори неодамна биле на конференција на тема анти-заплашување или на презентација за нов истражен извештај од полето на педагогијата. За успехот да стане позагарантиран, средношколската зедница треба да избере барања кои се дел од политичкиот пејзаж. Сепак, некои барања заслужуваат да се претстават без разлика на тоа колку се ограничени шансите за нивно решавање.

АНАЛИЗА

Успехот од лобирањето се дефинира во фазата на анализирање. Затоа е важно заедницата да ги анализира барањето и политичкиот пејзаж. Тие се нераскинливо поврзани.

При анализа на барањето, треба да си ги поставите следните прашања:

Што е конкретната цел?
Каква е позадината на барањето во прашање?
Постојат ли други прашања врз кои се заснова и тековното?
Кои се различните ставови во врска со прашањето?
Дали некој од нив е поконкретен?
За што лобираме? (кој има придобивки од промената што ја предлагаме, кои средношколски групи ги опфаќаме со неа?)
Колкава поддршка имаме од учениците?

При анализа на политичкото барање, треба да се постават следните прашања:

Може ли да го решиме барањето?
Кој има моќ над таквите прашања?
Може ли да ѝ пријдеме на таа личност?
Какви сојузништва можеме да изградиме?
Кои се нашите потенцијални ривали?

Штом ќе биде готова анализата, може да се започне со правење стратегија. Стратегијата треба да го содржи начинот на кој заедницата работи, луѓето со кои треба да се разговара и методите кои ќе се користат (може да ја искористите SWOT анализата во прилог на прирачников).

Кратка стратегија

Потребно е да се работи стратешки, односно да се фокусира на целта. Стратешката работа може да се опише со следниот модел:

1. Идентификување на целта
2. Анализа и планирање на средства
3. Остварување
4. Евалуација

Што се однесува на лобирачките активности, поефективно е да се работи на помал број прашања. Ако се работи на тој начин, сојузот ќе биде посконцентриран и ќе ѝ пренесе појасна порака на јавноста.

Пример

Забрана за мобилни телефони, дел 2

Забраната за мобилни телефони штотуку е воведена во училиштето. Секој состанок на заедницата е во врска со забраната, многу класови се навистина вознемирени. Некои ученици бараат од заедницата целосно да ја укине забраната. Заедницата има потешкотии при пронаоѓањето заедничко мислење, дали забраната треба целосно или делумно да се укине? Заедницата одлучува да се позанимава со проблемот и почнува да ја анализира ситуацијата.

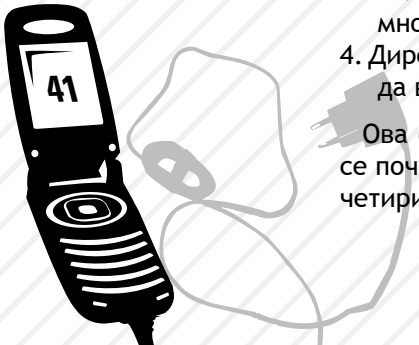
Како настанал проблемот? Многу часови биле прекинувани бидејќи средношколците заборавале да ги исклучат мобилните. На почетокот, директорот се обидел да ги забрани мобилните само во текот на часовите, но тие продолжувале да ѕвонат. Сега забраната е постојана; од самиот влез во училиштето до неговото напуштање. Позадината на проблемот е дека довербата во способноста на учениците да се грижат за своите мобилни е сведена на нула.

Проблемот со мобилните телефони не би бил со толкави размери, ако директорот и професорите не ја дискутирале важноста на редот и дисциплината во училиштето. Заедницата доаѓа до заклучок дека решението на проблемот треба да се усогласи со менталитетот на редот и дисциплината, а да не биде прекрого.

Забраната влијае врз четири различни групи:

1. Професорите кои сметаат дека е подобро кога има подисциплинирани часови.
2. Мнозинството ученици чии мобилни не ѕвонат за време на часовите и кои сакаат ред за време на наставата и кои се тажни бидејќи не можат да ги користат мобилните за време на паузи те.
3. Малата група на ученици чии мобилни никогаш не се исклучени и кои се многу вознемирени поради новото правило. Оваа група прави многу врева, но не е репрезентативна.
4. Директорот кој ги слуша професорите и кој има амбиција во училиштето да воведе ред и дисциплина.

Ова се четирите главни ставови околку проблемот со забраната. Тие се почеток на анализата на политичкиот пејзаж. Интересно е што три од четирите групи не се вознемирени околу забраната за време на часовите.



Средношколската заедница формулира предлог за лобирање. Целосно укинување на забраната никогаш не би профункционирало. Сосема е спротивно на мислењето на директорот кој сака ред и дисциплина во училиштето. Да се лобира за истиот став на една мала група која прави многу врева и не ги почитува правилата, исто така не е возможно. Тешко е да се убеди било кој да им верува.

Она што може да се направи е да се лобира за ставот на големата група ученици со добро поведение. Тие не вознемирувале никого пред забраната. Решението треба да се изгради врз довербата која постои во овие ученици со релативно добро поведение.

Резултатите од анализата на средношколската заедница се дека треба да се претстави проблем: „Поради моменталната забрана, учениците не можат да се јавуваат и примаат важни повици во текот на паузите во училиштето“. Заедницата има и решение за проблемот: „Да се намали апсолутната забрана за мобилни телефони“.

Директорот одлучува за сите правила во училиштето. Какви сојузништва можат да се направат? Професорите се задоволни сè додека мобилните не им ги прекинуваат часовите и поради тоа, тие се и можни партнери и потенцијални ривали.

Заедницата одлучува да се сретне со директорот, да го продискутира проблемот и да предложи решение. Истовремено, заедницата почнува да дава поддршка за проблемот на часовите.

4.3. СРЕДБА СО НАДЛЕЖНОТО ЛИЦЕ

Во повеќето земји, средношколските заедници имаат постигнато неверојатни резултати по пат на редовни дискусии со надлежните лица за носење одлуки и преку наоѓање соодветни канали за промовирање на своите идеи. Поголемиот дел од успехот е резултат на способноста да се знае како да се разговара со возрасните. За тоа не постои универзален рецепт, секој си има свој стил. Сепак, „општествената способност“ е централна доколку сакате резултати. Подолу ќе ви претставиме неколку практични совети.

CANAE (Конфедерација на средношколските сојузи во Шпанија) е член на шпанската владина интересна група која се занимава со средното образование. Секогаш кога ќе се поднесе нов предлог од областа на средното образование, владата ја контактира оваа конфедерација и останатите интересни групи. (за повеќе детаљи, види „Што е средношколса заедница?“).

Ова се некои сугестии:

РАЗМИСЛУВАЈТЕ ПСИХОЛОШКИ

За да убедите некого, ривалот треба најпрво да ве почитува. Сите човечки релации се засноваат врз почит. Сочувствувајте со носителот на одлуки, не го форсирајте, обидете се да ги погледнете работите од негова перспектива. Ќе биде во ваш интерес.

СЛУШАЈТЕ

Повеќето возрасни носители на одлуки ги игнорираат младите луѓе со различно мислење од нивното бидејќи сметаат дека младите не им ја разбираат поентата. Покажете дека ги разбирате и дека сакате подлабоко да го запознаете нивниот став, но дека и понатаму не се согласувате со него.

СРЕТНУВАЈТЕ СЕ СО СЕКОЈА ЛИЧНОСТ ОДДЕЛНО

Добар начин да влијаете врз некого е да изградите взаемна доверба. Тоа се прави во четири очи. Изградете личен однос со релевантните носители на одлуки, како што е директорот, политичарите кои се активни во полето на образованието и претставниците на професорските синдикати.

ФОКУСИРАЈТЕ СЕ НА ДОЛГОТРАЈНИ РЕЗУЛТАТИ

Не очекувајте да ви одговорат да или не на првата средба. Почекајте да се зацврсти односот. Започнете да го дискутирате проблемот. Почувствувајте го фидбекот. Дали расудувањата во врска со анализата на ситуацијата се точни или треба да се ревидираат?

БИДЕТЕ ДОБРО ПОДГОТВЕНИ

Најважно е добро да го познавате проблемот и да ги изострите аргументите. Ставете ги ставовите/барањата и аргументите на хартија за да му ги дадете на носителот на одлуки. Доколку се сретнете со некој кој ви е сосема непознат, обидете се да откриете што е можно повеќе информации за него/неа. Која е таа личност? Каква е неговата/нејзината позадина? Дали веќе има мислење во врска со конкретното барање? Дури и ако информациите што ќе ги пронајдете не се директно поврзани со проблемот, ќе станете посигурни со тоа што сте добро информирани, а ќе оставите и подобар впечаток.

РАЗМИСЛЕТЕ ЗА БРОЈОТ И КАРАКТЕРОТ НА БАРАЊАТА ЗА КОИ ЛОБИРАТЕ

Важно е да имате јасна стратегија позади барањата. Со колку барања сојузот може успешно да се справи? Дали промовирате толку многу барања што за носителите на одлуки е невозможно да ги проголтаат наеднаш? Дали некои од барањата се компромисни, барања од кои можете да се повлечете за да покажете добра волја кон противникот? Заклучокот е: детално размислете за изборот на барања со кои ќе се соочувате.

ИМАЈТЕ РЕАЛНИ БАРАЊА

Никој нема да ја сфати средношколската заедница сериозно ако лобирате за нереални проблеми и барања. Довербата е клучна. Со промовирање на нереални барања, довербата на носителите на одлуки во организацијата може сериозно да се наруши.

ПОКАЖЕТЕ РЕПРЕЗЕНТАТИВНОСТ

Особено е важно носителот на одлуките да разбере дека ставот или предлогот што го презентирате е мислење на мнозинството средношколци. Ако е очигледно дека средношколската заедница не застапува одредено мислење на средношколците, тој/таа нема причини да продолжи да ве слуша. Поддршката од средношколците може да ја докажете по пат на петиции или протоколи од состаноците на заедницата. Стратешки е да изберете претставници кои изгледаат и се однесуваат како еден просечен ученик со цел уште повеќе да потенцирате дека мислењето на сојузот е всушност мислењето на средношколците. Не носете религиозни или политички симболи (освен ако не сте сигурни во мислењето на соговрникот). Доколку носите црвена ѕвезда на средба со конзервативец би си ги отежнале работите. Средношколските заедници се политички и религиозно независни, а истото се однесува и на претставниците на заедницата (она што се прави надвор од заедницата е сосема друга работа).

СЛЕДЕТЕ ГИ ОСТВАРУВАЊАТА НА ВЕТЕНОТО

Носителите на одлуки честопати ветуваат многу. Понекогаш дури и не се сеќаваат што ветиле. Согласноста е наједноставен начин да се ослободите од некој, а истовремено повеќето носители на одлуки сакаат да се претстават како добри личности и не сакаат конфликти. Потрудете се да ги следите остварувањата на ветеното. Сретнете се со носителот на одлуката одреден период по ветувањето и побарајте да ви презентира што е сработено.

ЗАПИШУВАЈТЕ ГИ РЕЗУЛТАТИТЕ

По средбата, важно е да напишете забелешки и мислење за самиот состанок и за процесот. Лобирањето е долготраен процес, а приливот на активисти во заедницата е прилично брз. Записниците и мислењата им олеснуваат на новите луѓе да се запознаат со работата. Носителите на одлуки ветуваат многу. Документацијата ќе ви помогне да ги потсетите на нивните изјави, па остварувањето на ветувањата може да се случи многу поедноставно.

Ризици во градењето добри релации со носителите на одлуки

Кога градите добри односи со носителите на одлуки постојат и ризици кои сите средношколци треба да ги имаат на ум.

Средношколците сметаат дека претставниците делуваат во интерес на носителите на одлуки, а не во интерес на учениците

Претставниците често треба да ги претставуваат погледите на носителите на одлуки предз заедницата. Проблемот е што учениците може да помислат дека вие се согласувате со ставовите на оние кои носат одлуки. Бидете јасни во врска со својот став кон надлежните лица.

Добрите контакти може да ја наведат заедницата да се фокусира на погрешни работи

Во дискусиите со носителите на одлуки, на заедницата му се претставуваат голем број проблеми со кои надлежните се соочуваат во моментот. На истиот начин и заедницата влијае врз нив. Моќта може да корумпира.

заедницата се консултира за повеќе проблеми

Доколку директорот (или министерот за образование на државно ниво) се консултира со средношколската заедница за повеќе проблеми, за заедницата ќе биде тешко да се насочи кон проблемите кои имаат најголемо значење за средношколците. Важно е заедницата да знае да каже „не“. Не сите проблеми се занимливи. Изберете неколку приоритетни и држете се до нив.

Забраната за мобилни телефони, дел 3

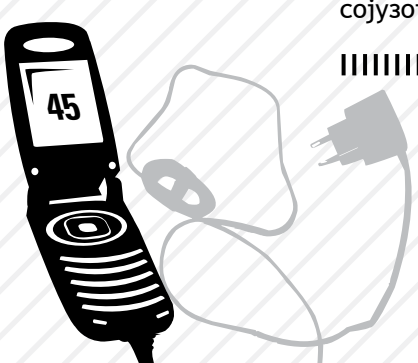
Средношколската заедница одлучува да го промовира проблемот за моменталната забрана која не им дозволува на средношколците да се јавуваат и примаат важни повици додека не се на час и не вознемируваат никого. Заедницата го идентификува директорот за носител на одлуката и решава да се сретне со него. Заедницата договара средба.

Заедницата избира претставик за средбата. Претставникот разговара со директорот за позадината на проблемот за да го дознае неговиот став и да му покаже како заедницата се соочува со проблемот. Претставникот потенцира дека заедницата ја дели амбицијата на директорот за ред и дисциплина на часовите (ова е во интерес на мнозинството средношколци).

Претставникот внимателно го претставува проблемот со апсолутната забрана за користење мобилни телефони во училиштето.

Претставникот ги користи аргументите на заедницата. Ако училиштето има задача да ги научи учениците како да се снаоѓаат во вистинскиот живот (покрај другите работи), тогаш треба да ги научи и да ги исклучуваат мобилните телефони, а како може тоа да се оствари ако учениците не смеат да носат мобилни на училиште?

Претставникот го увидува пулсот на директорот: ни нефинитивно не, ни дефинитивно да. Средбата е завршена, а претставникот се враќа во сојузот да рапортира.



4.4. **ВЛИЈАНИЕ** ПО ПАТ НА **ПРЕГОВОРИ**

Средношколските заедници маат што да добијат со успешни преговори. Клучот за влијанието честопати се наоѓа во тоа колку директорот, општината или училиштниот одбор сакаат да слушаат. Овие луѓе најчесто се искусни, сигурни и способни преговарачи. Важно е средношколската заедница да успее да го достигне нивното ниво и да поседува вештини за преговарање.

Речиси и нема надлежно лице кое ќе се исплаши или ќе посака да ви помогне ако сте бесни. За да ги убедите, потребни ви се подобри и поостри методи од бесот. Дејствувањето под влијание на бес и емоции не прави понеразумни.

Кога ќе се одлучите да преговарате имате повеќе шанси да победите доколку соперникот е на бродот. Како резултат на тоа, секој позитивен чекор на соговорникот кон заедничко решение е добро за вашата кауза. За да го разберете соговорникот, најважни се неговите размислувања и сигнали.

АНАЛИЗА

Планирањето е фундаментално за лобирање. Прв чекор е анализа на ситуацијата и стратегија за преговори.

Може да го користите следниот начин за развој на стратегија:

Анализа на ситуацијата
- Која е целта на преговорите?
- Дали целта може да се постигне со преговори?
- Кој е соговорникот?
- Зошто соговорникот сака да разговара со вас?
- Какви се неговите ставови за прашањето?
- Каков е неговиот став за вас?
- Дали ви верува?
- Дали вие му верувате?
- Обидете се да ги откриете ставовите на соговорникот за ситуацијата
- Јасно дефинирајте ги интересите.
- Размислете како ќе се справите со реакциите на соговорникот - доколку преговорите тргнат во погрешна насока

Размислете за соодветен приод кон соговорникот

ФАЗИ НА ПРЕГОВОРИ

Кога ќе завршите со планирањето и ќе договорите средба, време е да се посветите на вистинско преговарање, кое може да се подели во три фази.
- Излагање
- Дискусија
- Давање и земање

Фаза 1: Излагање

Сите преговори започнуваат со средба со соговорникот. Од првиот момент вие оставате впечаток кај соговорникот и фаќате темпо со кое ќе се движите низ преговорите. Внимавајте што зборувате и какви информации праќате со движењата на телото. Дури од овој момент можете многу да влијаете врз исходот на средбата. Вашиот соговорник исто така има чувства и се раководи по нив. Поедноставно е доколку ставот од самиот почеток е дека треба да се пронајде решение. Запомнете дека ако имате различни мислења, не значи дека треба да се мразите.

Причината за средбата е или бидејќи вие сакате да дискутирате нешто со соговорникот или обратно. Ако вие сте повикани на средба, треба да го слушнете соговорникот внимателно.

Доколку вие сте тие што ја организираат средбата, по краткиот вовед, време е да се започне со излагање. Ваша улога е да бидете адвокат или продавач кој со силни аргументи ќе го натера соговорникот да разбере дека вашата цел е погодна дури и за него/неа.

За време на излагањето, не зборувајте само за придобивките кон вашиот предлог, туку и зошто тоа е во интерес на соговорникот. Искористете го знаењето со кое се здобивте за време на истражувањето и покажете зошто вашата замисла е во нивен интерес.

Фаза 2: Дискусија

Соговорникот сигурно нема да се противи кога ќе потенцирате дека предлогот е во негова корист.

Сега е време да го дискутирате изложеното. Во оваа фаза различните мислења сеуште не се утврдуваат, но важно е двете страни да сфатат зошто моменталниот предлог не е прифатлив. За време на оваа фаза, важно е да слушнете што има да каже соговорникот.

Соговникот може да не сака да соработува и да се однесува агресивно, обструктивно или да користи подла стратегија. Сето ова е со цел да ве вознемири и извади од контакт. Соговорникот може и да ве понижи вас и вашата работа. Клучот за да ги неутрализирате ваквите напади е да ги признаете и именувате со вистинскиот назив; штом ќе препознаете напад, нема да дозволите тој да ви наштети. (за повеќе детаљи, види „Комуникација во четири очи“).

Друг начин да се однесувате со вознемиреният соговрник е да го слушате. Оставете го да заврши со поентата. Активното слушање е најлесен облик на однесување. Фокусирајте се на тоа што го кажува соговорникот, не го прекинувајте, климајте со главата и покажете дека го разбирате. Обидете се да го натерате да ви каже што го вознемирува.

Луѓето уживаат да зборуваат за своите емоции, горчини и проблеми. Кога соговорникот кажал што има на ум, тој/таа е многу порационален, конструктивен и фокусиран да го реши проблемот. Низ слушање може да го откриете ставот на соговорникот. Прифаќањето не значи согласност. Пораката е „сфаќам како се чувствувате“. Соговорникот гледа дека го разбирате и се фокусира на вашиот проблем.

Кога ќе се отстранат евентуалните пречки, преговорите може да се фокусираат на вашите потреби, а не на евентуален сомнеж, бес, горчина или вознемиреност.

Друг начин да стигнете до проблемот е по пат на прашања. Наместо да му ги посочите сите проблеми на соговорникот, поставувајте „прашања за

решавање на проблем“. Кога соговорникот ќе го искаже својот став, може да поставувате прашања наместо да ја отфрлате и потенцирате неприфатливата идеја. „Дали сакате на тој начин да се одвиваат работите?“, „Помогнете ми да сфатам зошто ова е толку важно за вас.“,„Зошто го сакате тоа?“,„Што ќе се случи ако постапиме на поинаков начин?“ и „Кои се причините за важноста на овој чекор?“. Може да поставувате и прашања со кои барате совет од соговорникот. „Што вие би направиле да сте на мое место?“ Не е паметно да поставувате да/не прашања како „дали...“, „зарем нема...“, „може ли...“, „не може ли...“. Наместо таквите прашања започнете со „како...“, „зошто...“, „што...“ итн.

Ако и покрај сите напори да најдете заеднички јазик со соговорникот не можете да изнајдете решение, тогаш треба да пронајдете алтернативен начин на преговарање. Напуштете ги преговорите доколку сметате дека може да издвојувате победа со поинакви активности.

Фаза 3: Давање и земање

Во најдобар случај ни вие, ни соговорникот нема да ги напуштите преговорите, па ви останува фазата кога се обидувате меѓусебно да се разберете, да ги отфрлите сомнежите, вознемиреноста и лутината. Сега знаете кои се можните решенија, па преостанува да бидете креативни и да изнајдете едно решение кое ќе биде во интерес на двете страни. За да се согласите ќе треба да анализирате решенија кои можеби не сте ги сретнале претходно. Доколку постигнете договор, важно е да ја констатирате вашата одлука на соодветен начин. Добро е тоа да се направи на хартија со цел да се спречат понатамошни недоразбирања.

Три работи на кои треба да се обрне внимание во текот на преговорите

- Преговарачот треба да ги погледне работите од перспектива на соговорникот. Преговорите се всушност комуникација. За да ја пренесете својата порака, треба да го разберете соговорникот и на што тој/таа реагира, со цел своето излагање да го засновате токму врз тие факти. Разгледајте го неговото/нејзиното решение и став. Што тој/таа мисли за вас? Зошто соговорникот сака да преговара? Дали ве сфаќа сериозно? Запомнете дека вашиот соговорник е претставник на неговите/нејзините интереси, како и на вашите. Ако немате исти погледи на нештата, не значи дека треба да се мразите еден со друг.

- Преговарачот треба да ги разгледа евентуалните предлози и одговори, како и да ги искористи во своја полза основните потреби и интереси. Двете страни преговараат со цел да успеат заедно да ги реализираат потребите и интересите. Предлозите кои ќе ги добиете од соговорникот првично ќе ви изгледаат како незанимливи бидејќи се засноваат врз потребите на соговорникот.

- Преговарачот треба да ги контролира своите чувства во текот на сите фази од преговорите и да не дозволи да подлегне на провокации. Советот за таквите ситуации е едноставен: „Не подлегнувајте на провокациите!“. Ако подлегнете, ќе дозволите емоциите да ве надвладеат и ќе заборавите која е вашата главна цел, фокусирајќи се на возвратна провокација, а тоа ни оддалеку нема да ве донесе кон можно решение на проблемот.

пример

Други начини на влијание

Влијанието од средношколската заедница може да се набљудува како една драма каде средбата со носителот на одлуки е претстава на сцена. Овој дел од драмата е важен, но без подготовките позади сцена, претставата никогаш нема да успее. Успешните средби се резултат на претходни подготовки во кои се градат стратешки сојузништва и се создава јавното мислење.

4.5. СТРАТЕШКИ **СОЈУЗНИШТВА**

Ако лобирате заедно со други интересни групи, тогаш шансите за успех ви се зголемуваат. Доколку успеете да ги убедите професорите да ги застапуваат вашите предлози пред директорот, ќе имате поголема можност да добиете позитивни резултати. Со цел да најдете можни партнери, средношколската заедница треба да го набљудува политичкиот пејзаж и да ги идентификува групите со кои имаат исти интереси. Следните интересни групи можат да бидат корисни:

- Родители
- Професори
- Останат училишен персонал
- Новинари
- Политичари
- Членови на училиштниот одбор или други политичари

Со цел да изградите стратешки сојузиништва, важно е редовно да контактирате со овие интересни групи или индивидуи. Потрудете се редовно да се состанувате за да видите како се одвиваат нештата и да се запознаете со неодамнешните промени и новости. Важно е вашиот соработник да ги разбере интересите на средношколците. Контактирањето со потенцијални партнери одзема многу време, така што бидете сигурни дека воспоставувате онолку контакти колку што можете да одржувате.

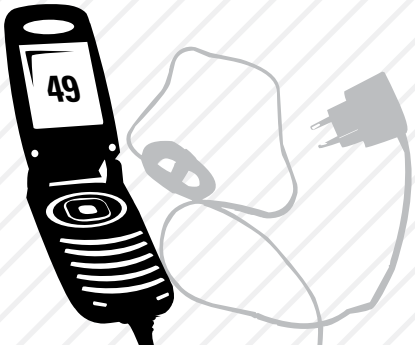
Три работи кои треба да се запомнат кога се поврзувате со потенцијални партнери:

1. Сретнувајте се со луѓето редовно. Поканете ги на кафе во канцеларијата на средношколската заедница.

2. Спомнете го проблемот секој пат кога ќе се видите и поврзете го со барањата што ги имате. Ова ја прави пораката јасна, а тие ќе запомнат што ви е на агендата. Подгответе примери и образложенија кои прецизно и јасно ја прикажуваат положбата на средношколците, како и сликата на проблемот.

3. Вклучете ги партнерите во работата. Обидете се барањата да станат и да се претстават како нивни барања дури и под услов тие да бидат заслужните кога вие ќе успеете во намерите.

Дури и ако не успееете да ги убедите да застанат позади вашиот предлог, ќе ги размрдате работите. Сретнувајќи повеќе интересни групи или индивидуи и зборувајќи за истите работи, ќе ги натерате да се заинтересираат за вашите проблеми и да почнат и самите да ги дискутираат. Кога носителот на одлуките ќе чуе како повеќе луѓе зборуваат за истата работа, може да стане позаинтересиран за разговор со вас. (за повеќе детаљи околу партнерствата, види во делот „Справување со партнерите“)



4.6. **ГРАДЕЊЕ НА ЈАВНОТО МИСЛЕЊЕ** – КАМПАЊИ

ВОВЕД – ЗОШТО КАМПАЊА?

Повеќето носители на одлуки во државните училишта ја добиле моќта од други луѓе (најчесто политичари) или одговараат пред луѓе на кои им е дадена моќ од луѓе (директори, државни службеници итн). Поради тоа, јавното мислење е многу важно за носителите на одлуки. Истото важи и за приватните училишта кои зависат од родителите кои таму ги праќаат своите деца да учат. Учениците нема да се запишат во училиште со лошо реноме, а без приходи, тоа училиште ќе биде приморано да престане со работа.

Секој во општеството има различни мислења кога станува збор за училишните проблеми, бидејќи скоро секој некогаш бил дел од нив. Релативно е лесно да се даде мислење и да се започне дискусија на тема образование.

Кампањата е средство со чија помош може да се промени или влијае врз јавното мислење. Кампањата може да се користи не само да го промени јавното мислење, туку и да стане точка на јавната агенда, под услов носителите на одлуки да ги дискутираат ставовите и моќта на учениците.

Кампањите стануваат сè поскапи, не само кога станува збор за пари, туки и за човечки ресурси. Сепак, не значи дека за една кампања секогаш се потребни многу пари. Кампањата, општо земено, значи користење неколку различни канали за да се пренесе порака и да се добие политичка поддршка за неа. Ова може да се спроведе преку манифестации, усно пренесување и рекламирање, како и по пат на правење летоци, реклами и постери, користење на социјални медиуми

Јавната кампања ќе вроди со резултати само ако е урамнотежена со добро испланирана стратегија за лобирање, но добар комплимент може да биде и самата средба со носителите на одлуки, а тоа е позитивно за јавната слика на средношколската заедница.

ФАЗА ЕДЕН: ИНТЕРНА ФАЗА

Пред кампањата да стане јавна, важно е проблемот јасно да се дефинира и разбере во рамките на организацијата. Луѓето треба да се добро подготвени и обучени. Последователно, добра идеја е да организирате обуки за кампањата, при што членовите ќе добијат детален преглед на темите кои се опфатени со кампањата. На пример, ако планирате кампања против расизам во училиштата, се советува да направите неколку семинари за членовите и да ги запознаете со моменталната ситуација, да соберете примери и дадете насоки за аргументирање. Само ако членовите на организацијата стојат позади кампањата која ја водат и се добро обучени, таа може да биде силна и моќна. (за повеќе детаљи, види „Менаџирање на знаења“).

ФАЗА ДВА: ЕКСТЕРНА ФАЗА

Штом сте собрале силен екипаж со добро обучени луѓе, време е да ѝ се обратите на јавноста со порака. Треба да постои почетна точка на кампањата, на пример, манифестација, медиумска активност или панел дискусија проследени со соопштение за печат, со цел да се привлече внимание.

КАКОВ ПРОБЛЕМ ТРЕБА ДА СЕ ПРОМОВИРА СО КАМПАЊАТА?

- Јасна порака

За да остави трага, кампањата треба да има јасна порака што лесно се сфаќа. Кој е коренот на злото?

- Начини на дејствување

На луѓето на кои целите треба да им се понуди начин на дејствување. Како да ја поддржат кампањата и помогнат да ги остварите целите? Може ли да потпишат петиција? Да им пишат на своите политички претставници? Да носат симбол? Да отворат интернет страна за да дознаат повеќе? Што и да одберете, потребно е да ги инволвирате луѓето во кампањата.

- Различни нивоа на кампањи бараат различни стратегии

Градењето мислење најчесто се прави на три арени: улицата, кафулињата и медиумите. На овие три арени се извршува важен дел од набљудувањето на политичкиот пејзаж.

- Улицата

Улицата симболизира муабети, кратки дискусии за нешта за кои луѓето не се силно емоционално поврзани. За што зборуваат луѓето кога ќе се сретнат низ ходниците? Како заедницата да успее во намерата луѓето да зборуваат за нивните идеи и ставови?

- Кафулето

Во кафулињата луѓето дискутираат и дебатираат. За што се зборува? Какво е мнозинството? За да влијаете во кафулињата, потребни ви се повеќе информации од само обичен слоган. Луѓето треба да се почуствуваат блиски со проблемот и подлабоко да се заинтересираат. Како сојузот да поттикне таков интерес меѓу јавноста?

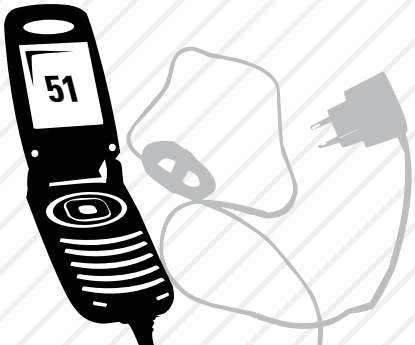
- Медиумскиот пејзаж

Што се кажува во весниците, на телевизија и радио, на социјалните медиуми и интернет страните? Како може сојузот да влијае врз медиумите?

Кога сликата за ситуацијата со јавното мислење е јасна, заедницата може да започне со активности според своите ставови или да се обиде да го смени „погрешното“ јавно мислење. Важно е да се направи разлика помеѓу јавното мислење на луѓето и јавното мислење на учениците. Заедницата не треба никогаш да се обидува да го смени мислењето на учениците или членовите на сојузот, ниту пак да работи против нив. Ако вие, како индивидуа, сметате дека мислењето на учениците е погрешно, работете лично да го смените тоа, но никогаш во името на заедницата.

МЕТОДИ И ИНСТРУМЕНТИ

- Врз улицата може да се влијае со постери, маички, налепници, летоци, тетратки, уличен театар итн. Сè што може да го привлече вниманието на средношколците е интересно. Добра идеја е тие да го носат на себе слоганот на кампањата или слика-лого на кампањата (ова дефинитивно запнува за око). Метеријалите треба да даваат кратки информации за содржината и позадината на кампањата.



- Да стигнете до кафулињата е малку потешко. Ако сакате луѓето подолго да дискутираат за одреден проблем, а не само во кратки црти, потребни ви се подетални информации. Разделете памфлети, поставете штандови за информации во школската кафетерија и организирајте јавни настани како дебати, семинари, панел дискусии итн. На пример, ако кампањата е против расизмот во училиштата, може да поканите луѓе со различни мислења на темата (политичари, луѓе од антирасистички невладини организации итн).
- Влијанието врз медиумите најчесто се заснова врз контактите ивредноста на проблемот. За новинарите да ја објават пораката, јавноста треба да појави интерес. Ако вашата заедница е познати прочуен, сето ова е полесно. Соопштенијата за печат не се единствениот начин да ѝ се обратите на јавноста, подгответе „кампањско сандаче“ за медиумите и другите интересни групи, со цел да ги информирате за кампањата, нејзината содржина и целите на истата. (за повеќе детаљи, види Справување со медиуми).

ФАЗА ТРИ: ФАЗА НА ЕВАЛУАЦИЈА

Овој дел често се заборава. Како се одвиваа работите? Што е направено? Што помина најдобро? Што може да се подобри наредниот пат? Не постои „совршена“ кампања, но ако сакате да ги реализирате целите, важно е да ги оцените активностите и следната кампања да ја организирате уште подобро.

ЗАБАВА!

Многу е важно е да се прослават постигнувањата и да се гордеете со направеното. На истиот начин на кој започнавте со кампањата и ги мотивиравте активистите, сега треба завршите со забава со цел да им се заблагодарите на членовите на екипажот и да го прославите успехот или да жалите за поразот.

Забраната за мобилни телефони, дел 4

Средношколската заедница успеа да го стави проблемот со апсолутната забрана на агендата и го пренесе вниманието од мобилните на часовите за мобилните во кафетеријата и ходниците. Директорот не даде јасен одговор за време на средбата. Заедницата смета дека директорот може да се убеди да го смени мислењето, но им треба нешто повеќе за нивните зборови да добијат моќ.

За таа цел, започнуваат со следните активности:

- Заедницата ги мобилизира средношколците. Меѓу учениците постои големо несогласување за забраната и потреба да ги користат телефоните за време на паузите. Заедницата ги разгорува фрустрациите ставајќи постери низ ходниците и организирајќи состаноци со сите класови на кои се дава поддршка за заедницата за тековниот проблем.
- Заедницата добива поддршка од професорите. Се користат врските со влијателните професори, а тие се отворени за дадените аргументи.

Со вакви подготовки „позади сцената“, претставникот на заедницата повторно се сретнува со директорот. Директорот вели дека прво мора да се консултира со професорите пред да направи било каква промена, а учениците се согласуваат. Влијанието врз професорите е успешно и нивниот одговор кон предлогот е позитивен. Директорот прифаќа да ја намали забраната во текот на органичено време и потоа да ги оцени резултатите. Средношколската заедница ја постигна својата цел.

4.7. МАНИФЕСТАЦИИ НА **МОЌ**

Штом заедницата ќе почувствува дека има силна поддршка од јавноста, тоа може да се провери на неколку различни начини:

- Преку репрезентативни демократски одлуки, на пример, сите класови заземаат став за или против. Заедницата не треба да се обвини доколку не застапува никого.
- Петиции

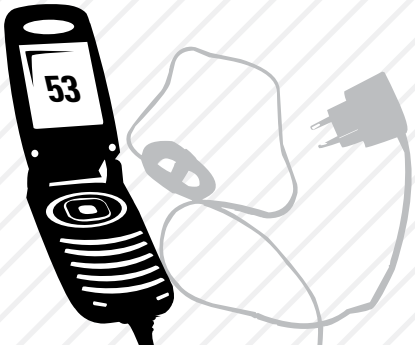
  или
- Манифестации на моќ или дејства со кои заедницата ја покажува својата моќ, како што се штрајкови, демонстрации итн.

Манифестацијата на моќ е малку ризичен начин за убедување на носителите на одлуки. Ризично е бидејќи успехот не ви е загарантиран и ризикувате да ги загубите добрите релации со носителот на одлуките, а тоа ќе ја намали можноста за понатамошно влијание. Сепак, манифестациите на моќ понекогаш можат да бидат единствено можно решение, а заедницата треба да е свесен за жртвите кои ги прави.

Најчести манифестации на моќ се:

- Демонстрации
- Штрајкови
- Бојкоти
- Медиумски активности
- Закани за користење на некои од горенаведените алтернативи.

Манифестациите на моќ се тесно поврзани со културата на земјата или регионот каде заедницата оперира. Мора да се земе во предвид дека во некои земји демонстрациите се единствен начин да бидете забележани и да започнете дијалог со институциите, додека во други земји, институциите се понаклонети на конфронтација со општествениот актер. На пример, манифестациите на моќ се почести во Франција или Италија отколку во скандинавските земји. Активност која е секојдневие во Италија може да се смета за голема провокација во Шведска или Финска. Тука, самиот заедница треба да ги анализира ризиците и можностите со активноста што ја презема. Дали носителот на одлуки ќе стане поприемчив за нашиот аргумент по манифестацијата на моќ? Дали можеби ситуацијата со носителот на одлуки уште повеќе ќе се влоши? Како сето тоа ќе влијае врз кредибилитетот на заедницата?



АНАЛИЗА НА РИЗИК

Наш совет е да ги анализирате ризиците на користените средства. Точките подолу се само примери, а не реалност:

ДИЈАГРАМ

Овој дијаграм е различен во различни земји.

Во Шведска демонстрациите ретко се сфаќаат сериозно, додека во Италија нема да ве сфатат сериозно додека не штрајкувате. Анализирајте си ги средствата според истиот модел.

4.8. ДЕМОНСТРАЦИИ

ВОВЕД

Еден од најдокажаните методи за да му се даде глас на мислењето на една голема група е да се излезе на улиците, со цел да чуе министерот за образование, јавноста, надлежните органи, професорите, секој кој е засегнат. Бидејќи ова е моќен инструмент на активистите, напоредно со него следат сериозни обврски, работи на кои треба да се внимава (примарно безбедноста) и справување со потенцијални конфликти. Ова поглавје ќе ви ги изложи различните чекори за организирање демонстрации, од самата идеја за демонстрација до средбата по завршетокот на истите.

ДАЛИ ТОА Е ОНА ШТО ВИ ТРЕБА ИЛИ ОНА ШТО ГО САКАТЕ?

Често забораваме дека иако демонстрациите можат да бидат многу моќно и ефикасно средство за добивање на тоа што го сакате, тоа не е секогаш најдоброто решение. Ви предлагаме листа која покажува дали работите што ги сакате треба да се остварат по пат на демонстрации или не:

1. Сакате да привлечете внимание во врска со проблемот или да ја смените ситуацијата или нечие мислење, а веќе сте ги испробале сите понеконфликтно ориентирани методи;
2. Проблемот е многу прецизно и јасно дефиниран;
3. Знаете кој може да ги промени работите;
4. Имате одлични аргументи за да реагирате во врска со проблемот; и
5. Постои генерален интерес и поддршка за проблемот од страна на учениците.

Доколку сите овие услови се исполнети, тогаш демонстрацијата е најверојатно најдобра опција за промена на нештата. Еве еден пример:

ПРИМЕР

Во пролетта 2006 година, француските средношколци демонстрирале против CPE, работен договор за новите генерации против кој се бореле многу членови на синдикатите (професори, работници, студенти, ученици итн.). Француските средношколски сојузи, UNL и FIDL, успеале да соберат околу милион ученици (5. Општ интерес) со цел да му се обратат на премиерот (3. Определување на интересните групи) и да го укинат законот (1. Барање за промена на ситуацијата и 2. Прецизирање на проблемот), бидејќи сметале дека тој ќе биде штетен за економијата и за наредните генерации (4. Добри аргументи). Во овој случај, демонстрациите се покажале како вистински избор, и на крај законот бил укинат.

БЕЗБЕДНОСТ

Можеби нема да го очекувате ова, но најголемата грижа додека организирате демонстрации не е мотивацијата; ако детално сте го разгледале списокот на активисти, тогаш знаете дека голем број луѓе се мотивирани да се борат за

идејата, па за време на демонстрациите ќе бидат уште помотивирани. Најголема грижа при организирањето на демонстрациите е безбедноста (понекогаш може да стане збор за „живот или смрт“). Толпите се опасни, а мотивираните уште повеќе. Не ја затворајте книгава исплашени дека може да направите нешто толку погрешно како на пример ненамерно да повредите некого. Со соодветни подготовки и стратегии, можете да бидете мирни дека на активистите нема да им се случи ништо лошо и дека ќе бидат безбедни.

Имајте го ова на ум од самиот почеток па сè до крајот на планирањето демонстрации: безбедноста е најважна од сè. Како организатор на демонстрациите, средношколската заедница е одговорен за безбедноста на демонстрантите и јавноста. Најчесто тука се надлежните органи за да ги заштитат двете страни ако нешто тргне наопаку, но не би требало демонстрациите да дојдат до таква точка. Треба сè да ви биде под контрола.

Еден од главните аспекти на безбедноста за време на демонстрациите е обезбедувањето; група на луѓе, најчесто луѓе од организацијата, мотивирани да помогнат со демонстрациите и ако има потреба, со физичките способности, кои треба доследно да се однесуваат за време на демонстрациите (шлем, специјален елек, знаменце итн.) и чија обврска ќе биде да ја насочат толпата кон саканиот правец. За време на демонстрациите, тие ќе имат и други улоги:

- Да ја заштитат јавноста од демонстрантите (и обратно);
- Понекогаш, да ја заштитат полицијата од демонстрантите (и обратно);
- Да дадат прва помош ако е потребно;
- Да им помогнат на итните служби (амбулантни и противпожарни возила) да поминат низ толпата;
- Да помогнат на поединци - демонстранти или луѓе од јавноста, кои не се чувствуваат добро; и
- Генерално, да се погрижат сè да се одвива како што е испланирано.

Најдобро е да имате организирано обезбедување уште пред почетокот на демонстрациите како би можеле да испланирате, организирате и предвидите идни потешкотии, како и да оставите простор за прашања. Што се однесува до комуникацијата во рамките на групата, неопходно е секој нејзин член да знае што се случува насекаде во текот на целиот настан. Врз основа на бројот на луѓето од обезбедувањето и финансиските капацитети, можете да ги снабдите со токи-воки. Повеќе за комуникацијата може да прочитате во параграфите од резимето.

КАКО ПРАВИЛНО ДА ПЛАНИРАТЕ: Број на демонстранти / 100 = минимум број на луѓе во обезбедувањето (пример за 3000 демонстранти,потребно е минимум 30-члено обезбедување)

Секако, оваа бројка може да варира врз основа на мотивацијата/лутината/енергијата на демонстрантите, важноста на проблемот за кој се организира настанот, присутноста на полицијата итн. Генерално, за мотивирана, но не разбеснета толпа со нормална полициска покриеност, размерот треба да биде барем 1 лице од обезбедувањето на 100 демонстранти (види погоре). Ако толпата е разбеснета, треба да има повеќе лица за обезбедување (1 на 50 демонстранти). Кога се работи за мирни демонстрации, бројот може да се подигне на 120 или повеќе. На ум треба да ги имате показателите од полицијата или разузнавачите во вашата земја, кои може да ве информираат дека и други групи планираат да ви се придружат или дека има други демонстрации истиот ден. Секогаш дискутирајте со ваквите надлежни лица со цел да ги имате на своја страна; тоа е подобро отколку да бидат против вас – тие се моќен сојузник, а нивна работа е да ве заштитат.

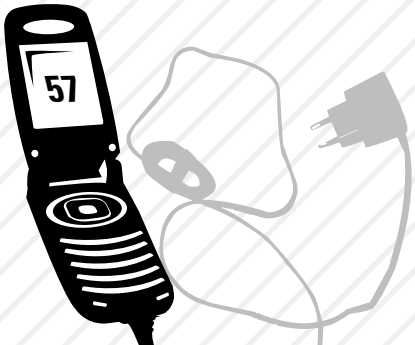
Без разлика како се поставени безбедносните служби, две работи треба постојано да се имаат на ум; (1) бројот на луѓето од безбедносните служби треба да е сразмерен на бројот на демонстранти. Бескорисно е 50 луѓе да внимаваат на 200 демонстранти (освен ако не се многу разбеснети), а нереално е да ангажирате 20 луѓе да бидат одговорни за 10.000 демонстранти.

Второ, треба да им верувате на повеќето луѓе во обезбедувањето. Треба да може да сметате на мнозинството од нив доколку се случи нешто лошо (на пр. дека нема да се разбегаат). Или треба да ги познавате од претходно, па ќе знаете на кој може да му верувате, а на кој не, или ќе треба да го увидите тоа додека го правите тимот. Ако обезбедувањето се организира во тимови, погрижете се да ги измешате поискусните и подоверливите активисти со понеискусните. Тие најчесто се добар извор на мотивација за работата да се заврши според планираното. Обезбедувањето е клучен аспект за безбедноста, а безбедноста е клучен аспект за демонстрациите: не секој одговара.

Ова се неколку аспекти кои треба да ги имате во предвид додека планирате демонстации.

Пораката на демонстрациите е примарна работа за која треба да размислите. Каков проблем сте избрале и кое е решението кое вие го предлагате, и најважно, како сето тоа ќе ѝ го претставите на јавноста? Мора да смислите слогани, формат на барања и како сето тоа ќе го спроведете.

	Плакати	Викање/пеење	Говор
Позитивни страни	- Останува на сликите; - Моментална идентификација на пораката (од медиумите или јавноста).	- Ја мотивира толпата; - Лесно се шири: - Ритам.	- Јасна порака; - Официјално и моќно кога доаѓа од лидерот.
Негативни страни	- Потребна е претходна организација.	- Тешко се слуша на почетокот; - Треба да биде јасно и со кратки слогани, ако е песна, лесно да се памети.	-Бара тишина меѓу толпата; - Формални околности.
Што ви треба	- Материјал; - Спрејови во боја; - Можеби дрвени стапови и шајки (за носење на плакатите).	-Добар глас (мегафони можат да ви бидат од полза); - Креативност за слоганите/песните.	- Микрофон.
Како да се спроведе планот	-Пред да започне демонстрацијата, направете плакат висок 2 метри и широк по ваша желба; - Напишете го слоганот на плакатот; - Додека се исуши, закачете го плакатот со шајки на дрвени стапови или фиксирајте ги стаповите хоризонтално по плакатот, а вие чекорете позади него; -Запомнете да направите дупчиња на плакатот, за да не ви го одвее ветрот.	-Штом имате слоган/песна готов/а за извикување/пеење, тргнете во поход. Ако толпата ги прифати, ќе почнат да се шират почнувајќи од најблиските луѓе до демонстрантите. Никогаш не ја потценувајте мотивацијата која може да ја даде една толпа која извикува/пее заедно.	- На почеток или на крај од демонстрацијата; - Одделете се од толпата (за слики и ваше препознавање како лидер); - Зборувајте многу гласно, пожелно е со микрофон; - Тремата ќе изчезне сама по себе.



Планирање	- Подгответе ги слоганите/пораките: - Купете ги материјалите претходно (во најблиската продавница).	-Претежно е спонтано, но ако размислувате на тоа претходно, може да ви се најде на денот.	-Однапред да се знае што ќе се каже и кога ќе се каже.
Број на луѓе	- 2-3 да го направат; - 2-3 да го држат во воздух; -5-15 да го држат пред нив ако е во форма на појас.	- Што е можно повеќе; - 1 е доволно за почеток.	1
Одзив?	- Одлично за медиумите (се гледа на сликите) и за јавноста; - Визуелно и концизно.	-Нема долготрајно влијание, одлично за јавноста и демонстрантите, но не и за медиумите.	-Одлично за медиумите,толпата и јавноста.

РАЗМЕРОТ НА ВАШЕТО ДЕЈСТВО

Кога се борите за решавање државен проблем, супер би било да можете да ги синхронизирате демонстрациите во различни градови на ист ден. Штом постои синхронизираност (на датум и време), демонстрантите се помотивирани кога знаат дека стотици или илјадници други луѓе чекорат со нив. Ако се борите за решавање локален проблем, наместо да организирате едно тргнување од одредено место, може да организирате тргнувања на помали групи од училиштата и сите заедно да ги насочите кон центарот на градот или пред Министерството за образование. Многу е моќно да им покажете на демонстрантите дека не се сами во нивната борба.

Во некои земји, јавениот настан мора да им се најави на надлежните лица пред тој да се случи. На тој начин тие ќе застанат на ваша страна, па за вас ќе биде побезбедно да демонстрирате на договореното место и време.

Неопходно е да се одржи барем еден состанок на која ќе се испланира демонстрацијата. Кој ќе учествува? Дали засегнатите страни се: вие, други луѓе од заедницата со одговорности за време на настанот, полицијата, локалните разузнавачки служби, сообраќајците, претставници од канцеларијата на градоначалникот, луѓе од јавниот превоз итн. Тешко дека сите нив ќе ги видите на состанокот, но добро е да ги поканите покажувајќе им дека ве интересира сечие мислење; кога на денот на демонстрациите некој од нив не е задоволен, може да се одбраните со тоа што ќе им кажете дека биле поканети на планирањето на настанот. Нормално е сите да немате исто мислење; повеќето од надлежните органи се тука да ви овозможат слобода на собирање и покажување мислење или да ве заштитат.

И на крај, безбедноста е клучот; и најчесто планирањето демонстрации се движи околу тоа. По која насока ќе се движат демонстрациите? Што ќе се прави доколку на патеката има несреќа пред или за време на демонстрациите? Патеки за можна евакуација? Како да се овозможи добра комуникација помеѓу лидерот на демонстрантите и надлежните органи? и др.

ЛУЃЕ СО ИНВАЛИДИТЕТИ

Организирајте „сигурносен квадрат“ на почеток на маршот, веднаш позади главниот плакат или првиот ред луѓе. На секој агол од квадратот мора да има по еден член од обезбедувањето кој ќе се погрижи луѓето со посебни потреби успешно да се вклучат во настанот без да бидат повредени.

ПРЕТХОДНА КОМУНИКАЦИЈА

КОМУНИКАЦИЈА СО МЕДИУМИТЕ

Направете ги соопштенијата за печат рано, не прерано, односно една недела пред настанот ако можете, или било кој ден пред клучниот. Не заборавајте да ги поканите новинарите да бидат бел од демонстрациите, кажете им кои ви се главни лица за контакт и дајте им кратко резиме за рутата на движење. Клучни информации се што (демонстрации), каде и кога (датум, време и место) и зошто (која е целта); медиумите само тоа ги интересира.

НИКОГАШ НЕ ДАВАЈТЕ ИНФОРМАЦИИ ЗА БРОЈОТ НА ДЕМОНСТРАНТИ ДОДЕКА ДЕМОНСТРАЦИИТЕ НЕ СЕ ОДРЖАТ

Секако дека ќе биде одлично ако се појават повеќе луѓе од очекуваното, но премногу е ризично да се испробува, бидејќи доколку се појават помалку луѓе од најавеното ризикувате да му наштетите на реномето на сојузот.

КОМУНИКАЦИЈА СО СРЕДНОШКОЛЦИ/ИДНИ ДЕМНОНСТРАНТИ

Раширете ги вестите што е можно порано. Испечатете летоци, разделете ги, зборувајте за настанот во училиштето и со пријателите од други училишта, потрудете се да се рашири веста преку пораки, електронска пошта,социјални медиуми, форуми, интернет разговори итн. Бидете онаму каде што се идните демонстранти! Обидете се да ги натерате идните лидери на демонстрантите да се дружат со потенцијалните демонстранти што е можно повеќе, како полесно би ги идентификувале истите, создадете позитивна јавна слика дека сте со луѓето и едни од нив. Како е да е, тоа е материјално невозмножо да се направи, освен ако не работите со полно работно време. Направете тим чија работа нема да биде само делење летоци, туку и разговори со средношколцитеи убедување да дојдат на настанот и да ги донесат другарите, објаснувајќи зошто сето тоа се случува.

Кога им се обраќате на потенцијалните демонстранти, нека биде тоа по пат на летоци, личен разговор, интернет форум, социјална мрежа, телефонски разговор итн., при што морате да ги спомнете ТЗС (а) која е ТЕМАТА, (б) зошто тоа нив ги ЗАСЕГА (в) датум/време/место на СРЕДБАТА. Без тоа, мала е веројатноста дека луѓето ќе се појават на демонстрациите.

И на крај, кога им се обраќате на потенцијалните демонстранти, тие мора да се мотивирани од тој што го слушаат, а тоа сте... вие. Изгледајте мотивирано, енергично, не се преправајте и покажете дека сето тоа ѝ е важно барем на една личност, дека тие демонстрации не се само бесцелно скокање.

Сумирање (заедницата, [што во итни случаи, идентификација на помагачи, како да се води {делегација}, примери, други референци], надлежни лица, новинари, носачи на плакати, сигурносен квадрат, инвалиди)

Сумирањето пред самите демонстрации честопати е возбудливо и стресно, но со право:

Кога ќе замолите за дозвола за настанот, полицијата ќе провери дали е можно на него да присуствуваат разлутени маси или хулигани, па за ваша безбедност може да не ви дозволат да ги организирате демонстрациите. Во таков случај, потребно е да го послушате нивниот совет

во еден оркестар, музичарите кои ги подготвуваат инструментите го имаат истото чувство, сѐ друго ќе зависи од информирањето пред настанот, како луѓето ќе ги одиграат улогите и каде. Ако секој е фокусиран на одредено место, тоа е вистинскиот момент.

ПОТСЕТУВАЊЕ НА НАДЛЕЖНИТЕ ОРГАНИ (ДАЛИ СЕ СО ВАС)

Сретнете се само со лидерите и дефинирајте стратегија заедно. Работи за дискусија: Дали останува планираната рута на движење? Ако не, која е алтернативната? Дали има некаков проблем кај некој од нив? Кажете што мислите за демонстрантите, дали се вознемирени и доколку се, организирајте полициска акција ако е можно (т.е. дали ќе бидат видливи или само ќе седат во автомобилите?) и доколку може, синхронизирајте ги виолините. Запомнете: создадете сојузници!

ОБЕЗБЕДУВАЊЕТО

Ќе биде совршено доколку обезбедувањето знае да се справи со топлата. Ако не, добар совет да се даде е (1) бидете цврсти и внимателни истовремено („Железна рака во кадифена ракавица“, француска поговорка) и (2) тоа е само работа. Не се вознемирувајте ако некој се разлути, не ги обесхрабрувајте да се повлечат само ако сметате дека тоа е надвор од вашите обврски (полицијата би требало да ви е при рака ако затреба). На што да размислите: Дали има ризични делови на патеката? Каде ќе треба да има линија безбедносни лица кои ќе ја водат топлата на улиците? Кој ќе ги затвора улиците пред маршот, обезбедувањето или полицијата? Има ли потреба од нова стратегија за итни случаи или веќе е дефинирана? Дали ќе работат во тимови? Ако има тимови, назначете лидери. Разменете броеви или организирајте токи-воки и тестирајте ги пред настанот (не на демонстрациите). Имајте луѓе задолжени за прва помош. Разговарајте за едноставен знаковен јазик кој сите го разбираат за водење на толпата во одредена насока, бидејќи викањето нема да се слуша. Ако немате искуство во организирање обезбедување, побарајте помош од поискусни организации или синдикати да дојдат и да го координираат обезбедувањето пред настанот.

КООРДИНИРАЊЕ НА ЛУЃЕТО ЗАДОЛЖЕНИ ЗА МУЗИЧКИОТ СИСТЕМ (ДОКОЛКУ ИМА)

Ако имате музички систем за време на маршот (фиксен, на тркала или во возило), направете кратка консултација со лицето заедолжено за тоа.

КООРДИНИРАЊЕ НА ТИЕ ШТО ЌЕ УПРАВУВААТ ВОЗИЛО НА МАРШОТ

Доколку на маршот има возила, направете кратка консултација со возачите. Потсетете ги: чии инструкции да следат, каде најпрво да одат, колку бавно да возат (никогаш повеќе од 5 км/ч за време на маршот, просечната брзина на топлата е 3-4км/ч; возило во рамките на една топла може да биде многу опасно). Секогаш мора да имате некој со возачка дозвола во близина, во случај нешто да му се случи на првиот возач.

КООРДИНИРАЊЕ НА ДЕМОНСТРАНТИТЕ НА ЧЕЛО

Се работи за луѓето кои ќе го носат главниот плакат, ако го имате или ќе го формираат првиот ред. Кратката консултација е важна бидејќи толпата ќе ги следи токму нив. Добар совет е да чекорат два пати побавно од вообичаено. Постојано да внимаваат на темпото или да следат еден или двајца членови на обезбедувањето кои внимателно ќе чекорат на чело. И на крај, првите демонстранти мора да се многу мотивирани и решени да пеат или викаат, затоа што баш тие ќе бидат прикажани во медиумите.

КООРДИНИРАЊЕ НОВИНАРИ И МЕДИУМСКИ РЕПОРТЕРИ

Тие најчесто не треба да се координираат; си ја знаат работата без многу да ви пречат. Важно е да им кажете каде ќе се наоѓате вие за време на маршот за можно интервју.

ВИЕ САМИТЕ

Ако сте барале дозвола за настанот и сте добиле официјално одобрение, носете го оригиналот со вас за да им покажете на присутните надлежни лица дека имате официјална дозвола. Научете ги на памет главните лица за контакт од обезбедувањето и надлежните органи, брзо прегледајте ја рутата, имајте подготвено слогани и не ги заборавајте визит картичките, доколку имате. Сè ќе биде во ред. Ако одлично сте испланирале и искоординирале, нема зошто настанот да се претвори во катастрофа; 13-годишни ученици имаат предводено демонстрации со илјадници луѓе, па нема причина и вие да не се справите со предизвикот. И на крај, не заборавајте да запомните каде се наоѓаат најблиските јавни тоалети!

Список на најважни работи

Пред да тргнете, имајте список при рака (со ваши забелешки). Не смеете да почнете доколку не се исполнети сите услови.

1. *Толпата е скоро готова и насочена кон правилната насока;*
2. *Обезбедувањето е лесно воочливо за демонстрантите, јавноста, вас и меѓу себе;*
3. *Тимовите/членовите на обезбедувањето се на вистинските места и спремни за поаѓање;*
4. *Првите улици се затворени или патниот сообраќај е прекинат;*
5. *Надлежните органи ви сигнализираат „Напред!“ (ако се со вас).*

Штом сето ова е проверено, плус некои подробности, може да почнете со маршот! Бидете сигурни дека ве следат: сигнализирајте му на обезбедувањето или на првите демонстранти, користете свирка, приклучете го музичкиот систем, извикајте „ДА ОДИМЕ!“ со мегафон (за максимален ефект, нека биде тоа на вашиот јазик или малку луѓе ќе ве следат). Важна забелешка: на почетокот е важно првите редови од демонстранти или членови на обезбедувањето да одат многу бавно и постојано да го забрзуваат темпото (може да настанат празнини во редовите на маршот).

За време на демонстрациите

Ако планирањето и организацијата се одвивале во најдобар ред, нема што многу да правите за време на демонстрациите, освен да викате и пеете, да внимавате на темпото на маршот, да зборувате со новинарите и да разменувате информации со надлежните органи за развојот на настаните.

За време на маршот, не заборавајте да ги изброите демонстрантите или да му ја доделите оваа задача на некој во кој имате доверба. Бројката треба да се знае од прилика, а тоа станува многу поедноставно кога веќе сте организирале и други демонстрации.

МЕТОД ЗА ПРОЦЕНКА НА ТОЛПАТА:

Личноста која брои треба да застане на страна и на почеток од толпата со часовник или штоперица, да го запише почетното време (време 1) и да изброи колку луѓе поминале за време од 30 секунди (демонстранти). Потоа, треба да се остане на истото место сè до крајот на маршот и да се запише времето кога демонстрантите поминале покрај него/неа (време 2). Број на демонстранти = (време 1 – време 2) x демонстранти x 2

Јована започнува со броење на почеток на парадата во 14:30ч, пребројува 85 луѓе за време од 30 секунди, а крајот на маршот го забележува во 15:15ч. Број на демонстранти = (време 2 – време 1) x демонстранти x 2

=(15:15 – 14:30) x 85 x 2
= 45 x 85 x 2 = 7.650 луѓе (приближно)
(Зошто не ја учиме оваа математика на училиште?)

За време на демонстрациите, можат да се случат две непредвидени сценарија: конфликти и катастрофи (поневеројатно). Во случај на конфликт, потрудете се што е можно повеќе да го одолговлекувате. Може ли да одложи до завршетокот на демонстрациите? Ако може, смирете ги двете страни. Целата демонстрација е под ваша одговорност, па во случај на конфликт вие сте надлежни за него. Нека ве замени член на обезбедувањето додека се обидувате да го решите конфликтот.

Во случај на катастрофа (бунт, пожар итн), не се обидувајте да ја контролирате ситуацијата, во повеќето случаи тоа е невозможно (по дефиниција, катастрофално е што не може да се контролира). Погрижете се за себе. Смирете се заедно со обезбедувањето; сите ќе гледаат да го заземат вашиот став или да добијат самодоверба и самоконтрола. Заедно со обезбедувањето, поттикнувајте ја масата луѓе смирено да го напушти местото, насочувајќи ги во правците кои ви беа определени за итни случаи. Доколку полицијата или итните служби покажуваат различен правец, секогаш слушајте ги професионалците. Тие би требало брзо да се справат со ситуацијата. Важно е да се напомене дека вакви сценарија се случуваат многу, многу ретко.

Не заборавајте да уживате додека ја предводите толпата и се борите за вашите каузи, се работи за прекрасно, моќно чувство.

РАЗОТИДУВАЊЕ

Откако демонстрациите ќе завршат со маршрутата, можеби ќе сакате да кажете нешто додека сите се сеуште присутни и понесени од демонстрациите.

Потоа, ваша задача е да се погрижите луѓето да се разотидат, односно да не останат сите заедно на истото место или продолжат на некое друго. Кога сте добиле дозвола за организирање на настанот, вам ви ја довериле одговорноста јасно и гласно да констатирате дека настанот е завршен (со мегафон). Не заборавајте да им се заблагодарите на учесниците за поддршката во крајната изјава. Обезбедувањето нека се погрижи толпата да се разотиде, да се распрсне на помали групи, да отиде на кафе или пиво во некое кафуле итн. Ако некои насилници продолжат со активности и после тоа, останува полицијата да се справи со нив.

Сега е време да бидете достапни за медиумите и да го откриете бројот на демонстранти, да констатирате дали настанот бил успешен итн.

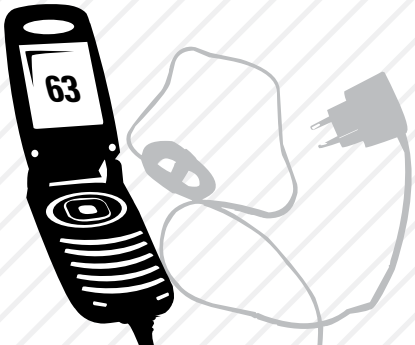
ПОСТ-КОМУНИКАЦИЈА

Веднаш по демонстрациите, треба да се спроведе разговор со главните интересни групи со цел да се увидат позитивните и негативните страни на демонстрациите и можност за идно подобрување на истите. Секогаш бидете конструктивни, и документирајте скоро сѐ; тоа ќе биде особено корисно за следните организатори на демонстрации, дали месец или година подоцна.

Златно правило во пост-комуникацијата е секогаш да бидете конструктивни. Во најдобриот случај, брз одговор на личноста на која сте ѝ се обратиле (министерот за образование, владата, унијата итн.) ќе потврди дека вашата активност им го сменила мислењето, па нема да треба да вложувате напори да ја претставувате активноста како конструктивна. Ако одговорот е негативен или воопшто нема одговор, барем активноста им дала шанса на демонстрантите да ја покажат својата согласност и мотивација да ги променат нештата, а тоа не може да остане нечуено или ќе доведе до друга активност на истата тема. Секогаш постои прилика да бидете конструктивни, а тоа е особено важно пред медиумите и важните интересни групи: активноста да има цел. Демонстрацијата е начин да ги покажете своите моќи и да го натерате носителот на одлуки да стане свесен за големата поддршка која ја добивате. Искористете го тоа како предност.

ПОБЕДА

Надежно, демонстрацијата ќе ја крунисате со победа. Прославете соодветно и не заборавајте да му се заблагодарите на секој кој бил дел од неа. Запамтете ги за следните демонстрации.



5. СПРИЈАТЕЛУВАЊЕ...
- СООЧУВАЊЕ СО ПАРТНЕРИТЕ

ВОВЕД

„Многу раце благословени, зарем не? Секако дека е така – ако работите заедно со други организации тоа ќе ви помогне да постигнете многу повеќе отколку кога би биле сами. Важно е да не влегувате во партнерство без претходно внимателно размислување – не сакате од премногу бабици, детето да се роди килаво.“

- Преземено од „Англија волонтира, работење здружено“

Има неколку причини за формирање партнерства. Еден средношколска заедница може да има партнери од секоја сфера која би им била од корист. Заедницата може да оформи партнерство со заедницата на родители со цел да постигне одредени политички цели, да соработува со некое друштво со цел да набавува поефтини и подобри автомати за училиштата или да соработува со медиумите пишувајќи редовна колумна во локалниот весник.

Ако сте свесни за одредени ризици, профитите од добрите партнерства се големи. Ви нудиме неколку упатства за тоа како да ги третирате партнерите.

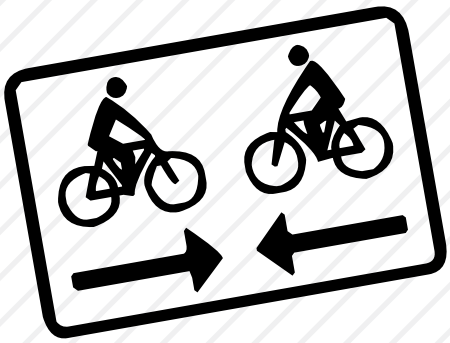
УСЛОВИ ЗА ПАРТНЕРСТВО

- Имате ли средства?

Основањето партнерство може да биде напорно бидејќи лошо менаџираните партнерства може да ви го нарушат реномето и можноста за идни партнерства. Ако сметате дека сте во можност да ги мобилизирате овие средства, има и други услови кои треба да се исполнат.

- Дефинирајте ги придобивките за двата партнери и така придонесете кон заедничката цел

Партнерството се заснова врз меѓусебен придонес кон заедничката цел. Што сакате да добиете со основањето на одредено партнерство?



Подгответе листа на сите пререквизити и обврски за постигнување на целта. Поделете ги на два запченици. Едниот запченик ги содржи сите работи кои ги вложувате во партнерството, а другиот опишува што партнерот придонесува. На овој начин ќе биде појасно што секоја страна добива од партнерството.

Секогаш дајте му одреден период на партнерството по што следува негова евалуација. Дали ги постигнувате поставените цели? Дали трошите онолку средства колку што планиравте?

КАКО ДА НАЈДЕТЕ ПАРТНЕР

Како што напоменавме, мора да постојат позитивни придобивки за двете страни во едно партнерство. Не е важно што добива само средношколската заедница од ова партнерство, туку што добива и другата страна. Треба да сте свесни за потенцијалот како средношколската заедница. Вашиот најголем капитал се најверојатно членовите. Младите луѓе се доста привлечна група за многу организации, друштва и други интересни групи, а кој има подобра мрежа на млади луѓе од еден средношколските заедници.

Секоја организација која произведува нешто за ученици, ги има учениците како целна група, дистрибуира нешто за ученици, ги смета учениците за потенцијални гласачи или работи со ученици по друг основ, може да биде потенцијален партнер на средношколската заедницата.

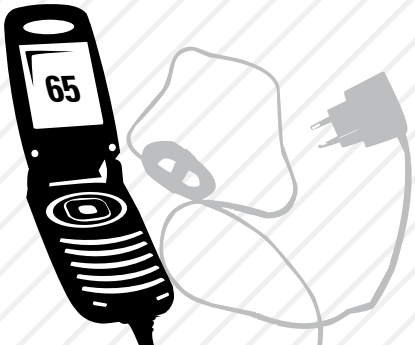
Видови партнерства (разлика меѓу партнер и спонзор)

Не постои голема разлика помеѓу партнер и спонзор. Спонзорот е вид партнер кој финансира нешто без да влијае врз содржината на работата или може и да соработува со заедницата. Сепак, во секое партнерство и спонзорство, секој партнер има еднаква вредност на инпут и аутпут. Партнерствата се основаат за полесно да ја постигнете целта (за повеќе детаљи, види „Совети за партнерства“). Може да имате обични партнерства за реклама каде партнерот финансира една работилница или публикација, па пушта реклама или може да основате партнерство за остварување на политичка цел за финансирање на кампања и да ги споите силите. Можни се партнерства со училишта со цел да се започне обид за нов систем или со некоја ученичка организација во вашата земја за поголем континуитет во работата и други делови од секојдневната работа на заедницата.

Совети за партнерства

- Секогаш бидете јасни и искрени за влоговите и целите.
- Фокусирајте се на целите на партнерството; без нив партнерствата се бесцелни, она што ќе го постигнат е најважниот дел. Постои голем ризик сојузот да остане во партнерство од кое нема никакви придобивки, односно само по навика.
- Побарајте лице за контакт со кое можете да изградите доверлив однос. Кога сакате да објавите нешто, погрижете се партнерите да дознаат за тоа пред објавата. (внимавајте на чувствителни информации).
- Првата средба е најважна. Вежбајте ја ситуацијата во симулација каде некој ќе ја игра улогата на сомничав и негативен соговорник.
- Долку сметате дека е потребно, не се двоумете да изготвите договор за вашите и обврските на партнерот. На тој начин ќе избегнете можни недоразбирања за очекувањата од партнерот и обратно.

Во Шведска постојат неколку регионални средношколски сојузи кои се партнери со државната организација EOS. Регионалните партнери промовираат државни настани и прифаќаат одредени државни стратегии за промовирање на средношколските организации, додека државната организација нуди административна и финансиска поддршка за регионите. Обврските на EOS кон регионалните организации и обратно се регулираат преку контакти кои се обновуваат секоја година врз основа на потребите.



6. ОСМЕЛИ СЕ...

-ОРГАНИЗИРАЊЕ НАСТАНИ

ВОВЕД

„Семинар за успешна внатрешна комуникација“; „Регионална средношколска конференција“; „Едукативна сесија за човекови права“; „Европска средношколска конвенција“. Сите овие настани се случуваат на различни скалила, но сите тие следат еден ист принцип: крајната цел на секој настан е да се надогради знаењето. Постојат многу начини за тоа да се направи; започнувајќи од споделување знаење меѓу учесниците, па сè до пренесување знаење од страна на експерти, тимови и организации во врска со одредена тема на учесниците, па дури и пренесување на знаење од страна на учесниците на поголемите институции.

Целта на ова поглавје е да даде одговор на најосновните прашања, како: Каков настан треба да организирате? Како да организирате ефикасен тим? На кој да му верувате како на експерт? итн. Ќе се дадат одговори и на подлабински теми, на пр.социјалната клима на настанот, финансиски извештаи и кафе паузи. Нема да добиете општо предавање за менаџмент на настани (многу книги можат да ве научат на тоа), туку за планирање на настани за средношколската заедница.

ПРЕГЛЕД

Процесот на организирање еден настан од страна на средношколската заедница може да се подели на 4 фази:

1. ПРЕД ПЛАНИРАЊЕТО
   Пред да започнете со планирање на некој настан, важно е да размислите за генералните цели на настанот, достапните финансиски и материјални ресурси, размерот на настанот, огранизирањето тимови итн.
2. ПЛАНИРАЊЕ
   Штом ќе се дефинира природата на настанот, тимот треба да започне со работа со цел дефинирање на обликот и содржината на настанот.
3. ЗА ВРЕМЕ НА НАСТАНОТ
   Додека настанот е во тек, тимот треба напорно да работи за да одржува стабилно темпо на работа.
4. СУМИРАЊЕ
   По завршување на настанот, потребно е да се сумираат заклучоците од настанот за истиот да има поголемо значење и корист за идните настани.

ПРЕД-ПРЕД

Различни настани

Постои широка лепеза настани и не сите се соодветни за секоја ситуација. Можат да се дефинираат со неколку карактеристики:

Цел

Како што наведовме, целта на настаните е да се прошири знаењето. Но, чие знаење? Невозможно е да добиете апсолутно сè. Најчести интересни групи во полето на невладините организации се индивидуите (јавни

членови, активисти, акционери, ученици...), експертите, организациите (како заедницата) и институциите. Секој од нив може да го пренесе своето знаење на некој друг.

- ЦЕНТРАЛНО/ИНТЕРНО/ЕКСТЕРНО

На централните настани се собираат луѓето кои работат во рамките на орагнизацијата (пр. извршни комитетски состаноци); интерните настани се за членови на организацијата, а можеби и постојните партнери и интересни групи (на пр. Генералното собрание, семинар); екстерните настани се отворени за јавноста, посебен дел од јавноста (пр. средношколци), или за сите.

- ДОЛЖИНА И ВКЛУЧЕНОСТ

Должината на настанот е неговото времетраење. Може да трае само половина ден (доколку е помалку, тоа повеќе би наликувало на состанок, отколку на настан, види поглавје за состаноци), а може и... неодредено, но ретко се сретнуваат настани подолги од десетина дена во полето на невладиниот сектор. Влкучености во настанот се однесува на тоа колку учесниците ќе бидат активни: само два часа од полудневен настан, осум часови дневно од неделен ангажман...

- ФИНАЛНИ КОРИСНИЦИ

На самиот крај, кој ќе добие корист од настанот или тоа што следи по него? Најчесто тоа се учениците, но може да се случи и некоја институција да научи нешто во врска со одредена ситуација, па потоа да делува врз истата, или професорите кои се обучени да користат интерактивни методи итн. На крај, настанот треба да биде од корист за повеќето групи од образовниот систем (учениците/професорите/администрацијата/ институцијата/родителите) ;во спротивно, позитивниот ефект од настанот нема да биде долготраен.

Никогаш не ги губете од вид крајните корисници од целиот организациски процес, бидејќи сите средства треба да се насочени кон финалната цел.

- РЕСУРСИ

Ресурсите кои сме во можност да ги собереме ќе бидат предуслов за капацитетите и финалниот карактер на целиот настан. Потребно е да размислиме за тоа што имаме и што ни треба, земајќи во предвид различни ресурси:

- Материјални ресурси, меѓу кои простории за состаноци, документација, сместување учесници, храна итн.
- Финансиски ресурси. Најзначајни ќе бидат парите кои заедницата можеби ги собрала, парите од спонзорствата, како и редовни субвенции и одредени финансиски соработки со јавната администрација, приватните друштва или/и фондации, синдикати, невладини организации итн.
- Човечки ресурси, кои се најтешки да се соберат, но и најпотребни за настанот. Поради тоа, човечките ресурси треба правилно да се менаџираат. Меѓу нив спаѓаат експерти кои ќе дојдат на настаните, луѓе кои ќе работат на практични задачи како што се оброците, подготвителниот тим, и евентуално учесниците, кои би биле главните човечки ресурси заисходот на настанот.

ПРЕД

Целото планирање на настанот (без разлика какви карактеристика има) бара доста работа. Всушност, не постои магична формула која може да ја искористите за да организирате еден настан, бидејќи секој настан зависи од различните караткеристики дефинирани погоре. Ова се неколку корисни совети при подготовка на настан.

Подготвителни тимови. Подготовката на еден настан бара голем обем на работа, треба да се познава неговата содржина, како и практичните подробности. Затоа е корисно да организирате еден или повеќе тимови кои ќе бидат задолжени за процесот пред и по настанот. Причината за организирање неколку (најчесто два) тима е со цел да ја поделите работата поврзана со практичните техникалии (транспорт, сместување, оброци итн.) кои се дел од содржината на настанот. Овие подготвителни тимови треба да се организираат со цел да има доволно време за подготовки пред настанот, а особено внимание треба да се посвети на позитивната атмосфера во рамките на тимовите од чија работа ќе зависи целиот настан.

Подготвителни состаноци. Покрај многуте постојни и корисни начини за носење одлуки околу подготовките за настанот (телефонски повици, електронска пошта и информативни состаноци), би било полезно да организирате еден или повеќе подготвителни состаноци. Времетраењето и содржината на секој состанок ќе бидат различни во секоја прилика. Сепак, секој подготвителен состанок треба да има зацртани цели и дефинирана поделба на задачи врз основа на кои секој ќе може самостојно да си работи штом заврши состанокот. Би било корисно да ги запишувате распределените задачи како би си помогнале во случај на можни конфликти и недоразбирања меѓу членовите на подготвителните тимови. И на крај, овие подготвителни состаноци придонесуваат за градење кооперативна, мотивирачка и инклузивна социјална атмосфера, а тоа влијае врз постигнувањата на тимот.

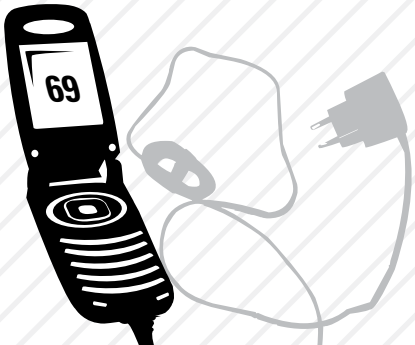
Планирање.Планирањето на настанот не треба да биде ниту преопширно ниту престрого: мора да се пронајде рамнотежа околку детален план кој истовремено е флексибилен во случај на можни и веројатни промени и потешкотии за време на развојот на настанот. Имајќи ги во предвид целите за организација на настанот, постепено треба да ги развивате содржините на истиот: од најопштите до најдеталните. При подготовнка на долги настани, полезно е да размислите за различните фази на настанот (будење на свеста, обука или покажување став на организацијата се само неколку примери). Не се насочувајте само на тоа што сакате да се дискутира на настанот, туку и на кој начин ќе се изведе тоа. Поточно кажано, размислете за методологијата и педагогијата на активноста. Постојат различни модели, почнувајќи од конференција на која еден експерт дава вовед за учесниците, до интерактивна работилница чиј резултат ќе биде 100% дело на учесниците, со помош на ментор. На поголемите настани се препорачува комбинација на повеќе или помалку интерактивни педагогии. Штом содржината и методологијата се прецизирани, треба да ги испланирате материјалите кои ќе ви требаат, на пр. хартија, табла, лаптоп или проектор. Размислете колку и кога ќе ви требаат.

Подготвување агенда. И за работата на луѓето задолжени за активноста и за учесниците е важно да се напише агенда. Ваквата агенда може да се подготви во вид на распоред, па дури и да сакате редовно да ја одржувате, не би требало да се плашите да ја измените во случај на потреба. Кога еден настан се развива, постојано ќе има потешкотии (на пр. експерт кој нема да се појави,

проектор кој не е достапен), па затоа треба да бидете флексибилни и доволно подготвени за да се приспособите на новонастанатите услови. Со агендата треба да се испланирани различните активности (заедно со неформалните активности, како што е забавата за збогум), нивниот почеток и крај, како и периодите резервирани за оброци и слободно време.

Експерти. Понекогаш може да биде интересно ако повикате надворешни експерти да земат учество на настанот. Тоа се лица кои имаат особено корисно искуство во одредена област поврзана со нашата тема. Во случај да сакате да поканите неколку експерти, ќе треба да одлучите кои и за што. За избирање на експерт може да сметате на различни мрежи (вашата, мрежата на невладините организации со кои соработувате, мрежите на локалниот/регионалниот/државниот совет итн.). Имајте ја во предвид областа на експертиза; би било интересно да проверите дали тој/таа има искуство во областа на образованието/учениците, па би можел да знае од каква перспектива да ги претстави работите за време на активноста. Би било добро да ги проверите неговите/нејзините способности да се вклопи во активноста која ја организирате: ако сакате да повикате експерт за менторирање работилница, проверете дали тој/таа има искуство со интерактивни методологии, во спотивно, работилницата може да се претвори во еднонасочна конференција. Понатаму, стапете во комуникација со експертот пред настанот, покажете му/ѝ кои ви се очекувањата, дајте информации за последните случувања во организацијата доколку е неопходно и дознајте што експертот планира да прави на настанот. Се разбира дека од експертите може да имате солидни придобивки, но сепак, обидете се да воспоставите рамнотежа помеѓу надворешните и внатрешните приходи од организацијата и учесниците од надвор.

Планирање на неформалната димензија. Еден настан не содржи само активности. Помеѓу нив секогаш има простор за неформални активности, кои исто така треба да се земат во предвид кога планирате настан. Вашата одговорност за реализирање успешен настан подразбира и одговорност кон учесниците како група индивидуи со човечка димензија која не треба да ја запоставите. Социјалната атмосфера е особено важна за успешноста на настанот, особено ако се работи за долг настан. Испланирајте паузи на кои ќе се поттикне позитивна социјална клима. Игри за претставување, активности за загревање, слободно време се само примери. Освен тоа, треба да имате и политика во врска со употреба на разни пороци (цигари, алкохол итн.) за време на настанот, земајќи ги во предвид позитивните и негативните страни, профилите на учесниците и прописите на просториите каде се одржува настанот.



ЗА ВРЕМЕ НА НАСТАНОТ

Потребните ангажмани за еден настан да биде успешен не завршуваат со започнувањето на истиот и крајот на планирањето. Токму напротив, за време на настанот ќе мора да вложите напор во секој негов аспект со цел сè да се одвива според планираното и да се реагира ако не е така. Ова се некои работи кои треба да се извршуваат за време на настанот.

ИЗВЕШТАЈ

Ова е особено важно; на крај на настанот извештајот ќе биде скоро сè што ќе преостане, освен сумирањата од страна на организаторот и учесниците. Извештајот е дневник на настанот, од подготовките до сумирањето, опфаќајќи се измеѓу нив: какви биле предавањата, каков е фидбекот на учесниците, експертите и тимовите, анализа на проблемите кои настанале во тимот или генерално за време на настанот, соочување со потешкотии и како се надминати итн. Ова ќе ви покаже како поминал настанот, ќе им даде информации на спонзорите дека нивните пари биле рационално искористени, а на идните организатори на настани ќе им помогне да не ги повторат вашите грешки.

Ова е список на работи кои треба да ги има во еден извештај:

- Намена и цел на настанот, анализа за остварености на целите;
- Белешки за работите кои се одвивале во правилен и погрешен правец;
- Фидбек од учесниците.

Ако имате доволно човечки ресурси, добра идеја е да имате официјален известувач за време на настанот; на тој начин нема да се оптоварувате дали некој постојано рапортира за случувањата. Во случај повеќе активности да се одвиваат истовремено, на пр. работилници и работни групи, учесниците може да одредат известувач за секоја група, кој потоа ќе му ги предаде своите белешки на главниот известувач.

МЕНАЏИРАЊЕ НА ТИМОТ

Додека се одвива настанот, неопходно е да внимавате на тимот. Ќе работите со прилично напорно темпо, па важно е сите членови на тимот(вите) да се чувствуваат удобно, координирано од ваша страна и ефикасно. Бидете свесни дека кога се работи заедно и напорно, можат да настанат конфликти. За да се справите, најважен инструмент ви е комуникацијата. Одржувајте постојана меѓусебна комуникација и споделувајте ги чувствата за тоа како работите се одвиваат. Важно е да постои „тимски дух“ (кој треба да се развие во текот на подготовките): сите вие сте одговорни за крајниот резултат од настанот и затоа треба заедно да внимавате на целиот настан.

РАСПРЕДЕЛБА НА ЗАДАЧИ ВО ТИМОТ

Не сите членови треба да бидат задолжени за сè истовремено. Неопходно е задачите во текот на целиот настан да бидат распределени на одделни членови (настани како претставување работилница, оценување на конференција, раководење со евентуални надоместоци за учесниците итн). На овој начин, секој ќе се чувствува удобно со своите задолженија и обврски, а разните активности ќе се одвиваат непречено.

СОСТАНОЦИ СО ТИМОТ

За време на настанот (особено ако трае долго), повеќе од сигурно е дека ќе бидете принудени да одржите еден или повеќе состаноци. Ваквите состаноци можат да бидат формални или неформални, иако повеќе се претпочитаат првите. Намената на ваквите состаноци може да биде од различен карактер: оценување на некои или сите дневни активности, носење одлуки за евентуални промени во планираната агенда, подготовка на непланирана активност од пред настанот итн. се некои од опциите. Сепак, и на членовите на тимот им е потребно време за себе си, за забава или дружба со учесниците. Токму поради тоа испланирајте слободно време и ограничете ги состаноците само за строго неопходни работи.

80-20

Се вели дека за првите 80% од работата, потребно е 20% од времето, додека пак, за останатите 20% од работата е потребно 80% од времето. Кога се работи на проект, детаљите може да ви одземат многу време. Пред да почнете да навлегувате во детаљи, погрижете се да ги одредите главните активности и насоки со цел да се реализираат основните потреби.

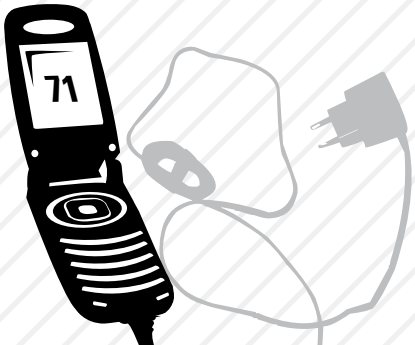
ЕВАЛУАЦИЈА

Кога организирате долги настани (повеќе од два-три дена), испланирајте простор за евалуација на настанот и активностите кои го сочинуваат. На тој начин ќе дознаете што функционира, а што не (ова е многу важно). Со евалуацијата ќе ги приспособите активностите кои следуваат на конкретните потреби и барања на учесниците: на испланираниот настан не треба да се гледа како на нешто свето, туку како на нешто што може постојано да еволуира и интерактивно да се гради. Од оцената на учесниците ќе добиете идеи за подобрување на практичните работи, ќе дознаете колку корисна/бескорисна одредена активност била, може да станете свесни за потреба за која не сте ни помислиле итн. Постојат неколку различни техники за да ја спроведете евалуацијата во пракса. Тука ви нудиме неколку идеи кои можат успешно да се искомбинираат:

- **Евалуациони групи.** Ова е можеби најинтерактивна и најзабавна техника за евалуација. Евалуацијата се состои од поделба на учесниците во мали групи кои на одредено време (еднаш дневно) ќе дадат оцена за активностите и одредени карактеристики на настанот. Ова треба да се спроведе со помош на еден член на тимот чија функција ќе биде помошник.

- **Сандаче.** Можете да поставите сандаче на видливо место во кое учесниците ќе можат анонимно да стават ливчиња со мислење за настанот (позитивни и негативни забелешки), со идеи или впечатоци. Учесниците треба да се поттикуваат да дадат забелешка за сè што сметаат дека може да се подобри. Позитивната страна на овој метод е што коментарите се комплетно анонимни.

- **Постер.** Можете да закачите еден голем хамер на еден од ѕидовите од просторијата на кој ќе бидат запишани евалуации на различни области (на пр. секоја активност, храната, сместувањето, материјалите итн.), за што ќе ви требаат неколку пенкала. Учесниците ќе можат да напишат што сакаат и кога сакаат, како и да дадат коментар на нечија забелешка. Интерактивноста меѓу учесниците е најдобрата страна на овој метод за евалуација.

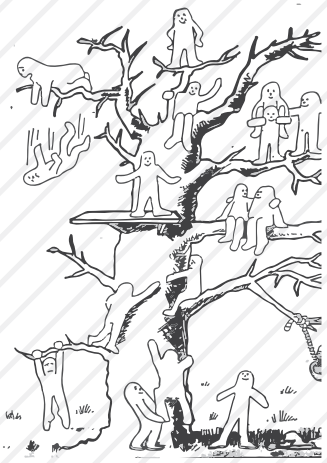


Кога настанот ќе заврши, потребна е крајна евалуација. Ваквата евалуација може да се спроведе на неколку начини кои можат меѓусебно да се комбинираат. Комбинацијата на неколку методи е најпрепорачлива. Освен горенаведените методи, може да се искористи и следниот:

- **Анкета.** Може да направите анкета која ќе треба да ја пополнат сите учесници. Анкетата треба да содржи отворени (со оставени празни линии) и затворени (на пр. да/не, 1-5) прашања. Целта на отворените прашања е да добиете повеќе информации за мислењето на учесниците. Затворените прашања се добар извор за квантитативна анализа на податоците што ќе ги добиете. Тоа значи дека со прашањата од типот „одговори да или не“ или „изберете од 1 до 5“ ќе добиете објективни податоци со кои ќе може да направите графикони и статистика (со помош на обичен софтвер како OpenOffice.org Calc или друга програма за табеларни пресметувања).

ДРВО ЗА ЕВАЛУАЦИЈА

Учесниците ќе треба да го избојат (или само да го означат) тоа во кое се пронаоѓаат (во врска со настанот) и да објаснат зошто. (Во прилог ќе најдете еден пример).



Дланка. Учесниците ќе треба да ја нацртаат својата дланка на хартија и на секој прст да напишат различни работи: на палецот тоа што најмногу им се допаднало, на показалецот тоа што сакаат да ги истакнат, на средниот прст тоа што не им се допаднало, на домалиот праст ангажманите кои произлегле од настанот (за нив или за нивната асоцијација/ученички совет/сојуз), а на малиот прст како настанот ќе придонесе за нивната работа.

ГРИЖА ЗА ЕКСПЕРТИТЕ

За време на настанот, потребно е да обрнете внимание на експертите и другите луѓе кои не се дел од сојузот (на пр. претставници поканети од други невладини организации или образовни лица), со тоа што ќе имаат при рака сè што им е потребно (особено сместување), врз основа на вашиот претходен договор. Понатаму, најдете време за една неформална/формална евалуација за нивниот придонес и нивните впечатоци од настанот и сојузот. Во основа, се работи за воспоставување деловни контакти: обидете се да дознаете што е можно повеќе за други интересни групи од полето на кое работите и одржувајте редовни контакти со нив, никогаш не знаете кога повторно ќе ви затребаат.

ГРИЖА ЗА УЧЕСНИЦИТЕ

Внимавајте на социјалната клима, а особено на последиците кои таа може да ги има врз крајниот исход од настанот. Поттикнете ги учесниците да се запознаат и да создадат пријатна атмосфера за работа. Нормално дека се работи за мало загревање и оставање простор за социјална интеракција за учесниците да најдат заеднички интереси и да добијат впечаток дека работат на истиот проект. Сепак, обрнете внимание на групата како целина и потрудете се таа да биде инклузивна и недискриминирачка.

ПОТОА

Точно така! Имате работа и откако настанот ќе заврши. Всушност, ова е клучна фаза од работата, и за исходот од настанот кој толку напорно го подготвувавте и за евентуални идни настани.

СУМИРАЊЕ НА ТИМОТ

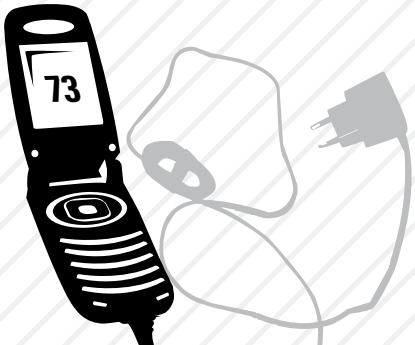
На тимот му треба време (не предолго) по настанот за да го сумира целосното искуство и работата како тим. Со помош на сумирањето, идните настани и колективната работа ќе бидат далеку подобри.

ИСХОД

Измислете начини за проверка на исходот од настанот. На пример, доколку организиравте семинар за обука, треба да проверите како знаењата што им ги пренесовте на учесниците се имплементираат во нивната работа. Ова треба да се спроведе преку објективни показатели, со цел да го оцените вистинскиот исход од настанот. Показателите може да ги приспособите земајќи ги во предвид целите кои беа дефинирани пред планирањето на настанот. По одредено време, проверете ги овие показатели на неколку начини (електронска пошта, анкети, телефонски повици итн.). Сето тоа ќе ви ја покаже вредноста на вашата работа, а заедно со спонзорите ќе увидите колку настанот навистина вродил со плод.

ИЗВЕШТАЈ

Бидејќи тоа е услов поставен од евентуалните спонзори на настаните, полезно е да напишете краен извештај за настанот во кој ќе го вклучите претходниот контекст на настанот, неговата цел, извештаи од разните активности, евалуации од учесниците, експертите и тимовите, заклучоци и признанија. На крај, извештајот треба да содржи финансиски извештај за трошоците кои ги направивте за време на подготовката и реализацијата на настанот.



7. ИНФОРМАЦИИ, ЗАМИСЛИ, НОСЕЊЕ ОДЛУКИ...

– ОРГАНИЗИРАЊЕ СОСТАНОЦИ

ВОВЕД

Се чувствувате инспирирано, имате идеи и сакате да се впуштите во акција! Сепак е поверојатно дека позитивната промена ќе биде полесно постигната доколку сте група активисти. За било која намена, споделувањето идеи, организацијата, распределбата на задачи, носењето одлуки или структура и состаноците ќе ви помогнат да ги остварите целите, а несомнено сакате тие да се што е можно попродуктивни. Целта на ова поглавје е да ви ги претстави причините за држење состаноци, кој ќе биде дел од нив, кога и каде да ги држите и што ќе ви биде потребно.

ЗОШТО СЕ ВАЖНИ СОСТАНОЦИТЕ?

Најпрво е пожелно да се утврди потребата и причината за состанокот, како би дошле до целта и структурата на истиот. Имајќи ја на ум крајната цел може да спречи организирање непотребни состаноци. Ова се неколку причини кои можат да ви помогнат да ја обликувате целта на состанокот:

- Групна комуникација, информирање, сумирање или евалуација на тоа што се случувало по претходниот состанок;
- Планирање – настан, проект или активност;
- Носење одлука – како ќе се одвиваат работите понатаму или извршни и финансиски одлуки за групата или организацијата;
- Споделување меѓусебни информации за да си кажете што знаете;
- Претходно сумирање – кажување на членовите што треба да прават, разјаснување одредени прашања;
- Последователно сумирање – по некој настан или активност, давање фидбек за тоа како поминале;
- Запознавање – новите групи треба да имаат можност да се запознаат со активистите со цел да работат како тим најдобро што можат;
- Мотивација.

Најважно е дека состаноците преставуваат мостови за тоа што го прават членовите меѓу себе. Не е точно дека луѓето работат за време на состаноците – тоа треба да се прави за време на интервалите додека не се гледате. Во спротивно, напредокот ќе биде бавен и нема многу да постигнете. Важно е групите да избегнуваат вакви навики и да останат мотивирани помеѓу состаноците.

КОЈ ТРЕБА ДА ПРИСУСТВУВА НА СОСТАНОЦИТЕ?

При планирањето и организирањето на состанокот, корисно е да размислите за кого е наменет и кој треба да присуствува. Запрашајте се: „Кој е заинтересиран или активен на темите кои ќе се дискутираат на состанокот?“, „Дали некој од присутните ќе има учесничка улога или одговорност?“. Понекогаш се добредојдени надворешни ученици со цел да пополнат одредени празнини. Размилувањата за тоа кој е повикан, а кој не ќе ви помогнат дане испуштите некој. И големината на групата треба да се земе во предвид – голема група значи многу добри идеи, но значи и дека не секој ќе може да каже што мисли, а ќе има и доста несогласувања.

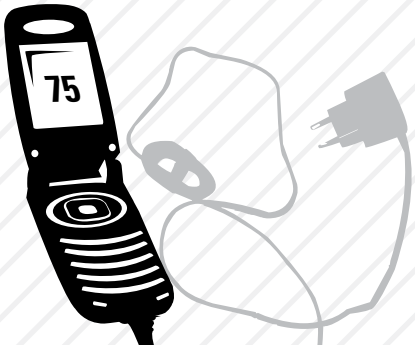
КОГА ДА СЕ ОДРЖУВААТ СОСТАНОЦИТЕ?

Не е секогаш лесно да најдете временска рамнотежа за одржување на состанокот. Нормално е да сакате што е можно повеќе луѓе да присуствуваат на состанокот. Ако ги имате во предвид динамиката на групата и потребите на членовите ќе си помогнете за полесно организирање. На пример, одредете до колку доцна може да траат состаноците, колку членовите ќе треба да патуваат, дали ви одговара состанок кој трае цел викенд и одредени денови кои треба да се избегнуваат поради тестови на училиште. Се разбира дека крајната одлука ќе варира во зависност од училишните состаноци или државните и меѓународните состаноци.

Состанокот може да се одреди групно, со запишување листа на датуми кои им одговараат на луѓето или со нудење готов список на датуми за состанок за целата година, замолувајќи ги членовите да ги резервираат тие денови за состанок со сојузот. Идеален за такво планирање е интернет страната www.doodle.ch. Размислете и за редовноста на состаноците – ако се премногу чести, можат да станат непродуктивни, а луѓето нема да имаат што да кажат. Недоволно состаноци ќе значи помалку контакти меѓу членовите, а со тоа и послаба меѓусебна мотивација. Кога се ближи некој планиран настан, ќе има потреба од поинтензивни состаноци за краток период.

Неопходно е да ги информирате луѓето што е можно порано за состанокот. Што порано, тоа подобро, ако сакате повеќе луѓе да се појават. Потсетувањата преку електронска пошта се корисни за членовите да не го забораваат состанокот.

Размислете и како ќе ги информирате луѓето за состанокот – дали повеќето информации ги примаат преку електронска пошта? Или писма? Или телефонски повици? Или СМС пораки? Реклама во локалните медиуми или летоци (доколку се работи за јавен состанок)?



КАКО Е НАЈДОБРО ДА СЕ ОДРЖУВА СОСТАНОКОТ?

Не постои стандарден начин за одржување состаноци, па најдобро е самите да најдете метод кој најмногу ви одговара. Сепак, постојат неколку најчести методи за одржување состаноци и корисни совети со чија помош состаноците ќе бидат поефикасни.

Најпрво и најважно, мора да имате агенда! Агендата ќе му даде структура на состанокот – посочувајќи кој што ќе прави и давајќи му на состанокот тек според планот. Се разбира, тој што го води состанокот, претседавач, лидер или медијатор ќе се погрижат за сето тоа – по можност со претходно добиени идеи од членовите за да се продискутираат на состанокот. На крајот на прирачников ќе најдете пример за агенда! Агендите треба претходно да им се пратат на учесниците на состанокот за тие да се подготват. Со тоа групата станува подемократска, бидејќи тие што ја разгледале агендата пред средбата и се подготвиле за неа ќе бидат во предност пред членовите кои не го сториле тоа.

Логично е да ги распределите задачите пред состанокот. На пример, кој треба да донесе одредени документи и колку копии од секој. Размислете за информации кои треба да ги најдете однапред и да ги споделите со членовите за поефективни резултати. Дали треба да ги споделите тие информации со некој пред да почне состанокот? Итн...

Записникот од претходниот состанок треба да се подели пред состанокот со цел членовите да се потсетат на задачите на кои претходно се согласиле, како и за тоа што се дискутирало и одлучило на претходниот состанок. Записниците се уште поважни за информирање на тие кои не присуствувале на состанокот (за повеќе детаљи, види „Водење записник“). Со помош на записник или белешки, редовно документирајте што се случува на состаноците поради ефикасност и спречување на несогласувања по состанокот за тоа што било кажано. Би било идеално да одберете некој кој ќе биде одговорен за оваа улога или улогата да ротира и секој да ја има одговорноста за водење записник.

За време на средбата, проверете ја валидноста на одлуките. Повеќето групи имаат устав или законик во кој пишува што групата прави, какви цели има и како функционира. Доколку тоа ви е средено, (добра идеја е да имате правила за рамнотежа на моќи и влијанија во групата, дека таа работи правилно и во добра насока); држете се до членовите и одржувајте ред и структура. На пример, ако сте се согласиле на кворум (број на членови од групата кои мора да се присутни на состанокот со цел да се донесе одлука), потрудете се тој кворум да е присутен на состанокот, со цел истиот да не биде невалиден или пак, залудно потрошено време.

Кога веќе сте подготвиле и организирале состанок, потрудете се тој да биде успешен! За повеќе детаљи прочитајте го следното поглавје.

8. ПАЈАК ВО МРЕЖАТА

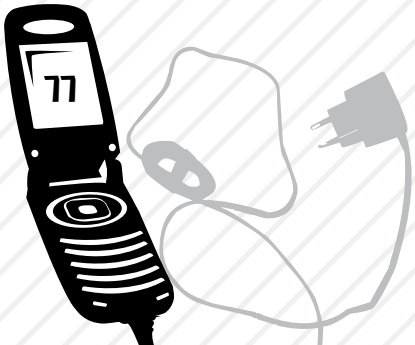
– ОДРЖУВАЊЕ СОСТАНОЦИ

ВОВЕД

Сега откако го свикавте состанокот, сите размислуваат, слушаат, а пенкалата им се подготвени за пишување, некој треба да го започне состанокот. А кој да каже кој да почне? Овој дел ќе ве поучи кој да ги држи состаноците и како таа личност (или група луѓе) да ја добие улогата. Исто така, овој дел ќе ве поучи како успешно да го одржите состанокот, да го привлечете вниманието на учесниците до потребното ниво и неколку примери за тоа што да правите на состанокот, а што да избегнувате по секоја цена.

КОЈ ТРЕБА ДА ГИ ВОДИ СОСТАНОЦИТЕ?

Хммм, добро прашање! Традиционално, групите имаат или претседател, или претседавач или лидер кој ги води состаноците. Избирањето на личност која ќе го води состанокот или повеќе состаноци може да се изведе на различни начини. Погледнете го дијаграмот подолу на кој се претставени најважните лидерски способности кои ќе ви помогнат да одлучите кој член е најсоодветен избор за оваа позиција.



	Еден лидер	Два лидери			
Вид на селек-ција	Споведување избори при што кандидатите држат говори, се домаќини на одреден настан (кандидатите се напред, а гласачите им вршат притисок со прашања кои ќе им помогнат да одлучат кој е најдобриот кандидат), па дури и водат кампањи и на крај членовите одлучуваат кој е најдобар.	Можат да се одржат слични избори како тие за еден лидер; сепак, некои сојузи повеќе сакаат систем кој не е хиерархиски. Со цел да се избегне моќ или лидерство на едно лице, некои групи сакаат да работат во систем со два избрани лидери-соработници за една улога. Понекогаш ова е во прилог на еднаквоста меѓу половите, особено ако изберете еден машки и еден женски лидер.	Кога групата е задоволна со некој кој волонтерски ги води состаноците, нешто за што се договара по пат на групен консензус. Оваа личност може да биде роден лидер!	За да избегнете хиерархиски систем каде едно лице има преголема моќ или одговорност (дури и ако причината е дека немаат доволно време), некои групи ги ротираат позициите. На тој начин, членовите си ги менуваат улогите на секој состанок. Сепак, недостатокот на овој систем е непостојаност, ред и предводник.	Улогата на медијаторот е да го води состанокот по пат на помагање или олеснување на истиот. Тој/таа се води по агендата на состанокот и се труди секој да добие збор, притоа поставувајќи претходно подготвени прашања за дискусија. Се грижи за ефикасен и инклузивен состанок. За повеќе информации: http://seedsforchange.org.uk/free/facil

КАКО УСПЕШНО ДА ОДРЖИТЕ СОСТАНОК?

На самиот почеток, држењето состанок може да биде стресно и непријатно или пак, забавно и возбудливо. Зависи од тоа каква личност сте. Сепак, како лидер имате неколку одговорности, кои доколку сакате да останете лидер, треба да ги спроведете! Ова се неколку совети за успешно држење состаноци:

1. Вашата примарна цел е успешен состанок! Состанокот ќе треба да тече непречено, топката да се тркала, а членовите да се вклучени и фокусирани. Нема смисла да се држи состанок ако членовите се незаинтересирани и не сакаат да дадат придонес.
2. Ќе имате агенда за текот на состанокот и ќе треба да се држите до неа; погрижете се секоја потточка да биде соодветно дискутирана, а на крај на дебатата донесете одлука.
3. Состанокот треба да биде фер - на секој треба да му се даде можност да каже што мисли - обидете се да извечете нешто и од потивките учесници. Кој и да го води состанокот не треба да дозволи некои членови да бидат доминантни и наметливи за време на состанокот! Како лидер, внимавајте да не случајно вие сте доминнатни и ги прекинувате другите.

Корисен совет: *Со цел да спречите луѓето да се прекинуваат додека зборуваат – користете „стапче за зборување“. Ваквото стапче (може да биде и друг предмет, на пр.топка) се дава на учесниците кога сакаат да кажат нешто. Само учесникот со предметот смее да зборува.*

4. Задача на лидерот е да се погрижи и за формалностите: добро да ги претстави луѓето – сите да се чувствуваат добредојдено, особено новите членови и гостите, а на крај да им се заблагодари на присутните!

Лидерот ќе треба да ги сумира заклучоците, да се погрижи дека секој слушнал и разбрал сè што е кажано на состанокот.

Запомнете: *Најдобар начин да научите како да бидете добар лидер е да учите од сопствените грешки. Набљудувајте ги луѓето кои сметате дека се одлични лидери и фаќајте забелешки (може и ментално) за нивната ефикасност. Секогаш прашувајте ги членовите што би сакале да се подобри на следниот состанок и имајте го тоа во предвид! Тие сигурно ќе го ценат вниманието и ќе се чувствуваат ислушани, што е важно за вас!*

Како да ги задржите вниманието и мотивацијата на групата

Се разбира дека некои состаноци ќе бидат суви и малку досадни – не може сите да се забавни и возбудливи! Во секој случај, постојат методи кои може да ги искористите за состанокот да биде малку поразличен и поинтересен!

- Најпрво, иако некои луѓе сметаат дека е само губење на време, пожелно е да го започнете состанокот со игра за загревање или поттикнување. На тој начин луѓето ќе се опуштат и ќе се запознаат подобро, што е неопходно за тимската работа! Всушност, поттикнувачките активности можат да се искористат и во текот на состанокот, доколку сметате дека е соодветно! Кога чувствувате дека на присутните им треба нешто да ги размрда, речете им да станат и да ги повторуваат важите движења или пак, да поиграат на буги музика ако се расположени! На крај на состанокот, исто така можете да ги размрдате со што ќе се подобри генералниот впечаток за нивото на работа. Погледнете ги нашите предлози на крајот од прирачникот, како и линковите до интернет страни со интересни идеи!
- Второ, луѓето комуницираат на различни начини. Некои на визуелен начин, некои по пат на слушање, а некои преку учество. Со цел луѓето да сфатат што е можно повеќе од тоа што се зборува на состаноците, обидете се да ги користите сите три методи на учење (за повеќе детаљи, види Претставување на вештини). Може да работите со презентации, групни дискусии и групен бреинсторминг со цел луѓето да се надополнуваат во идеите, работа во двојки, работа во групи и симулирање сценарија на кои ќе налетате, покажување слики и филмови, користење на бели табли со хартија за фаќање забелешки.
- Овие начини би требало да ви помогнат членовите да не се исклучат од состанокот. Учениците нема постојано да седат и слушаат, така што не би требало да заспијат! Ќе имаат можност да се движат низ просторијата, да прават различни активности и да зборуваат со повеќе луѓе. Седењето на едно место значи пропаст за состанокот!

- Конфликтите во групата можат да бидат демотивирачки, па најдобро би било да имате неколку корисни асови во ракавот за да се справите со ваквите ситуации. Луѓето ќе се чувствуваат демотивирано доколку мислат дека работите не одат баш најдобро – може да доведе до неангажираност и загуба на членови! За таа цел, прочитајте го делот Лидерство и тимска работаако сакате повеќе информации околу тоа како да се справите и посредувате во конфликтни ситуации.
- На крајот на состанокот, бидете позитивни! Заокружете ја средбата со позитивна забелешка за постигнатото на неа, пофалете ги учесниците за успешното учество и мотивирајте ги за задачите кои им се доделени за до следниот состанок. Луѓето сакаат да се чувствуваат ценето и да видат резултати – често пати луѓето не се свесни за тоа што го постигнале на состанокот.
- Нека има рамнотежа помеѓу личните придобивки и придобивките за организацијата. Иако некои работи ќе се постигнат со ангажираноста на одредени членови во групата, тоа не може да се оствари доколку сте сами. Придобивките на организацијата не смеат и не можат да ги надминат личните придобивки кои ќе ги остварат индивидуите – нови пријателства, признание за сработеното, нешто корисно за нивната биографија! Потрудете се членовите да добијат некаква корист од состанокот за себе си.

НЕКОЛКУ КРАТКИ НЕ!

Не попувајте, не зборувајте предолго, не ги прекинувајте луѓето, не користете жаргон, не претпоставувајте дека луѓето знаат на што сте мислеле, не ги разочарувајте членовите и на крај, не ги злоупотребувајте лидерските права!!!

9. ШТО Е **КАЖАНО?**

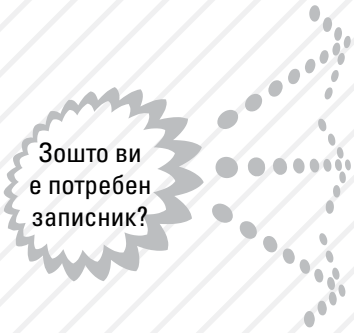
- ПРАВЕЊЕ ЗАПИСНИК

ВОВЕД

Значи се обидувате да документирате сè што било кажано и кој што кажал за време на состаноците, какви одлуки се донеле, какви задачи се доделиле, на кој и до кога е крајниот рок. Се работи за премногу информации кои треба да се документираат, па кој би бил најефикасниот начин? Прочитајте го следниот дел за да откриете како!

ЗОШТО ДА СЕ НАПРАВИ ЗАПИСНИК?

Записникот е важен и ефикасен инструмент кој помага да се водат успешни групи и состаноци. Како да си ја олесните работата? Според изложеното во делот „Како да се организира состанок?“, записникот има неколку примени:



За да знаете на што секој член се нафатил и истиот да биде одговорен за своето ветување

Како потсетник за сè што било одлучено на состанокот (на некои од нас меморијата не ни е најјака страна!)

За информирање на членовите кои не биле присутни на состанокот од различни причини

СОВЕТИ ЗА ЕФИКАСНО ВОДЕЊЕ ЗАПИСНИК

Правењето записник може да биде стресно - особено ако и вие - доколку го пишувате - сакате да придонесете кон состанокот. Следните совети ќе ви помогнат да ја завршите работата на најлесен можен начин:

- Ако имате време, пред да започне средбата направете структура на записник, па штом започне средбата веднаш фатите се за внесување податоци без да заостанувате. Одлучете дали прво ќе пишувате рачно, па потоа запишаното ќе го фотокопирате или напишете на компјутер по состанокот или пак, доколку брзо пишувате на тастатура, можете записникот да им го разделите на учесниците веднаш по состанокот.

- На горниот дел од листот напишете за чиј состанок се работи (на пр. која група, локален училишен сојуз/совет или државен), местото на кое тој се одржува и времето. Под тие податоци, напишете кој учествувал на состанокот, кој се извинил за своето отсуство и кој не се извинил за своето непојавување на состанокот.

Време е да почнете со пишување! Најдобро е записникот да има облик на дијаграм. Во првиот столб, набројте ги точките кои се дискутираат, по редниот број на агендата. Следниот столб треба да има забелешки од спроведените дискусии. Ова не значи дека треба да напишете сè од збор до збор. Треба да се напишат кратки белешки кои ги сумираат клучните точки од состанокот заедно со аргументите за нив (може пред самиот состанок да решите дали ќе запишете кој што рекол, ако сметате дека треба да вклучите имиња – но тоа може да има последици ако записникот се рашири во јавност), но дефинитивно треба да ги запишете донесените одлуки. На крајот треба да има столб со сите активности кои треба се извршат, и тоа од кого и кога. (Во прилог може да најдете пример за записник).

Во записникот треба да го има датумот и местото за следната средба, така што луѓето нема да бидат во недоумица. Записникот треба да се раздели што е можно поскоро по состанокот за луѓето да можат веднаш да почнат со активностите и задачите кои им се доделени.

Кога еден записник ќе биде напишан, за него треба се даде согласност дека е верна копија на одржаниот состанок. Доколку некој не е задоволен со него, може да се направат корекции. Ова би требало да се случи на следниот состанок на групата. Целта на корекциите е да се спречи записникот да биде перспектива на само еден човек. Потоа документот ќе се смета за формален.

ЈАВНО ИЛИ ПРИВАТНО?

Групата треба да одлучи дали записникот ќе биде достапен за јавноста. Ова може да има позитивни и негативни страни, во зависност од тоа на што работите и каков вид на луѓе сакате да ги читаат записниците. На пример, записниците може да се достапни на интернет за луѓето кои сакаат да знаат што работи вашата група/заедница, но или не можат или не сакаат да станат членови. Од друга страна, понекогаш може да се работи за дискусии на проблеми кои се доверливи и не треба да се достапни за поширокатa јавност. Во тој случај, записникот може воопшто да не е достапен за јавноста, или пак, да ги изоставите деловите кои не сакате да бидат прочитани.

НЕКА БИДЕ КРАТКО И ЕДНОСТАВНО

Запомнете дека понекогаш „што повеќе кажувате, сè помалку е кажано“. Ако имате записник долг 10 страни, најверојатно никој нема да го прочита. Подобро фокусирајте се на конкретни одлуки и задачи отколку на аргументи, макар што некогаш и од тоа може да има потреба.

10. ЗНАЕЊЕТО Е **СИЛА**

- МЕНАЏМЕНТ НА ЗНАЕЊА ВО СРЕДНОШКОЛСКИТЕ СОЈУЗИ

ВОВЕД

Успехот на заедницата не зависи само од тоа колку луѓе работат за целите на организацијата и колку се посветени на работата. Успехот, исто така, зависи и од знаењата и вештините на луѓето кои се активни.

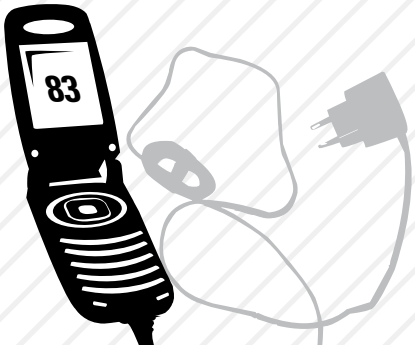
Ни вие, ни луѓето кои се со вас нема засекогаш да останат во заедницата. Во средношколската заедница има огромен обрт на членови; поради тоа, менаџментот на знаења е една од најважните работни области врз која треба да имате контрола доколку целите на ефективна заедница.

Сигурно не сакате наследниците да почнат од почеток, а со помош на неколку едноставни рутини можете многу лесно да ги избегнете таквите проблеми, како и да им помогнете на идните генерации да продолжат онаму каде што сте застанале.

Знаењето во заедницата се собира по пат на искуство при вршење различни обврски. Знаење стекнато од обиди и падови, и повторно падови. На заедницата и е важно да ги дефинира клучните способности кои треба да се рашират низ заедницата и за таа цел треба да се разработи стратегија. Во ова поглавје, ќе зборуваме за неколку различни методи на ширење знаења во организацијата и методи со цел да се спречи повторување на грешките кои заедницата ги направил за идните генерации.

ДОКУМЕНТАЦИЈА

Многу повеќе знаење може да се пренесе ако тоа е достапно во пишана форма. Со извештаи за важните работи кои сте ги завршиле, не само што сѐ ќе ви биде документирано, туку и искуствата ќе можат полесно да се искористат од останатите активисти. Ваквите извештаи можат да се прикажат на според вас најсоодветниот начин, а кога ги пишувате имајте ги на ум овие два клучни зборови: бидете кратки и искрени. Кратки, бидејќи детаљите не се интересни за никого; она што е интересно се вашите согледувања за состанокот, зошто одредени работи пропаднале, додека другите одлично се спроведувале. Запомнете дека извештаите ќе бидат бескорисни, ако се комплицирани за кус преглед. ако напишете извештај само за да биде дотеран, тоа нема воопшто да им помогне на наследниците. Тие треба да ја знаат вистината, целата вистина и ништо друго освен вистината.



КРАТКИТЕ ИЗВЕШТАИ МОЖЕ ДА БИДАТ КОРИСНИ ЗА:

Важни проекти

- Кампањи
- Политички проекти
- Информациски проекти

Важни состаноци

- Интерни состаноци
- Екстерни состаноци
- Состаноци со партнери

Настани

- Генерални собранија
- Конференции и семинари
- Демонстрации
- Забави

Лично искуство

- Кога нечија функција ќе заврши,тој/таа треба да напише извештај за своите искуства

КРАТКИОТ ИЗВЕШТАЈ ТРЕБА ДА СОДРЖИ ИНФОРМАЦИИ ЗА:

- Процесот на организација и собирање средства за настанот (или за нешто друго)
- Практични проблеми и пречки со кои сте се соочиле
- Падови и подеми во процесот
- Краен исход, што било добро, а што лошо
- Совети за во иднина

Би било добро доколку изготвите и годишен извештај на неколку страни, а во него се вклучени најважните работи од текот на годината. Тоа би бил одличен почеток за луѓето кои сакаат да видат што сте работеле во изминатите години или на какви интересни проекти претходно работел сојузот.

ПИШУВАЊЕ КРАТКИ ПРИРАЧНИЦИ

Кратките прирачници се дури поважни од записниците. На пример, може да напишете прирачник по организирањето на некој концерт, голем настан, кампања или сумирање на искуства од работењето одредено време на некоја тема. Во солидните организации, активистите пишуваат прирачници после секое здобиено и важно искуство.

Разглобете го искуството во вид на општи насоки за тоа како да се работи на најдобар можен начин. Ова би било одличен извор за оние кои сакаат малку подоцна да се вклучат во работата.

Стратешки е да се пишуваат прирачници за пониските нивоа на организацијата. Прирачников е само еден таков пример. Ако сте дел од државна заедница, би било добра идеја луѓето кои работат на државно ниво да напишат прирачник за нешто, на пример за книговодство, со цел тој потоа да биде даден на локалните средношколската заедница во вид на извор на знаења. При пишувањето

прирачник, потрудете се да е што повеќе директен. Фокусирајте се на конкретната работа и прескокнете ја теоријата. Нека биде кратко и прецизно.

АРХИВА

Сите извештаи треба да се чуваат и организираат заедно со останатите важни документи, сметководство, пошта, регистри со контакти итн. Добро е да се има главен штаб – по можност не во нечија куќа, бидејќи не можете да знаете што ќе се случи со тој член – можеби ќе треба ненадејно да ја напушти организацијата. Архивата ќе биде бескорисна доколку тој/таа што бара одредена информација не може лесно да ја најде. Архивата треба да биде точна и сигурна. Една добра архива би требало да ги поседува следните карактеристики:

- Лесна за складирање нови материјали
- Лесна за наоѓање материјали според предмет и датум
- Минимален ризик од целосно нејзино губење

ФИЗИЧКА АРХИВА

Некои документи треба да се наоѓаат во физичката архива, особено сметководството. Повеќето земји имаат правила за тоа колку долго треба да се чува сметководството. Ова бара вистински сметки и потпишани документи, па затоа треба да се чуваат физички. Истото важи и за испринтани материјали од кампањи, како што се постери, летоци, рекламен материјал итн.

ДИГИТАЛНА АРХИВА

Повеќето работи се покорисни ако се во дигиталната архива. Одржувањето и пребарувањето по дигитална архива е многу побрзо. Таа е полесно достапна од физичката. Луѓето може многу едноставно да пратат дел од архивата преку електронска пошта и тоабило каде, а за новите материјали може многу полесно да користите текстови или слики што ќе ги најдете.

Лесно е да се направи, но е малку поризично. За да се уништи физичката архива треба да се случи пожар или поплава, а дигиталната архива може да се уништи со паѓање на системот или од страна на несмасна личност.

Потрудете се да ја зачувате дигиталната архива и на други места.

ИНТЕРНО ОБРАЗОВАНИЕ

Освен разменување вредни знаења по пишан пат, постојат неколку начини на кои заедницата може да ги едуцира членовите, а тие се дадени во следниот дел на прирачников.

КУРСЕВИ/ОБУКИ

Организирајте курсеви и обучете ги членовите за важните аспекти на работата на заедницата. Организирајте работилници, предавања, претстави, семинари итн. Обуката може да се спроведе од членови на сојузот со добро знаење од темата или со помош на надворешни експерти, во зависност од темата на едукација.

Обуките може да се спроведат на различни нивоа од организацијата, а особено за новите активисти за полесно и побрзо да се вклучат во активностите на сојузот.

КРУГОВИ ЗА УЧЕЊЕ

Заедницата може да организира кругови за учење во врска со одредени проблеми или теми за членовите што континуирано сакаат да проучуваат

одредена работна област. Кругот за учење треба редовно да се состанува, а некој да биде задолжен за планирање на состаноците. Поканете експерти, читајте книги и прирачници од областа и дискурајте ја содржината. За детаљи во врска со успешно водење круг за учење, прочитајте ги деловите за Лидерство и Организирање состаноци од овој прирачник.

МРЕЖНО ПОВРЗУВАЊЕ

Друг начин за интерно едуцирање членови е да основате мрежи на луѓе на истата позиција. Можеби сите претседатели на локалните средношколската заедница во градот ќе можат да се соберат понекогаш и да ги разменат знаењата и искуствата, споделувајќи си различни приоди и решенија за проблемите со кои може да се соочи еден претседател на средношколски сојуз во текот на работата. На овој начин, учесниците ќе добијат конкретни насоки и позитивни искуства за процесот во кој учат од грешките и успеситена другите. Овој вид на едукација е истовремено и забавен (сретнувате луѓе како вас!) и успешен!

ПРЕКЛОПУВАЊЕ

Добра навика е да се организира настан за луѓето кои ја напуштаат заедницата да можат да ги споделат искуствата со луѓето кои продолжуваат да ја водат заедницата. Трансферот на улоги и предавањето на работата се многу важни. Ова е одличен начин за пренесување на знаење. Друга добра идеја е да ги ангажирате луѓето кои ги напуштаат клучните позиции да ги подучуваат членовите кои ќе ги заземат нивните места, што евентуално може да доведе до „ортачки“ систем.

ПОДУЧУВАЊЕ

Целта на подучувањето е да им се помогне на луѓето да ги развијат своите вештини и знаења преку лично предводење. Напредокот на активистот се поддржува со директно учење од искуството на менторот и од можноста да дискутира со некој надвор од работната група.

Не е лесно да се биде ментор. Треба да му се одолее на искушението „да се фати рибата“. Менторот трбе да „ве научи како да фаќате риба“. Постојат повеќе аспекти на подучувањето. Некои од нив се претставени подолу.

Основни правила на подучувањето

Кога подучувате некого треба да имате на ум неколку основни правила:

- Вие не ги носите одлуките. Не е важно дали се согласувате или не, ваша задача е да им помогнете на тие што ги подучувате да донесат заклучок за кој детално се размислувало.
- Допуштете им на тие што го подучувате да го направат првиот предлог за тоа што ќе се прави. Потоа, дадете го вашиот совет тргнувајќи од почетниот предлог.
- Не можете да принудите никого да биде подучуван.
- Држете се до правилата за фидбек (за повеќе детаљи, види Лидерство и тимска работа).
- Обидете се да поставувате прашања со кои луѓето ќе дојдат до сопствен одговор, отколку да им го кажете вие. Бидете заинтересирани да им помогнете на индивидуите да развијат разбирање за целиот проблем, а не само да донесете одредена одлука. Користете прашања што започнуваат со „зошто„, „што“ и „како“, бидејќи таквите прашања бараат повеќе објаснување отколку прашањата што можат да се одговорат само со да или не. На пример, „Што мислиш за влијанието на овие аспекти врз твојот проект?“.

ЛИЧНО ПОДУЧУВАЊЕ

Ваквото подучување е најчесто, а иницијативата ја презема личноста која очекува да биде подучувана. Менторот и слушателот се сретнуваат со цел да подискутираат проблеми од интерес на активистот. Целта на менторот е да му помогне на активистот да развие нови идеи во одредена област. Подучувањето може да биде редовно или повремено кога активистот чувствува потреба да дискутира на одредена тема со менторот. Луѓето можат многу да научат еден од друг и тоа само со дискутирање на различни теми, па дури и ако се работи за средба еднаш во месецот или разговор со кафе.

ОФИЦИЈАЛНИ СОВЕТНИЦИ

Повеќето заедници имаат т.н. одбор или собрание на советници. Се работи за широка група на луѓе со специфични познавања во областа на организирањето и кои имаат одредени обврски.

Советниците можат да бидат адвокати, новинари, банкари или другг вид професионалци кои се согласни со идејата за заедница и кои имаат експертиза во областите корисни за заедницата. Најчесто, советниците се поранешни активисти на заедницата кои сакаат да ги пренесат своите знаења на новите активисти.

ПОДУЧУВАЊЕ ВО ВРСКА СО ПРОЕКТ

Ваквото подучување се прави со поканување еден или повеќе ментори да помогнат околу проектот. Подучувањето започнува со претставување на најважните искуства на менторот, кој подоцна останува достапен за понатамошна поддршка и потреба.

ПОДУЧУВАЊЕ НОСЕЊЕ ОДЛУКИ

Се работи за сложена дисциплина. За таа цел, менторот може да помогне само при анализа на аспектите од одлуката. Менторот не треба да се меша, ниту пак да влијае врз одлуката. Со цел да се донесе одлука, може да го искоритите методот на SWOT анализа (види прилог).

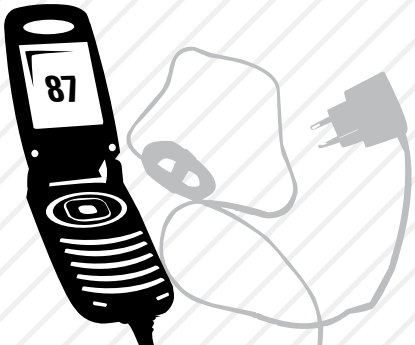
ПОДУЧУВАЊЕ ПРЕКУ ПРЕТСТАВА

Многу ефективен начин на подучување е по пат на мали претстави. На пример, ако активистот се подготвува за прес конференција или интервју со медиумите, менторот може да глуми новинар со цел да му помогне на активистот да ги подготви одговорите. Истото може да се направи и за подготовка најавна дебата или состанок со спонзор кој треба да се убеди да поддржи одреден проект на сојузот.

ШИРЕЊЕ ОРГАНИЗАЦИОНА КУЛТУРА

Културата на една организација е начинот на кој луѓето во неа се однесуваат. Кои ставови и вредности доминираат во организацијата? Како сме поврзани еден со друг? Како најчесто се извршуваат работите?

Овие вредности се шират без луѓето да се свесни за тоа. Ако успеете да разберете како културата влијае врз вашата работа, ќе може да ги исползувате нејзините добри страни и да се обидете да ги промените лошите. Сето тоа се прави по пат на меѓусебен разговор.



АНАЛИЗИРАЈТЕ ЈА КУЛТУРАТА НА ОРГАНИЗАЦИЈАТА ПОСТАВУВАЈЌИ СИ ГИ СЛЕДНИТЕ ПРАШАЊА НА СЕБЕ СИ:

- Кои се непишаните правила на организацијата?
- Дали културата е отворена за нови членови?
- Како луѓето взаемно се почитуваат?
- Како луѓето најчесто се социјализираат?

Со помош на овие прашања ќе дознаете како вие и останатите се чувствувате во врска со организацијата. Со почитување на позитивните аспекти на културата може да целите кон промена на лошите. Тоа се прави со меѓусебна дискусија, а може да се дискутира и на Генералното собрание или некој друг состанок, во зависност од природата на проблемот.

ПОРАНЕШНИ ЧЛЕНОВИ

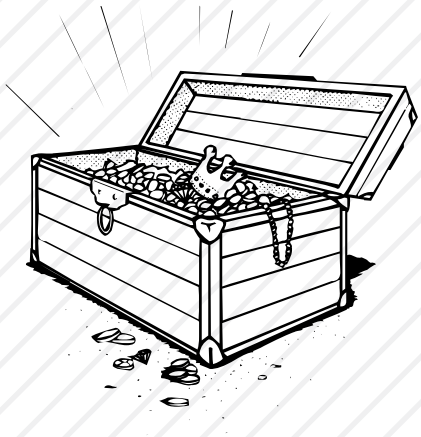
Друг начин за искористување на минатите знаења и искуства е преку основање мрежа на поранешни членови. Ваквата мрежа е за поранешни активисти. Многу луѓе започнале кариера во средношколските заедници, па станале многу успешни. Мрежата на поранешни членови може да содржи различни луѓе кои имаат добри контакти со луѓе кои можат да ви се најдат во работата. Сепак, запомнете дека моменталната задница ја води организацијата и иако размислувањата и идеите на поранешните генерации можат да бидат корисни, некогаш тие треба да се игнорираат и да се сфати дека организацијата е во ваши раце и вие сте тие што треба да ја развиете и подобрите.

11. КАКО ДО **ФИНАНСИИ?**

-СОБИРАЊЕ СРЕДСТВА ЗА СРЕДНОШКОЛСКИТЕ СОЈУЗИ

ВОВЕД

Големината и ефикасноста на активностите на средношколската заедница не зависат само од мотивацијата и вештините начленовите, туку и од финансиските средства на заедницата.



Солидната финансиска стабилност и олеснува на заедницата да организира кампањи за кои се потребни постери, флаери, маички, пенкалца и друго. Потребни се средства за патување при посета на други училишта и учествување на официјални состаноци. За да организирате концерт, потребни се средства за музички системи, осветлување, хонорар на бендот итн. Добро опремено седиште на заедницата неверојатно ја олеснува неговата работа. Сето ова чини пари. Собирањето финансии за повеќето средношколски сојузи е комплицирана работа. Подолу ќе ви претставиме неколку извори на финансирање, како и нивните предности и недостатоци.

ЧЛЕНАРИНА

Повеќето средношколски заедници имаат членарина. Во многу земји, членовите плаќаат со цел владата да ги смета за легални членови на организацијата. Користењето на членаринатa како главен извор на финансии може да има позитивни и негативни страни. Во организации каде постои голем интерес на средношколците да станат дел од организацијата, може да се зема повисока членарина. Во Финска, членовите на средношколската заедница добиваат лична агенда, 6 изданија на средношколскиот весник годишно и 50% попуст на автобуси и возови меѓу другото. Ова е огромен поттик за средношколците да се приклучат, а на повеќето ученици не им е проблем да плаќаат членарина од 12€ годишно (2006). За средношколските заедници кои се сконцентрирани на колективно подобрување на положбата на средношколците, да речеме преку политички кампањи, тешко е да бараат висока членарина бидејќи на резултатите од кампањите им се потребни години за да се имплементираат и ефектите најчесто ќе ги почувствуваат идните генерации.

Друг недостаток на членаринатa е што чини премногу за да се спроведе. Праќањето писма за плаќање членарина и регистрирањето кој платил, а кој не е сложен процес. Организацијата може да има неколку различни категории на членарина со цел парите да не бидат пречка за оној кој сака да стане дел од организацијата (за повеќе детаљи, види „Структури на средношколската заедница“).

ПОДДРШКА ОД ВЛАДАТА

Некои држави имаат системи за финансиска поддршка за граѓанското општество и најчесто поголемиот дел од таа поддршка се насочува кон младинските организации, бидејќи нивните членовите се помалку финансиски самостојни. Постојат два вида поддршка од владата (и на локално и на национлно ниво): едната е општа поддршка за организациите врз основа на бројот на членови и организирани активности. Другиот вид на владино финансирање, кое се користи многу почесто, е во вид на грантови за конкретни проекти на организацијата.

Владите имаат агенди за ваквата финансиска поддршка за граѓанското општество. Запомнете дека целите што сакаат да ги постигнат со доделување на финансиска поддршката не секогаш се совпаѓаат со вашите. Нека не ве заслепува потебата за финансии на организацијата, па поради тоа да правите измени во проектите со цел да ги задоволите луѓето задолжени за финансирање.

Помага доколку имате добри односи со владини службеници. Истражете како другите оранизации во земјата наоѓаат средства за работа.

Локалните средношколски заедници можат да добијат одредена финансиска помош од училиштето.

ПРОДАЖБА

Средношколската заедница може да продава различни работи со цел да собере пари за работата на заедницата. На сите ученици им требаат пенкала, тетратки, литература, катанци за шкафчињата, дигитрони итн. Ако успеете да најдете начин да ги купите ваквите материјали по поефтина цена од другите продавачи, може да остварите голем профит. На овој начин им помагате на учениците да заштедат пари, а вие добивате мал приход. Освен материјали директно поврзани со процесот на образование, заедницата може да организира продажба на производи поврзани со завршувањето средно образование како што се каталози со слики, капчиња, прстени итн. Во повеќе држави, во самите училишта, заедницата држи кафетерија или различни автомати. Некои продажби бараат многу време. Не заборавајте да процените дали вложената работа во ваквите активности има позитивен резултат.

ПРИМЕР – Среношколската организација USO во Швајцарија има направено образец на договор за локалните средношколска заедница кои сакаат да склучат договор со снабдувачи на автомати. USO се грижи за преговорите во име на сите локални средношколски заедници , па затоа може да побараат и подобри зделки за местата каде локалните заедници прават повисок профит и можат полесно да влијаат врз содржината на автоматите.

Во училиштата со цврст „училиштен дух“, постои поголема побарувачка за прозиводи поврзани со наставата. Најмногу се бараат облеки со логото на училиштето, но само имагинацијата може да ве ограничи во призводите што ги создавате. Ваквите работи помагаат за развивање на чувството на припадност. Цврст училиштен дух е исто што и добар тимски дух и претставува основа на работата на заедницата. Без тимскиот дух, тешко е да се мотивираат луѓето да работат за подобрување на ситуацијата на целиот тим.

Националните средношколски форми на организирање, Заедниците можат да продаваат сопствени публикации, кутии со алат и предавања произведени за училиштата и локалните заедници. Можеби имате експерти за соочување со различни проблеми во училиштето. Доколку постојат бројни барања од училиштата за справување со таквите проблеми, заедницата може да ги испрати експертите во замена за одредена сума на пари.

Во Шведска постои законска одредба според која сите училишта имаат народен правобранител за безбедноста на средношколците. Директорот проверува дали овие народни правобранители можат да ги задоволат очекувањата согласно довербата која им е дадена. Бидејќи никоја друга средношколска заедница освен шведскиот нема познавања од оваа област, заедницата продава семинари на училиштата за начинот на кој народниот правобранител треба да работи.

НАСТАНИ

На истиот начин на кој заедницата може да продава производи, може да организира и настани како на пример, концерти, забави, изложби итн. со цел

да се соберат финансиски средства. Ако од таквите настани се направи добра традиција, тие можат да станат континуиран извор на приход за заедницата (за повеќе детали, види „Организирање настани“).

СПОНЗОРИ

Што повеќе признанија и внимание постигнува работата на унијата, тоа полесно ќе биде да добиете финансиска поддршка од различни спонзори кои сакаат нивното име да стои на добар и позитивен контекст.

СИНДИКАТИ И СТУДЕНТСКИ ЗАЕДНИЦИ

Средношколските заедници всушност налкуваат на средношколски синдикати. Постојат многу сличности во начинот на кој работиме и затоа споделуваме идеи кои се основата на нашите организации. Ако луѓето имаат позитивни искуства од средношколската заедница, подоцна кога ќе се запишат на факултет ќе станат дел и од студентските форми на организирање или пак, дел од синдикатот кога ќе започнат со работа. Вештините кои се развиваат со работата во сојузот се слични на потребните вештини во подоцнежните фази кои ги наведовме. Може да се каже дека средношколските заедници оформуваат идни синдикалисти. Добрата средношколска заедница е во интерес и на студентските сојузи и на синдикатите, па затоа е полесно да ги мотивирате да ве поддржат или со финансии или со канцеларии и пристап до интернет, телефони, факсови и фотокопири, како и да ве опремат со способности за органзациски вештини.

ЛОКАЛНИ ВЛАСТИ

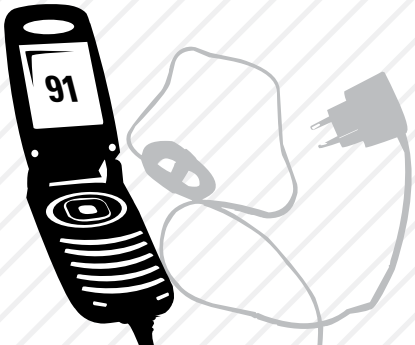
Локалните власти можат да ви бидат од корист за индивидуални настани. Доколку заедницата организира голем настан кој ќе се рекламира во медиумите, и на кој ќе учествуваат многу успешни, активни и инволвирани млади луѓе, локалните власти од градот или регионот каде настанот се одржува можат да ве спонзорираат за да добијат на публицитет. Уште полесно е ако се работи за настан со долга традиција. Средношколската заедница на шведското Финс генерално собрание се вика Елевриксдаген (средношколски парламент) и се организира секоја година од шеесетите години на минатиот век. Добро е познат и рекламиран во медиумите, па затоа многу градови сакаат да бидат домаќини на настанот.

Училиштето не е само должно да им пренесува знаење на учениците; туку и да ги направи активни, демократски граѓани. Кога сте дел од една заедница , вие веќе сте ја поминале таа обука. Средношколската организација во Шведска има склучено договори со локалните власти кои финансиски ја поддржуваат ораганизацијата ако исполнува одредени предуслови. Тие знаат дека една активна средношколска заедница во градот или регионот ќе активира многу ученици и на тој начин тие поминуваат низ солидна обука за демократија.

ФИРМИ

Средношколскиот сојуз во Македонија е спонзориран од државната железница и сите членови на сојузот можат да патуваат низ земјата без да платат ни денар. Ова им заштедува многу пари.

Во врска со индивидуалните настани, може да убедите различни фирми да спонзорираат различни делови од настанот. Можеби ви треба овошје за време на паузите. За тридневен настан со 200 луѓе може да ви се потребни 400 парчиња овошје. За да заштедите пари, убедете го локалниот супермаркет или прозиведувач на храна да ги донира на заедницата во знак на добра волја. Помага ако им дадете било какво признание за доброто дело. Можеби забелешка во програмата или на



веб страната би било доволно. Во Европа постои добра традиција на општествено одговорникомпании , а тоа може да се искористи во полза на средношколските заедници.

ДОВЕРЛИВИ ФОНДОВИ/ФОНДАЦИИ

Во повеќето европски земји луѓето основаат фондации кои даваат грантови за одредени проекти и интереси. Тие имаат критериуми според кои се одлучува на што ќе се доделат парите. Критериумите можат да бидат прилично конкретни, но можеби ќе успеете да најдете фондација чии критериуми се совпаѓаат со работата на организацијата.

ДОНАЦИИ

Се разбира дека секој може да донира пари на заедницата, ако имате такви структури. Штом забележите дека постои голем интерес за донирање средства, може да создадете систем преку кој луѓето ќе можат да даваат месечни или годишни донации. Банките би требало да ви помогнат околу ова прашање.

ВНИМАНИЕ!

Заедницата не треба никогаш финансисики да зависи од посебни интереси и да го менува текот на работата само за да собере повеќе финансиски средства.

Голем ризик при земањето средства од владата е да станете зависни од одредена администрација. Резултатите од изборите не треба да влијаат врз финансиските средства на заедницата. Организации како Amnesty International и Green Peace не прифаќаат финансиска помош од владата, бидејќи сметаат дека тоа може да влијае врз нивните активности, а на тој начин би станале зависни од органот врз кој се обидуваат да влијаат. Истото се однесува и на фирмите. Секогаш анализирајте ги позитивните и негативните страни.

12. КАКО ДА СЕ **ЗАДРЖАТ ПАРИТЕ?**

-ФИНАНИСИСКИ МЕНАЏМЕНТ ВО СРЕДНОШКОЛСКИТЕ ЗАЕДНИЦИ.

ВОВЕД

Штом сте успеале да соберете средства за организацијата, треба да знаете да ги заштедите, инвестирате и пријавите. Можеби се прашувате зошто е важно да се има чисто и прецизно сметководство, од причина што може да одзема многу време, но важно е членовите (како и вашите финансисери и надлежностите) да можат да видат што се случува со парите и дали се користат на планираниот начин. Имајќи контрола врз финансиското планирање на организацијата, ќе можете да имате приоритети и за другите организациски активности. За таа цел, важно е да го поврзете финансиското планирање со програмата на активности на организацијата.

Најпрво, се работи за обврски и легалност за кои вие докажувате дека сте ги искористиле најдобро што знаете и верувате. Ако членовите го прифатат сметководството и годишниот извештај, а ги отфрлат членовите на одборот, тие повеќе не се одговорни за направените дела. (Ова значи дека никој повеќе не може да ги обвини дека не делувале според условите на организацијата, но доколку направиле нешто нелегално, како на пример, манипулирале со билансите или слично, секако дека ќе бидат одговорни).

ИМАЈТЕ ЈАСНО ДЕФИНИРАНИ ФИНАНСИСКИ ПРАВИЛА

Секој брачен советник знае дека парите се еден од главните виновници за конфликти во семејството. Истото се однесува и на организациите. Од причина што повеќето луѓе не стануваат дел од заедницата со цел да дискутираат финансии, членовите избегнуваат да зборуваат на тема финансии во полза на активностите и политиките. Недостигот на дискусии на таа тема води до недоразбирања, лошо раководство и недовлно средства за активности. Следуваат неколку совети во врска со контролирањето финансии.

ИЗБЕРЕТЕ БЛАГАЈНИК

Потребно е да определите кој ќе биде одговорен и што се очекува од секој член кога станува збор за финансии. Изберете благајник кој ќе се погрижи да бидат платени сите сметки, ќе ги запише сите приливи и одливи на средства во едноставна сметководствена книга (види Прилог) и кој понатаму ќе ги дефинира начините за надоместоци итн. (во некои земји таквите лица треба да имаат над 18 години). Иако ви треба некој за административната одговорност, важно е да запомните дека економијата на организацијата е должност на целиот одбор.

ИМАЈТЕ ГРАНИЦИ ЗА ТРОШОЦИТЕ

Се разбира дека благајникот не може да го контролира секое пенкало кое ќе се купи. Со цел работите да бидат пофлексибилни, може да воведете финансиски правила со кои на луѓето ќе им се даде право да прават одредени инвестиции. На пример, на раководителот со конференциски проекти може да му дозволите да има контрола над буџетот со ограничување да не ја надмине границата поставена од одборот. Може да поставите и граници за трошоците, па претседателот да има право да потроши одредена сума на пари без да го информира одборот. Целта на тоа е да му се даде на одборот (или друго надлежно тело) контрола над рамките на буџетот, но тој и понатаму да биде ефикасен и флексибилен.

ПРАВИЛА ЗА НАДОМЕСТ

Под надомест се подразира плаќање трошоци што некој ги направил додека работел за организацијата. Надоместоци може да се дадат за храна, работен материјал, патни трошоци, телефонски повици и можеби сместување за состаноци кои траеле подолго од еден ден. Правилата на заедницата треба да посочат кој има право да добие надоместок. Можеби ќе дадете надоместок само за одредена категорија билет или за сместување на сите лица кои живеат подалеку од 100км и тоа до 30 евра по ноќ или нешто слично. Со цел да добие надоместок, секое лице треба да ги наведе барањата за надоместок заедно со опис на потребата за трошоците и потврда како доказ за трошокот. Пример за надоместок може да најдете во прилогот на прирачников.

БУЏЕТ И ПЛАНИРАЊЕ НА ФИНАНСИИТЕ

Генерално, парите ќе ги трошите за потребите на заедницата, но тоа е премногу општо објаснување, па ќе мора да имате буџет со цел да покажете колку пари сте заработиле, а колку сте потрошиле. Буџетот треба да е поврзан со програмата на активности. Кога ќе ги распределите парите за некоја активност, делумно го утврдувате приоритетот на проектот. Понекогаш може да ги надминете предвидените средства за одредена активност, па ќе треба да направите приоритет меѓу останатите активности и да скратите од трошоците на некои од нив. Работа на благајникот е да го контролира буџетот, а конечниот одговор го има целиот одбор (или друго тело кое ја води организацијата) бидејќи тие ги контролираат приоритетите на организацијата.

БАНКАРСКИ СМЕТКИ

Наскоро организацијата ќе треба да се соочи со многу пари, па би било добро да отворите банкарска сметка. Со банкарската сметка ќе биде полесно да ги плаќате сметките, да имате увид во вашите средства, да земете одредена камата, а парите да ви бидат на сигурно. Ќе биде полесно и за членовите и за другите куповни услуги од организацијата да ѝ плаќаат сметки на организацијата.

Но, внимавајте! Банкарската сметка не е само банкарска сметка; постојат стотици други подробности. Потрудете се влоговите да бидат мали, а правото за повлекување средства од сметката да биде брзо и лесно да се менува, бидејќи членството во средношколската заедница сигурно ќе се менува секоја година. Второ, може да наидете на проблем ако имате малолетни членови. Најлесен начин би било да го земете правилникот на организацијата, да одите во банката и да поразговарате со некој задолжен за понуди за бизнис клиенти. Во замена за повисока камата на парите и помали трошоци, може да им понудите да напишете на веб страната дека соработувате со нив. Би било добро да имате договор за финансиски совети. Во некои земји, данокот за невладините организации како што се средношколските заедници може да биде деликатен.

13. ЗАЕДНИЧКО РАБОТЕЊЕ...

-ЛИДЕРСТВО И ТИМСКА РАБОТА ВО СРЕДНОШКОЛСКИТЕ СОЈУЗИ

ВОВЕД

Успехот на средношколската заедница се заснова врз мотивацијата на активистите (за повеќе детаљи, види „Активирање на средношколците“) и ефикасноста во работата. Добриот лидер ги мотивира активистите и ги прави ефективни. Повеќето луѓе ги мешаат лидерите со луѓе на одредена водечка позиција. Во една група, постојат повеќе лидери. Различни луѓе имаат надлежност за различни работи. Лидерството подразбира свесност за како да го поддржите тимот, да направите активистите да се чувствуваат удобно во работата и да го извлечете максимумот од групата. Конкретните совети кои тука ви ги предлагаме не се однесуваат само на официјалните лидери, туку и на сите оние кои се дел од тимот.

ГРУПНИ ФАЗИ:

Постојат неколку фази низ кои тимот поминува. Ова е кратко резиме на фазите, што ѝ треба на групата на одредено ниво и што може да направи лидерот на групата. Овие фази сметајте ги за примери и можности. Не секоја група поминува линеарно низ наведените фази.

1. ФАЗА НА ФОРМИРАЊЕ

Ова е првата фаза каде се градат првите врски и членовите на групата се запознаваат.

На групата ѝ треба:

- Сигурност
- Прифаќање

Методи и дејства на лидерот на групата:

- Дадете ѝ ги сите потребни (технички) информации на групата;
- Користете игри за загревање и игри со имиња со цел да го олесните процесот на запознавање и првата социјализација;
- Сфатете ги учесниците сериозно, почитта и признанието се неопходни за учесниците да добијат впечаток на сигурност и прифаќање;
- Поставете ги целите заедно. Различните очекувања можат подоцна да доведат до недоразбирања и конфликти. Потрудете се групата да се стреми кон истата цел.

2. ФАЗА НА НАПАД

Откако првиот мраз ќе се скрши и активистите ќе бидат прифатени во заедницата, тие се обидуваат да ја најдат својата улога во групата.

На групата ѝ треба:

- Членовите да си го најдат „своето место во групата“.

Методи и дејства на лидерот на групата:

- Создадете претстава за интересите и очекувањата на членовите;
- Користете инклузивни методи со цел секој од групата да биде вклучен во активностите на сојузот. Можеби методите кои вие ги користите ги спречуваат членовите од групата да земат учество на начин на кој тие се чувствуваат удобно;

- Оценете и прифатете ги критиките сериозно. Доколку членовите не можат да си најдат соодветна улога, тие нема да можат да работат.

3. ФАЗА НА ПРИСПОСОБУВАЊЕ

Откако ќе си го најдат своето место во групата, членовите на групата ќе треба да започнат со меѓусебна комуникација.

На групата ѝ треба:

- Отворени дискусии за инциденти (на лично ниво);
- Ориентација за меѓусебно справување;
- Рамнотежа на интереси.

Методи и дејства на лидерот на групата:

- Давајте можности за отворени (лични) разговори;
- Вклучете ги сите членови во процесот на поставување цели (ова ќе придонесе за подобри и различни потенцијални прифаќања).

4. ФАЗА НА РАБОТА

На групата ѝ треба:

- Да работи самостојно;
- Да има реални задачи и одговорности;
- Да стапи во контакт со други групи.

Методи и дејства на лидерот на групата:

- Координација на групата;
- Развој на контакти со други групи;
- Поставување на конкретни цели и задачи.

ПРВИ ЧЕКОРИ

На почетокот, најважно е да се рашири чувство на сигурност. Тоа се постигнува со игри за загревање и групни вежби. Друга важна работа е што членовите треба да знаат што ќе се случува. Дајте им распоред и побарајте од нив да кажат кои се нивните очекувања. За групи кои работат подолго време, групен „договор“ е добар начин за поставување услови под кои групата ќе работи. Соберете идеи од учесниците. Договорот може да содржи работи како „Ќе чекаме еден член да заврши пред друг да почне да зборува“ или „Ќе го почитуваме мислењето на останатите“ итн. Знаејќи што и како нешто ќе се случи и впечатокот дека вашите идеи и очекувања се земаат во превид, дава чувство на сигурност и прифатеност.

СЕКОЈ РАБОТИ И УЧИ НА РАЗЛИЧЕН НАЧИН

Кога работите со група, користете различни методи. Предавањата не се иделен начин да ги вклучите сите присутни. Внимавајте на тивките луѓе и прашајте ги за нивно мислење, користете методи за групни активности (на пр. читајте одреден текст во помали групи и потоа раскажете го прочитаното на останатите) или пак, кажете им на членовите да ги запишат своите идеи или мислења на одредена тема на листови хартија кои ќе ги ставите на ѕид и потоа ќе ги дискутирате.

Доколку треба да донесете важна одлука, а само половина од членовите активно учествуваат во дебатата, направете „круг“ за секој да го каже своето мислење во врска со проблемот.

НАМЕСТО РЕД

Лидерството во волонтерските организации е поразлично од лидерството во професионалните организации. Во професионалните, каде луѓето се платени за да работат, лидерскиот тим може лесно да ги пренасочува средствата кон различни проекти и задачи. Доколку постои потреба за повеќе келнери во ресторанот, а има премногу готвачи, некој може да го замоли готвачот да почне да служи, или пак, ако тој/таа не е способен да работи како келнер, може да биде отпуштен, а ресторанот ќе најми друг келнер/ка. Ова не е случај со организациите засновани врз волонтерска работа, како што се заедниците. Доколку еден ученик работи на некој проект, времето кое тој/таа ќе го посвети на проектот зависи од тоа колку е мотивиран/а да работи на проблемот. Не може да се очекува од активист кој е задолжен за организирање демонстрација да биде поангажиран од некој што организира концерт.

Ако прашате која е најважната вештина што треба да ја поседува еден лидер, повеќето луѓе ќе одговорат „да знае да раководи“. Веќе кажавме дека лидерот на една средношколска организација не може да раководи на истиот начин како лидерот во професионалната. За да се справи со ситуацијата, лидерот треба да избегнува да дава наредби, туку да ги „натера“ луѓето да волонтираат и бидат одговорни за различни задачи. Клучниот збор е инспирација. Како лидер, треба да знаете да ги инспирирате членовите на тимот и да им помогнете да ги видат можностите и целата слика на работата.

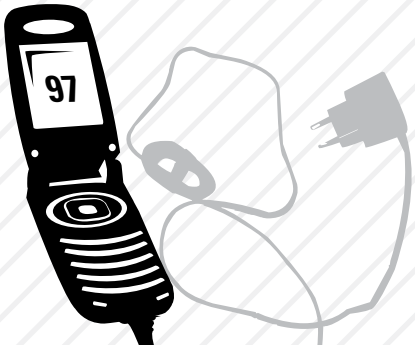
Лидерот треба да ги охрабри членовите да се чувствуваат како експерти во областа во која работат. Ако сметате дека имате најмногу знаење од одредена област, тогаш чувствувате одговорност да се погрижите за работите. Ако вие не преземете одговорност, тогаш кој?

ПОДДРЖЕТЕ ГИ ОСТАНАТИТЕ ВО ГРУПАТА ПРЕКУ ПОСТАВУВАЊЕ РОКОВИ И ЦЕЛИ

Без разлика дали сте доделиле задачи и проекти на членовите или пак, тие самите се нафатиле да реализираат одреден проект, важно е да не ги оставите сами да се справуваат со целата работа. Истовремено, важно е самите да ја сносат одговорноста за задачите кои им се доверени. Добар начин да ги поддржите за вас како лидер е заедно да поставите рокови и попатни цели. Кога треба да бидат готови одредени фази? Колку време им е потребно да завршат една задача, со тоа што вие ќе им дадете 30% повеќе време од тоа што сметаат дека им е доволно. На овој начин, на лидерот му е полесно да се справи со ситуацијата ако задачата не се заврши на време. Ако активистот треба да донесе важна одлука, можете да му помогнете со правење анализа на ситуацијата. Наведете ги позитивните и негативните работи на сите можности или направете SWOT анализа (за детаљи во врска со овој метод, види во Прилог), за активистот да има подобар преглед на опциите.

СПРАВУВАЊЕ СО НЕСОГЛАСУВАЊА ВО ГРУПАТА

Во секоја група постојат несогласувања и затоа не паничете кога групата (на пр. за време на работилница) се соочува со проблем.



Конструктивната тимска работа значи работа со несогласувања во тимот и нивно прифаќање како нормален дел од комуникацијата. Понекогаш проблемите можат да се забележат веднаш; понекогаш тлеат под „површината“.

ПОСОЧУВАЊЕ ПРОБЛЕМИ

Ако сметате дека во групата постојат проблеми, најдобро е да ги посочите директно, или пред целата група, или пред луѓето инволвирани во проблемот. Ако на пример, сметате дека некој ненадејно не сака веќе да придонесува, запрашајте го/ја за време на паузата во што лежи проблемот и како да му/ѝ помогнете за повторно да се фати за работа. Директното справување со проблеми пред целата група може да повреди нечии чувства или некој видно да се вознемири.

ДАВАЈТЕ ФИДБЕК!

Навистина е важно на членовите од заедницата да им дадете фидбек и признание кога одлично си ја завршиле работата (за повеќе детаљи, види „Активирање на средношколците“).

Понекогаш е потребен и негативен фидбек, иако тоа ретко може долгорочно да ги подобри постигнувањата на членовите. Всушност, може да ги намали постигнувањата на активистите. Најлошото сценарио кај позитивниот фидбек е ризикот од непроменување на ситуацијата. Не губите ништо со тоа што ќе ги пофалите членовите. Се очекува дека позитивната критика за добро завршената работа ќе резултира во подобрување на работата. Истражувањата од професионалниот живот (Шпитцер, 1995) укажуваат на следново:

- Во едно истражување врз 2000 работници од САД од страна на организацијата Галоп, 69% посочиле дека пофалбите и признанијата од нивните шефови повеќе ги мотивирало отколку парите.
- Четири од пет работници кажале дека признанието или пофалбата ги мотивира да работат подобро.
- Многу менаџери ги игнорираат добрите и задоволнителни постигнувања на работниците.
- Повеќето (75-80%) работници кажале дека можат да бидат значително попродуктивни.

Правила за давање позитивен фидбек

Постојат неколку правила кои треба да се следат кога давате позитивен фидбек:

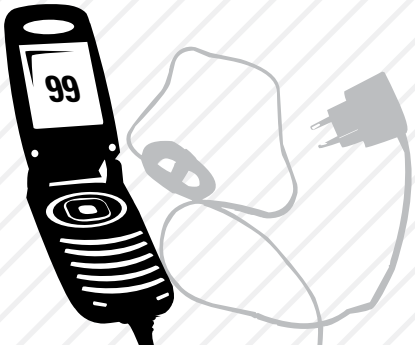
1. **Заслужен**: Позитивниот фидбек мора да се заслужи од волонтерот. Давањето позитивен фидбек за незадоволнителни постигнувања ќе го уништи реномето на лидерот.
2. **Непосреден**: Позитивниот фидбек треба да се даде непосредно по или за време на доброто постигнување. Што подолго е времето меѓу постигнувањето и признанието, тоа помал ќе биде ефектот.
3. **Личен**: Бидете директни кога давате позитивен фидбек. Користете ја личната заменка „јас“, а не генерални изрази како „ние“, „организацијата“ итн., со што позитивниот фидбек би се сметал за искрен и срдечен.

4. **Подобрување**: Лидерите не треба да чекаат нешто да биде совршено за да дадат позитивен фидбек. Всушност, секогаш кога ќе забележите подобрување, пофалете го. Во спротивно, подобрувањето може да го снема. Имајте на ум дека го пофалувате подобрувањето, а не целосното ниво на постигнување, кое можеби сеуште не е на очекуваното ниво.
5. **Индивидуален**: Индивидуалниот, лице в лице фидбек е помоќен од групиот или тимскиот. Ова не значи дека раководителите не треба да ги признаат постигнувањата на тимот. Посочуваме само дека индивидуалниот позитивен фидбек треба да биде дел од фидбек процесот.
6. **Зачестеност** : Некои истражувања (Латинг,1992) покажуваат дека за создавање оптимална работна средина, размерот помеѓу позитивниот и негативниот фидбек треба да биде 4:1. Каков е размерот на вашиот фидбек? Повеќето лидери заостануваат позади овој размер и поголемиот дел од фибекот кој го даваат воопшто не стигнува до колегите (Види правило 8).
7. **Конкретен за дадената задача**: Нека позитивниот фидбек биде конкретен. Затоа, избегнете го синдромот „добра работа“ бидејќи е премногу општ, му недостасува конкретност, а може да се интерпретира и како неискрен.
8. **Чист**: Кога давате фидбек, нека биде чист. Не го мешајте позитивниот фидбек со негативен користејќи зборови како „но“ и „сепак“. Во случајот, „Супер сработи денес, но...“ ,активистот ќе го слушне само тоа што следува после „но“.
9. **Со различен стил**: Фидбекот најчесто се дава вербално. Имајте повеќе алтернативи за давање на „добрите“ вести. Користете писма, белешки, телефон, е-пошта, налепници итн.
10. **Искрен**: Волонтерите можат да почувствуваат кога лидерот кажува нешто од навика, односно кога не е искрен.
11. **Позитивна критика во јавност (негативна насамо)**: Позитивната критика кажете ја во јавност, а негативната насамо. Запомнете дека реномето и почитта од другите е една од главните мотивациски сили.

Фидбекот не е само мотиватор, туку и континуирано средство за евалуација на работата на групата за таа да ги подобри своите методи и секој да биде задоволен од целите и средствата на групата.

Користете игри за загревање и групни динамични вежби по потреба.

Социјалната атмосфера во групата може да ви биде и најдобар пријател и најголем непријател. Постојат неколку лесни игри и вежби со чија помош може да ја олесните ситуацијата во групата.



- Игри за загревање

Постојат повеќе игри и вежби кои може да ги искористите за луѓето да се запознаат. Најосновните им помагаат на учесниците да се претстават пред групата, а со понапредните секој учесник дава подетална слика за својот карактер

- Игри со имиња

Основен метод за запознавање е секој да си го каже своето име, а истовремено да кажете нешто што почнува на истата буква и е поврзано со таа личност. Ова помага кога сакате да ги запомните имињата на членовите.

Има повеќе начини за да се спроведе оваа игра. Еден начин е секој нареден член што ќе се претставува да ги повтори имињата на претходно претставените, па дури потоа да го каже своето.

Член 1: Здраво, јас сум Питер и сакам храна на буквата П како пица, палачинки, пореци и помфрит.
Член 2: Здраво пица Пит, јас сум Антонија и многу сум активна.
Член 3: Здраво пица Пит, здраво активна Антонија, јас сум Мет и имам мустаќи.

- Интервјуа

Членовите на групата можат неколку минути да се интервјуираат во двојки и потоа да ја претстават личноста која ја интервјуирале пред целата група.

ЗАЕДНИЧКО РЕШАВАЊЕ ПРОБЛЕМИ

Со решавањето проблеми и ситуации во кои треба сите да се вклучени, групата може да научи подобро да соработува.

Сите луѓе имаат сфера на личен простор кој не опкружува. Во таа сфера ги пуштаме да влезат само луѓето со кои имаме некаков однос. Големината на сферата зависи од културата на индивидуата. Во скандинавските земји, прегрнувањето и бакнувањето се сметаат за многу интимни и тоа го прават само со најблиските пријатели, додека пак, во јужна Европа е поприфатливо да се бакнете со луѓе со кои не сте многу блиски. Без разлика на културите, вежбите со кои членовите се принудени да влезат во сферите на останатите често им помагаат на учесниците подобро да се запознаат и дружат. На некои луѓе може да им е непријатно доколку ваквите вежби се прават прерано во текот на запознавањето.

- Чвор

Основна вежба за решавање проблем која истовремено ги принудува луѓето да навлезат во личната сфера на другите е чворот.

Сите учесници треба да застанат во круг, да ги затворат очите, да посегнат со рацете пред себе и на знак на лидерот да тргнат напред и да најдат две раце (на двајца членови) со кои ќе се поврзат. Сега учесниците се наоѓаат во чвор кој треба да го одврзат без пуштање на рацете.

- Јаже

Друга вежба со слични карактеристики на чворот е играта јаже. Лидерот растегнува јаже на висина од еден метар, а сите учесници треба да преминат преку јажето без да го допрат. Ако некој го допре, сите учесници треба да се вратат назад и да тргнат од почеток.

За да преминат преку јажето, членовите треба да соработуваат градејќи човечки мостови, кревајќи се еден со друг или сè друго за што сметате дека е соодветно.

- Фидбек вежби

Постојат неколку вежби со чија помош членовите на групата ќе си дадат взаемен позитивен фидбек.

- Забелешки на грбот

Ако сте се собрале за време на вечерта, сите членови може да си залепат листови на грбот, а другите членови треба на нив да пишуваат позитивен фидбек за време на вечерта.

ИМАЈТЕ ДОВЕРБА ВО ТИМОТ

Важно е да покажете дека верувате во вашиот тим. Ова ќе ја зајакне нивната доверба во себе и во работата која ја вршат. Важно е да не се мешате во одговорностите на групата. Тие треба самите да развијат вештини и да научат од сопствените грешки (се додека грешките не се сериозни).

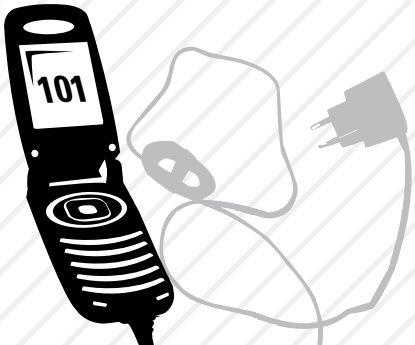
Исто така, неопходно е да бидете искрени со сите во групата. Довербата е основа на секоја релација, не само помеѓу лидерот и групата, туку и помеѓу индивидуалните членови на групата со цел да се чувствуваат поудобно во дадената ситуација.

РАЗВОК НА ИДЕИ И РАЗБИРАЊЕ ВО ГРУПАТА

Лидерот на групата треба да се погрижи сите членови од групата да дадат свое мислење и сфаќање за вредностите и идеите на организацијата со цел да работат на нивно развивање и подобрување.

Иако развојот е процес кој трае во рамките на една група, секогаш постојат критични линии, нивоа или чекори кои групата треба да ги помине со цел да дојде до следното ниво. Членовите мора да го разберат А за да стигнат до Б. Како лидер, ќе треба да ги идентификувате критичните чекори и да им помогнете на активистите да ги поминат. Да се помине еден критичен чекор значи дека сте ја разбрале поентата, не само механички, туку и смисловно. Првиот критичен чекор во еден процес е да се разберат целите. Какви вредности, идеи и цели има проектот? Зошто? Одлично би било кога секој проект би го започнувале со јасно дефинирање на целите. Со тоа ќе избегнете понатамошни недоразбирања.

Паметно е да ја вклучите целата група во процесот на планирање. Ако секој е добро запознаен со проектот од самиот почеток, тогаш сигурно подобро ќе се сработат задачите за кои се одговорни.



Кога членовите во групата различно ги сфаќаат работите, во групата може да настанат недоразбирања и несогласувања. Како лидер треба да увидите доколку на некој му треба посебно внимание и помош за да го разбере проектот со цел групата да се синхронизира на повисоко ниво.

ГРИЖЕТЕ СЕ ЗА СЕБЕ

Секој, особено лидерот, треба да се грижи за себе си. Не е добро да удирате со главата во ѕид работејќи премногу и не овозможувајќи си одмор кога треба.

14. **НОВИ** МИСЛИ, **ГОЛЕМИ** МИСЛИ...

- КРЕАТИВНО РАЗМИСЛУВАЊЕ ВО СРЕДНОШКОЛСКИТЕ ЗАЕДНИЦИ

ВОВЕД

Применувањето отвореност и креативност, барањето различни и иновативни начини за извршување на задачите можат да придонесат за свеж и мотивирачки карактер на секојдневната работа на заедницата. Тоа може да биде клучен фактор во некои критични фази на групата, па и на заедницата. Во ова поглавје ќе најдете неколку основни начела за креативен менаџмент во средношколската заедница, но како што и сами ќе видите, не е сè до креативноста...!

ШТО Е КРЕАТИВНОСТ (А ШТО НЕ Е)?

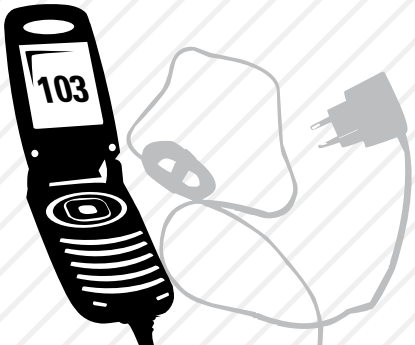
Тука ќе изнесеме неколку обајснувања во врска со креативноста кои се потребни пред да размислиме како да ја употребиме во организацијата:

- Креативноста не е поврзана само со уметноста. Затоа може да ја искористиме кога организираме настан, на пример.
- Креативноста е нешто повеќе од оригиналност. Оригиналноста е еден од нејзините елементи, а креативноста бара многу повеќе од тоа: целта ѝ е да ги реши проблемите кои настануваат.
- Креативноста не е индивидуална. Тоа е групен потенцијал: не ви требаат само двајца-тројца креативци во групата, треба целата група да работи во креативна атмосфера.
- Креативноста не е привремена: вообичаено се појавува во првата фаза од групната работа или во некој кризен момент, а предизвикот е да ја задржиме во секојдневните обврски.
- Креативноста не се сведува на генијални идеи. Мора да се вметне во активностите, проектите, комуникацијата, напредоците на организацијата итн.

Оттука, следува дека креативноста е посложен концепт отколку што изгледа на прв поглед. Едноставна дефиниција за креативноста би била „колективен начин на размислување кој ги стимулира членовите на групата и придонесува за постигнување на крајните цели“. Преку креативноста можеме да развиеме многу способности како што се оригиналност, флексибилност, продуктивност, имагинација, елаборативност итн.

Логично размислување наспроти креативно размислување

Иако размислувањето е она што ги издвојува луѓето, ние не го користиме целиот негов потенцијал (главно поради чувствата, околината итн.) и бараме начини да го поедноставиме. Поради тоа, логичкото размислување бара решенија само во една насока. Споредете го креативното со логичкото размислување кое го користиме и ќе видите дека тоа бара решенија во различни насоки и не дозволува да биде ограничено од надворешни притисоци, а ресурсите го користи на нелогичен начин.



ЛОГИЧНО РАЗМИСЛУВАЊЕ	КРЕАТИВНО РАЗМИСЛУВАЊЕ
Тргнува од претпоставка и завршува со издржан заклучок	Бара идеи Заклучоци Дискутирање идеи
Сите аргументи и искази се или точни или не	Не е ни точно ни погрешно, најважно нешто е предлагањето идеи
Оди чекор по чекор, на последователен начин	Не е последователно, може да се менува
Секој чекор треба да е точен	Може да потрае, може да ве збогати
Селективно е: ги исклучува начините без докази и сè што не е поврзано со темата	Ја истражува секоја можност, секоја перспектива и сите начини
Секогаш се движи кон решението, секогаш оди во десна насока	Не постои една насока, насоките се создаваат
Аналитичко е, ги истражува феномените со вообичаените категории	Провокативно е и размножливо
Дедуктивно е	Шпекулативно е, слободни асоцијации

Со овие карактеристики, може да проверите кои механизми се користеле порано во организацијата, а кои сега. Секогаш може да се запрашате кога заедницата била креативна и во кои сфери, дали се работело за креативен процес или само една личност придонела за тоа и сл. На крај, размислете какви последици може да има од креативното размислување и како најдобро би го искористиле во рамките на сојузот.

Неколку техники за креативно размислување и креативен менаџмент

Подготвени сме да ви претставиме неколку техники кои често се користат за креативен менаџмент на средношколските заедници . Сепак, доколку навистина го имплементирате креативното размислување, ќе успеете и да развиете сопствени стратегии и да доживеете креативен процут. Дозволете ѝ на креативноста да ве освои вас и организацијата и истражете ги можностите кои ви ги нуди!

- **Дискутирање идеи**. Ова се заснова врз идејата дека вреднувањето идеи ја ограничува можноста за дополнителни идеи. Се разбира дека дека ако добиете позитивна идеја, тука застанува размислувањето. Во спротивно, ако одбиете идеја која ја сметате за негативна, тоа ќе го спречи процесот на генераирање нови идеи бидејќи на сцена стапува самоцензура и луѓето нема да сакаат на глас да ги споделат своите идеи. Основната идеја тука е процесот на давање идеи да се раздели од процесот на вреднување идеи. Прво, членовите даваат идеи без никакво нивно вреднување и дискутирање, па истите се запишуваат (на пр. на табла или хамер). Потоа, идеите се групираат и доколку е потребно се објаснуваат, па се започнува со дебатирање на најсоодветните идеи.

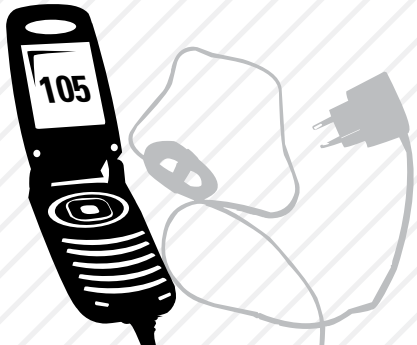
- **Проверување претпоставки.** Кога размислуваме за некој проблем најчесто земаме здраво за готово неколку идеи, а тоа може да блокира и спречи нови идеи. Креативното размислување не ги негира овие претпоставки; само бара нивни алтернативи, ги преструктуира концептите и темелно ги проверува претпоставките. Откако ќе ја одредите темата

која ќе се проверува, индивидуално или во групи, треба да се побараат главните претпоставки и доминантните идеи за концептот. Ваквите претпоставки се проведуваат делумно или целосно и сè се запишува на табла/хамер, по што следува анализирање на идеите од проверката и предностите кои тие ги имаат. На крај, целата група ги презентира и дискутира крајните резултати од дискусијата.

- **Шест капи за размислување.** Едвард де Боно во својата книга „Шест капи за размилсување“ разработува техника која може да биде корисна за креативното размислување. Книгата се заснова врз едно истражување за различните улоги кои луѓето можат да ги имаат кога размислуваат. Шесте видови на размислување се поделени и се поврзауваат со капи во различни бои што функционира како метафоричко претставување на начинот на размислување кој се користи во секој даден момент.

РАЗМИСЛУВАЊЕ	КАПА	СИМБОЛИКА	ЦЕЛИ
Информативно	Бела	Чистота, неутралност, информација (компјутер)	Дава податоци и факти, без анализирање
Критичко	Црна	Песимизам (адвокат на ѓаволот)	Критикува, прави приговори и сигнализира опасност
Интуитивно	Црвена	Емоции, чувства, интуиција (тинејџери)	Открива чувства без оправдување
Оперативно	Жолта	Сонце, оптимизам, конструктивност (истражувач)	Оправдува и претставува можности
Креативно	Зелена	Плодност, провокација, креативност (моден дизајнер)	Овозможува креативното размислување да бара алтернативи и провоцира ситуации
Менаџерско	Сина	Умереност и контрола (водач)	Ги организира, диригира, контролира и синтетизира размислувањата

Откако ќе се поделат и објаснат капите, личноста која ја има сината капа избира техника на размислување и сите почнуваат да даваат идеи според својата улога. Кога ќе им се каже, учесниците си ги менуваат капите. На крај, учесникот со сина капа ја завршува активноста сумирајќи ги добиените идеи.



15. ВИСТИНСКАТА ИНФОРМАЦИЈА ДО ВИСТИНСКАТА ЛИЧНОСТ

– КОМУНИКАЦИЈА СО ЧЛЕНОВИТЕ

ВОВЕД

Важно е членовите на организацијата да се информирани за последните случувања во истата. Тоа значи секој да се чувствува вклучен, да знае што се случува во организацијата, а работите нема да бидат централизирани околу неколку членови.Добрата комуникација значи дека членовите од различни области добиваат фидбек за сработеното и тоа е добро за споделување добри идеи и ресурси, како и за одржување на мотивацијата, а луѓето нема да се повторуваат меѓусебно. Овој дел ќе ви даде неколку совети за квалитетна комуникација со секој член на организацијата. Со развојот на организацијата, можеби ќе ви биде потребна стратегија за комуникација, но ова не може да се планира однапред, туку доаѓа со растот на организацијата.

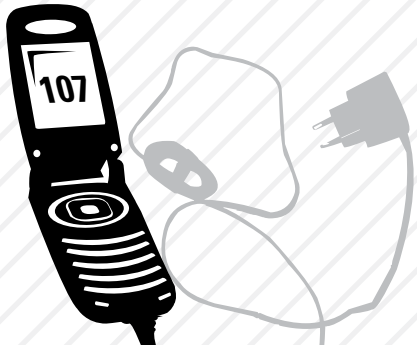
Добрата комуникација е одлична вештина во рамките на организацијата и може постојано да се подобрува, особено со воведувањето нови методи на комуникација преку светот на технологија кој постојано се развива. Успешната комуникација со членството на организацијата не смее да се потцени – членството е ‘рбетот на секоја група, особено ако тие членови плаќаат членарина! Членовите сакаат да слушнат и да се охрабрат дека организацијата добро напредува и напорно работи, да дознаат што се случува, да учествуваат во постоечките можности или да научат нешто повеќе за организацијата. Недостигот на комуникација може да значи губење членови – лоши вести!

На почеток, што е комуникација? Комуникацијата значи објавување или споделување информации, мисли или чувства со другите. Кога комуникацијата се одвива во рамките на групата може драстично да се разликува од комуникацијата со јавноста. Начинот на комуникација ќе се приспособи на ситуацијата, врз основа на тоа за што комуницирате и со кого. Со ова треба да имате расчистено еднаш за секогаш.

ВНАТРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА

Развијте рутини за сите видови комуникација, особено за работата во организацијата. На овој начин комуникацијата ќе ви доаѓа како нешто природно и нема да створите мрзливи навики. Дознајте до какви видови комуникации членовите имаат пристап. На пример, дали сите имаат пристап до компјутер? Дали имаат електронска пошта? Дали имаат фиксни или мобилни телефони? Дали постои некој друг начин на кој би можеле меѓусебно да комуницирате? Ако некој не го користи вашиот омилен начин на комуникација, не значи дека треба да биде исклучен од истата. Пронаоѓањето начин да комуницирате со сите членови значи дека никој нема да биде изолиран, но значи и дека треба да бидете флексибилни со оглед на тоа што постојат временски органичувања (на пр. комуникацијата преку телефон е побрза отколку писмото). Секоја форма на комуникација има придобивки во зависност од тоа што сакате да пренесете. Разгледајте ја следната табела и одлучете кој вид на комуникација ќе ви одговара најмногу за тоа што го правите:

Средство за комуникација	Позитивни страни	Негативни страни
Средби лице в лице	Непосредна комуникација; добро е за правење нацрт на план или постигнување моментални резултати; за мотивација. (за повеќе детаљи, види Организирање состаноци)	Одзема многу време; патувањата може да се скапи, како и користењето на просториите; може да недостигаат последователни чекори.
Електронска пошта/ Електронски групи	Можат да се пратат информации за читање како на пр. списанија; евтино; брзо; лесно за праќање; масовно праќање; некои луѓе се доста технолошки ангажирани; добро за известувања./ Заеднички електронски адреси на листата на која се праќаат пораките, лесно за користење; брзо;евтино	Лесно за членовите да го прочитаат или фрлат; можеби не се проверува често или можеби членовите немаат компјутерот; некои луѓе не сакаат да читаат на мониторот. / Преискористеност, па може да им е досадно на членовите; луѓето ја користат листата несоодветно и праќаат пораки на една личност; лесно за учесниците да не прочитаат.
Писма	Членовите добиваат информации во пишана форма; постои можност информациите да се прочитаат; добро е за професионални покани и заблагодарувања.	Бавно; поскапо од електронска пошта; многу администрација; за разлика од електронската пошта не може да контактирате со луѓето доколку се наоѓаат некаде подалеку од земјата.
Телефонски повици	Брзо; директно; бара моментален одговор; тешко да се игнорира; контакт еден на еден – добар за убедување луѓе; брзи резултати. Може да организирате „телефонско дрво“ при што еден член се јавува на 3 други, а секој од нив се јавува на уште 3 членови итн. На овој начин ќе избегнете да мора само еден член да им се јави на сите учесници!	Може да биде скапо; да одзема многу време ако се работи за многу членови; не може да се праќаат документи! Само за говорна комуникација.
Усна порака	Брзо; личен контакт; лесно.	Луѓето ќе треба да ги запомнат информациите; членовите ќе мора лично да знаат добро да комуницираат; не стигнува до секого; не може да се пренесуваат тешки информации.
СМС пораки	Доста популарни; можат да се пратат на повеќе луѓе; може да се праќаат слики; брзо; лесно; може да се користат како потсетници.	Може да се праќаат само кратки пораки; може да биде скапо; може да ги вознемирува членовите.
Социјални мрежи (на пр. фејсбук, твитер)	Ново и популарно; брзо; евтино; лесно.	Премногу мрежи; членовите ќе мора редовно да ги проверуваат профилите/мрежите за да дознаат за информациите.
Онлајн пораки (на пр. мсн, скајп)	Идеално за онлајн состаноци со што би се скратиле патните трошоци; редовна комуникација; брзо; лесно.	Недостиг на директен контакт – премногу виртуелно? Потребен е софтвер; на луѓето им треба соодветен пристап до компјутер.



Различните методи се соодветни за различни ситуации, но кога размислувате за начинот на комуникација, 1. Дефинирајте ја пораката; 2. Размислете кој треба да ја дознае; 3. Одлучете кој метод за пренесување на пораката е најдобар.

НАДВОРЕШНА КОМУНИКАЦИЈА

Кога станува збор за надворешна комуникација, клучна состојка за организацијата/ сојузот/групата да функционира добро е да бидете видливи и достапни. За таа цел постојат многу начини. Може да ги искористите сите медиуми – телевизија, весници (обидете се да добиете сопствена редовна колумна во некој од весниците), списанија – испратете статии, радио и интернетза да им кажете на луѓето кои сте, кои се вашите цели и како тие можат да ви се придружат. Искористете ги сите креативни вештини за вашата веб страна да изгледа привлечно, да биде достапна за секого и да ги содржи сите поскорешни информации. Може да креирате интерактивни чет страни, подкастови со интервјуа со активистите од групата, интерактивни табли, билтени, групи за онлајн дискусии, состаноци, форуми и блогови со лични информации и што ли уште не (доколку имате некој веб гуру, искористете го!). Ќе биде одлично доколку во организацијата изберете член задолжен за комуникации (може за внатрешна, надворешна или за двете!)

Не заборавајте дека кога споделувате информации, вие сте претставник на организацијата, па внимавајте да не ја доведете во опасност работата на организацијата.

ШТО СЕ ПОСТИГНУВА?

Што се постигнува со ефективната комуникација? Ако вашите комуникациски стратегии функционираат, ќе имате одлична можност да пренесете било каква порака – како добар вирус! Исто така, ќе формирате широка мрежа на контакти со многу луѓе (во зависност од тоа кон каква крајна мобилизација на луѓето целите...). Ќе овозможите метод преку кој ќе се зголеми поддршката зацелата организација со мрежа која може да понуди разноврсни решенија. Ќе се прошири демократското претставување на организацијата – што повеќе луѓе ќе се вклучат, тоа поразлична и со повеќе индивидуални членови ќе биде групата. Доколку решите да се консултирате во врска со некоја тема, ќе имате поширок избор и квалитет околу различни погледи и мислења.

Организирајте настани на кои членовите ќе можат активно и физички да ја испратат вашата порака преку изложување на штандови со брушури и постери, „операции“, преку држење говори и/или презентации и со учества на собранија. За да се поштедите од дополнителна работа, не мора секогаш да организирате сопствени настани. Можете да проверите какви настани моментално се случуваат, па со помош на постоечките ресурси таму да изложите свој штанд.

ЗАКЛУЧОК

Дали сега сте спремни да тргнете и да му ја соопштите вашата порака на овој голем и широк свет???!!!!! Не заборавајте дека усното пренесување пораки е одлично средство за комуникација – пријатели им кажуваат на своите пријатели што се случува – ова е непроценливо. Сепак, осигурајте дека се споделува вистинската порака и само потребните информации – ако им праќате непотребни мејлови на членовите, може да почнат воопшто да не ви ги читаат мејловите, што е полошо!

16. **УБЕДЕТЕ** ГИ СИТЕ...

-ВЕШТИНИ ЗА ПРЕЗЕНТИРАЊЕ И РЕТОРИКА

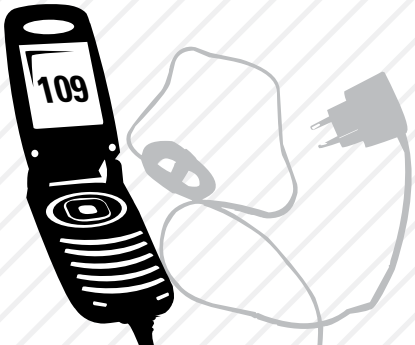
ОСНОВИ

Основата и целта на презентацијата е да ја пренесе пораката ефективнои затоа е важно да:

1. Ги ангажирате сите луѓе во публиката со цел да си заминат со помислата дека нешто научиле, постигнале или искусиле;
2. Бидете свесни дека луѓето учат на три основни начини:
   а) кинестетски - со учество и активност
   б) аудитивно - по слух
   в) визуелно – по слика;

Со цел да ги заинтересирате оние кои учат на аудитивен начин, идеално би било да одржите говор или презентација; за тие кои учат кинестетски, најуспешно би било да организирате интерактивни вежби, а за визуелниот тип на луѓе треба да имате помагала како дијаграми или слики со што тие ќе можат физички да видат што сакате да кажете. Без разлика дали вашата публика е активна или пасивна, мора да се чувствува дека е дел од процесот.

3. Ја убедите и уверите публиката во тоа што го зборувате. Сакате да се согласи во вас, зарем не?
4. Се обидете да добиете поддршка за вашата кауза од публиката и да ги ангажирате и нив;
5. Имате логичен развој на вашите идеи со цел презентацијата да има смисла;
6. Ја докажете својата поента на објективен начин;
7. Бидете разноврсни.



	Како	Зошто и на кој начин?
1.	Бидете подготвени и добро познавајте ја темата на која говорите - истражете и имајте познавање од областа – дури и за најкратките презентации.	Публиката веднаш ќе ја прифати презентацијата и ќе верува во тоа што го зборувате. Подготовката треба да содржи: - - Оценување на пречки на кои може да налетате за време на презентацијата, на пр. ако вашиот лаптоп се расипе, дали ќе можете да продолжите со презентацијата само со помош на направените белешки? - - Размислување на прашања кои можат да се постават по презентацијата
2.	Бидете соодветно облечени.	За жал луѓето судат по надворешниот изглед, па ако добро изгледате луѓето повеќе ќе ве почитуваат. Тоа не значи дека мора да носите одело, туку напротив. Потребно е да се облечете како еден просечен средношколец кого всушност го претставувате и со кого луѓето ќе ве асоцираат. Најважно е да се чувствувате удобно во тоа што го носите.
3.	Зборувајте јасно и со соодветна јачина на гласот , наместо да викате.	Едноставно – за секој да ве разбере, особено тие што се подалеку од вас.
4.	Обидете се да избегнувате жаргон и акроними. Користете едноставен јазик.	Со цел сите да ја разберат презентацијата.
5.	Комуницирајте со публиката.	Презентацијата ќе биде поперсонална.
6.	Верувајте во тоа што го кажувате!	На тој начин ќе покажете страст и чувство кои ќе се пренесат на публиката и ќе ја возбудат.
7.	Смеете се и уживајте во презентацијата, имајте самодоверба!	Вашето уживање ќе се пренесе на другите луѓе кои ве слушаат. Сепак, избегнувајте да се кикотите!

ШТО ТРЕБА ДА СЕ ИМА НА УМ?

Постојат неколку важни фактори за кои треба да размислите кога правите презентација. Најпрво, пред презентацијата, дознајте на која возраст е публиката пред која презентирате. Говорот треба да се насочи кон вистинската публика. Ако погрешите, постарата публика може да помисли дека ѝ солите памет, а помладата да загуби интерес бидејќи не разбира за што всушност говорите. Кога ја знаете возраста на слушателите, можете соодветно да ја подготвите презентацијата, на пример, ако зборувате пред млади ученици може да вметнете мала престава со улоги, што не би било соодветно доколку презентирате пред училиштниот одбор.

Второ, внимавајте на временската рамка која ја имате. Распоредот на време е суштински. Без разлика дали имате пет минути или пет саати, треба да ја приспособите информацијата што сакате да ја пренесете во рамките на даденото време. Ако немате доволно информации да го исполните времето, на публиката ќе ѝ здосади и ќе загуби интерес. Ако имате премногу информации и ви помине времето за презентирање, може да се случи најважните работи да ги кажете набрзина или сосема

да ги испуштите, што не е баш препорачливо. На некои луѓе им помага пишувањето кус распоред или концепт со цел времето кое го имаат за презентацијата да го поделат на временски рамки и на тој начин умешно да го претстават говорот. Оставете време за прашања и одговори, во случај луѓето да сакаат да прашаат нешто што вие сте испуштиле да кажете – ако не го знаете одговорот на некои од нив, во ред е да признаете. Подобро е да кажете дека ќе го дознаете одговорот и ќе му одговорите на тој што ве прашал, токолку да се преправате дека знаете и да не бидете убедливи.

Трето, имајте на ум колку публиката ја знае темата на која зборувате. Ако публиката има познавања од темата, не би требало да им кажувате нешто што веќе знаат. Ако немаат многу познавања од темата, најефективно би било говорот да биде едноставен. Бидете флексибилни и приспособливи кон расположението на публиката и околината – сигурно не сакате публиката да ви заспие или меѓусебно да си разговара (ова нема да ѝ помогне на вашата самодоверба!).

РЕТОРИКА

Реториката е уметност на ефективно и убедливо користење на јазикот. Постојат многу извори на интернет и во библиотеките кои ќе ви помогнат да ја подобрите оваа вештина. Сепак, имајте ги на ум и овие неколку совети покрај сѐ што претходно наведовме.

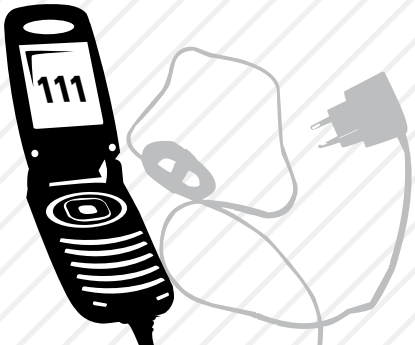
Најпрво, длабоко воздивнете. Многу луѓе забораваат да дишат кога зборуваат јавно. Погледнете си ги рацете. Не ги ставајте во џеб, не ги чувајте скрстени пред вас подолго време и не стискајте предмети во рацете. Движете ги рацете и дланките; користете ги да го засилите тоа што го кажувате! На овој начин, ќе оставите подолготраен и поубедлив впечаток.

Аристотел ја дефинира реториката како вид на откритие. Реториката ќе ви помогне да ја убедите публиката, но и да си ги подредите мислите и подобро да се сфатите себе си. Кога правите говор или работите на аргументи (Да, ова треба да се сработи пред секој говор. Никој не е природен иако можеби некои изгледаат така.), треба да пронајдете што е можно повеќе аргументи за и против. Без тоа нема да можете убедливо да ги споредите аргументите.

Понатаму, ако сакате да го убедите некого да ѝ даде нешто на организацијата, пронајдете аргументи во полза на иницијативата која ја преземате и кои ќе покажат дека донаторот ќе има ќар од помошта која ви ја дава. Сметајте го тоа за трампа – за да земеш нешто, треба и да дадеш.

Аристотел дава повеќе упатства за реториката кои не се директно поврзани со начинот на кој ќе презентирате и самата презентација, туку како да ја привлечете публиката. Постојат три реторички чекори и тоа: конструкција, распоред и стил.

Етос е начинот на кој карактерот и реномето на говорникот влијаат врз публиката со цел таа да го смета за веродостоен. Ова може да биде било каква ситуација за која говорникот – од универзитетски професор до познаник на некој кој искусил одредена случка - ја познава темата.



Патос е вид на емотивно обраќање со цел да се влијае врз расудувањето на публиката. Тоа може да се оствари преку метафора, увеличување, раскажување приказни или претставување на темата на начин кој изнудува силни емоции кај публиката.

Логос е користење на расудување, индуктивно или дедуктивно, со цел да се изгради аргумент.

Овие три чекори треба да ви помогнат при спремањето говор. Ретко ќе најдете говор без овие три состојки и затоа добра вежба за реторика е да анализирате говори, реклами, статии итн. со цел да ги најдете трите чекори во конкретниот пример кој го анализирате.

Паметно би било внимателно да слушате говори на други луѓе и да фаќате забелешки за тоа што ви се допаѓа во нивните излагања. Бележникот треба да ви е спремен и да содржи цитати; пожелно е да направете белешки за структурата на говорот и не се плашете да копирате. Реториката е присутна како уметност преку 2.500 години, така што никој повеќе не е оригинален!

Секогаш може да научите повеќе и вежбајте што е можно почесто. Сметајте го тоа за хоби и навистина ќе се забавувате!

ЗАКЛУЧОК

Кога правите презентација, добро е да се замислите во публиката и да видите што таа мисли за вас. Вежбајте ја презентацијата и бидете сигурни дека можете да ги прочитате сопствените белешки! Многу е поразлично реалното презентирање од тоа што го имате како концепт во главата. Публиката ќе биде позаинтересиранадоколку користите правилен говор на телото. Избегнувајте навики кои асоцираат на нервоза, како на пример, играње со пенкалото или мрдање со нозете, и одржувајте контакт со очите со целата публика. Не го фокусирајте вниманието само на едно лице со што истото би се чувствувало непријатно. Запомнете дека публиката ќе ве разбере и слушне подобро ако се соочите со неа, а имајте на ум дека ако во просторијата има некој со физички недостаток, на пример некој е глув и потребно му е да ви чита од усните, тој/таа треба да ве гледа директно во лице што е можно повеќе. Кога зборувате за некој проблем, давајте примери со цел да го лоцирате во одреден контекст, а вашите слушатели полесно да го разберат. И на крај, ви советуваме да поделите листови или екстра материјали и средства со цел луѓето да имаат со што да се консултираат по презентацијата. Тоа значи дека присутните ќе можат да се сконцентрираат на говорот, наместо постојано да фаќаат прибелешки.

Можеби ќе сакате по завршетокот на презентацијата да разделите листови за евалуација со цел да дознаете како поминала презентацијата и да добиете конструктивен фидбек за како да се подобрите во иднина. Сепак, на крај, најдобро е да имате самодоверба - се додека знаете што зборувате и добро сте се подготвиле, сè ќе биде во ред!

17. ПОВЕЌЕ ОД ОБИЧНО **ЗБОРУВАЊЕ**

– КОМУНИКАЦИЈА ВО ЧЕТИРИ ОЧИ

ВОВЕД

Најверојатно ќе имате комуникација во четири очи со различни луѓе како што се колегите кои ви се партнери, а надежно и ваши пријатели, со медиумите, со партнерските организации, политичарите и членовите на организацијата. Со овие луѓе треба да работите коректно со цел организацијата да биде успешна и да ги оствари целите. Постојат одредени вештини кои можете да ги искористите за да ја подобрите интеракцијата во четири очи.

Добрата комуникација во четири очи значи дека двете страни треба да имаат еднакво право на збор – да дадат придонес кон дискусијата, да примат информации и да разберат што е кажано во целина.

СЛУШАЊЕ

Кога се наоѓате насред дискусија, одлична особина е да знаете активно да слушате. Активното слушање значи внимателно слушање, со концентрација, аналитички и да се соживување со соговорникот. Следниве совети ќе ви помогнат да го постигнете тоа:

Ако пред состанокот добиете листови, документи или материјали, најдете време да ги прочитате или разгледате. Обележете ги деловите што се во ваш интерес со маркер или направете белешки во врска со материјалот на кои можете да се осврнете. Кога сте добро подготвени, ќе ви треба пократко време да сфатите што сака да ви каже соговорникот и активно ќе учествувате во дискусијата.

За време на дискусијата, фаќајте кратки забелешки за клучните разботи кои ги кажува соговорникот. Осврнувањето на претходните работи кои сте ги дискутирале значи дека внимателно слушате, а вашиот придонес ќе биде краток и релевантен за целата дискусија.

Додека другите зборуваат, во главата нека ви се вртат прашања од типот „Дали ова е точно? Дали се согласувам со ова...? Дали ова е факт или само нечие мислење...?“ На овој начин полесно ќе останете фокусирани и внимателни.

Внимавајте на говорот на телото. Не воздвнувајте и не ги вртете очите дури и кога не се согласувате со кажаното. Не се опуштајте на столот и не лежете на клупата. Седете малку навалени напред и гледајте во личноста која зборува што е можно подолго. Климајте со главата и насмевнете се доколку е соодветно.

Не чкртајте. Иако ова не значи дека не слушате внимателно, може да му го одвлекува вниманието на личноста која зборува или седи до вас. Размислте како би влијаело на вас, доколку некој чкрта, а вие зборувате.

Ако сте мала група и слушате нечија презентација, не зборувајте и не дискутирајте со тие што седат до вас. Дури и ако се работи за актуелната тема, говорникот не го знае тоа и може да ја изгуби самодовербата.

Поставувајте повремени, релевантни прашања за да си го разјасните тоа што го слушате.

Фокусирајте се на тоаа што го кажуваат другите, а не само на тоа што вие сакате да го кажете. Ова знае да биде тешко, особено ако имате трема од зборување пред други или едвај чекате да зборувате на конкретната тема. Вашата дискусија може да биде со цврста основа само ако внимателно сте слушале што другите кажале пред вас.

ДАВАЊЕ ПРИДОНЕС

Комуникацијата во четири очи не значи само активно слушање. Треба да умеете да дадете придонес кон дискусијата. Идеите за ваквата комуникација се многу слични со правењето презентација, иако таа може да биде малку порелаксирана и понеформална (за повеќе детаљи, види Презентација на вештини). Иако може да наидете на спонтани дискусии, потрудете се да се подготвите што е можно повеќе со собирање белешки, истражување и завршување задачи пред да се одржи состанокот. Исклучете го мобилиот телефон или ставете го на нечујно со цел да избегнете непријатни ситуации!

Обидете се да не доминирате во разговорот со сопствените мислења, прашајте ги и останатите за нивни мислења на темата. Понекогаш може другата страна да биде доминантна, особено ако сте млада личност во разговор со повозрасен човек. Добар начин да се избегне таквата ситуација е да го дадете својот придонес уште на почетокот на дискусијата – во првите пет минути – со цел да си го кажете мислењето и да покажете дека сте спремни за разговор. Понекогаш ако не почнете со зборување веднаш, другите можат да го насетат тоа и да ве стават во позадина на разговорот без многу да влијаете, а потоа ќе станува сè потешко да дојдете до збор.

НЕШТО ПОВЕЌЕ ОД СОСТАНОК

Иако комуникацијата во четири очи најчесто се случува за време на состаноци, има и исклучоци. Состаноците и дискусиите се важен дел од што и да работите, но сепак, не треба да заборавите дека голем дел од работата се завршува надвор од состанокот – особено кога работите со луѓе кои не ви се во близина, можеби на меѓународно ниво. Работата ќе биде поуспешна ако редовно одржувате контакти преку медиуми како електронска пошта и телефон. На тој начин ќе се потсетувате што мора да сработите, ќе бидете помотивирани и навреме ќе си ги завршите обврските.

Поради тоа, кога сте дел од комуникација во четири очи и кога давате вреден придонес кон одредена дискусија, треба да знаете да го цените и почитувате тоа што го кажува другата личност со цел разговорот да биде максимално ефективен.

18. НАЈДОБАР **ПРИЈАТЕЛ** ИЛИ НАЈГОЛЕМ **НЕПРИЈАТЕЛ**

-СПРАВУВАЊЕ СО МЕДИУМИ

ВОВЕД

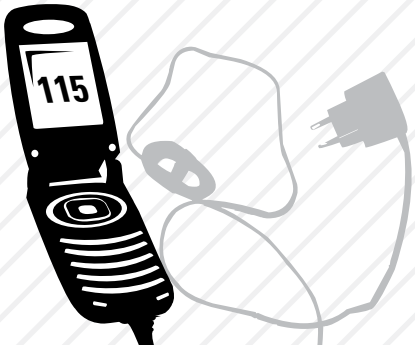
Како што знаете, медиумите се едни од најмоќните инструменти кои може ги искористите за повеќе работи, така што имањето медиумски вештини е нешто непроценливо. Медуимите ги имаат следните моќи: да влијаат врз мислењето на другите; да бидат ваша бесплатна пропаганда (бесплатното е секогаш супер! Или барем во повеќето случаи); да пренесат порака и да посочат на проблеми; да претстават позитивна слика за нешто и да подобрат нечие реноме; да влијаат врз владата и да ги натераат учениците да се активираат во вашата организација. Сепак, една од причините поради која мора да соработувате со медиумите е што колку и да се корисни, тие истовремено можат и да ви наштетат, а вие тоа не го сакате! Овој дел ви дава можност да размислите како најдобро да соработувате со медиумите.

МЕДИУМИТЕ ИМААТ РАЗЛИЧНИ ОБЛИЦИ

Постојат повеќе различни видови медиуми: весници и списанија, телевизија, радио, интернет, а вашата единствена цел е да изградите добар однос со нив и да бидете флексибилни по потреба. Кога медиумите се на ваша страна, тоа би значело подобра и посигурна покриеност. Сепак, не им верувајте премногу – не ви е во прилог работите да тргант во погрешна насока!

ВАШАТА ПРИКАЗНА

Најпрво, ако размислувате за медиумска покриеност за било што и да правите, потрудете се тоа да биде интересно за медиумите. Ако приказната не е привлечна, кој ќе сака да чуе за неа и зошто некој медиум би сакал да ја раскаже приказната ако нема на кој да ја продаде? (Како и да е, не дозволувајте ова да ги смени основните причини поради кои правите нешто). Новинарите цел живот бараат приказни кои откриваат факти за да ја забавуваат или информираат својата публика за случувањата низ светот. Занимливоста на приказната спаѓа во една од следните категории: конфликт, неволја или опасност за заедницата, новитет, скандал или лично постигнување. Има приказни кои се привлечни за новинарите и од други причини како на пример:



- **Покажување тренд** – малите, изолирани настани не се секогаш од голем интерес. Новинарите ги интересираат приказни кои кажуваат нешто за општеството како целина и како тоа се менува.
- **Изненадување** – доказот кој му се спротивставува на општо прифатеното верување секогаш ќе привлече внимание.
- **Концизност и разбирливост** – најглавните поенти треба да се соберат во не повеќе од еден краток параграф.
- **Разбирливо за сите** – приказната треба да биде привлечна за поширокатa јавост и да не содржи жаргон или органичени, професионални проблеми.
- **Покажува зошто нешто е уникатно** – некои приказни може да се за одредена организација и нејзините активности.
- **Моќност и впечатловост** – најдобро е да направите „бум“ во медиумите, отколку да ве има повеќе пати, но за понезначајни работи.
- **Може да се прикачи или припои** - Поврзете го тоа што го правите со она што е веќе во вестите или актуелно. Со цел приказната да стигне до медиумите, мора да се разгледаат сите аспекти кои би ги привлекле новинарите.

Не заборавајте дека приказната треба да ја привлече вашата целна група! На пример, доколку организирате настан за регрутирање ученици, нема потреба да привлекувате постара публика од причина што нема да ја реализирате целта. Нека тече нешто живо и активно за да го привлече виманието на младата популација.

СТАПУВАЊЕ ВО КОНТАКТ СО МЕДИУМИТЕ

Штом веќе сте го дефинирале настанот, треба да стапите во контакт со медиумите – создавањето добар однос преку личен контакт значи дека поголема е веројатноста да ве ислушаат и да ве сметаат за добра организација за соработка. Кога ќе им треба контакт за да мислење или цитат во врска со некоја поврзана тема, треба да знаат кои сте вие и на кого да му се обратат!

Акција: потребно е да имате лице за контакт во организацијата, кое ќе праќа официјални одговори на статии и кое ќе одржува постојан контакт со медиумите. Би било полесно тоа лице да е лесно достапно.

Новинарите работат со набиени распореди и немаат време да чекаат вие да се ослободите од обврските. Сепак, ова не значи дека морате секогаш итно да им одговорите на прашањата. Понекогаш треба да помине одредено време, со цел добро да размислите, да соберете мислење од другите членови на групата и на крај да дадете квалитетен одговор. Би било корисно да определите временска рамка во која ќе мора да им дадете одговор на медиумите.

Добро е да стапите во контакт со медиумите пред, за време и по настанот. На тој начин ќе постигнете максимална покриеност.

ПРЕД:

Напишете соопштение за печат со цел да ги известите медиумите околу настанот со цел да го објават во делот со настани.

ЗА ВРЕМЕ:

По соопштението за печат, медиумите би требало да бидат присутни на настанот со цел да ја покријат приказната или барем да пратат фотограф за слика со добар квалитет.

ПО:

По настанот дадете уште едно соопштение за печат со цел да кажете како поминал настанот пропратено со слика (со добра резолуција!) ако медиумите не пратиле фотограф, за приказната да има и визуелен ефект. Избегнувајте да праќате неквалитетен материјал или слика бидејќи може да ги изнервирате медиумите – новинарите не сакаат неверодостојни информации кои залудно ќе им го трошат времето.

Ако е можно, најдобро ќе биде сами да напишете своја колумна или вести, на неделна или на месечна база со информации за најновите случувања во организацијата, на пр. што моментално се случува и влијае врз учениците. Иделно би било доколку некој од сојузот може редовно да ги следи вестите. Тој/таа може да ги проверува медиумите во врска со приказни околу организацијата и да формулира одговори, на пр. на страницата со писма во весниците или со придонес на блогови и веб страни. Ако се пријавите да ви стигнуваат вести од Гугл може да си ја олесните работата, но внимавајте да не се пренатрупате со информации.

КОРИСНИ МЕДИУМСКИ ВЕШТИНИ

а) Подготовка за интервју

Постојат разноврсни вештини кои ќе ви помогнат во работата со медиумите. Најмногу би ви помогнало доколку имате личен претставник за односи со јавност кој ќе ја промовира организацијата. Тој/таа ќе треба да знае да даде интервју – сигурно ќе биде запрашан/а да даде интервју или свое мислење на одредена тема, па би било пожелно таа личност јасно да ја пренесе пораката на организацијата без залутување во споредни и нерелевантни насоки. Пред интервјуто, ќе треба да се подготвите со цел да имате повеќе самодоверба. Ова се неколку работи кои треба да ги направите:

- Направете забелешки за клучните работи кои сакате да ги кажете и дадете неколку реални примери кои на приказната ќе ѝ дадат живост.
- Запрашајте се дали приказната има локален или национален аспект и поврзете ја со актуелните настани.
- Кратка фраза би била нешто идеално – со нејзина помош ќе ја сумирате целата порака и ќе може и понатаму да ја користите во идни приказни. На пример, една од најпознатите кратки фрази на Тони Блер е „Образование, образование, образование“. Фразата веднаш доби живот. Медиумите постојано се навраќаат на неа, а приказната живее со години.
- Треба да знаете зошто вашата приказна е важна. Замислете се како разговарате со новинарот. Ако ја изустите најдобрата кратка фраза која ја имате и новинарот рече: „И што сега?“, Како ќе ги убедите дека вашата приказна е важна?

- Помислете на негативните страни на темата со цел да бидете подготвени за она што новинарот би можел да ве праша и да знаете како да го убедите во спротивното. Испробајте ја дебатата со пријател кој ќе глуми „адвокат на ѓаволот“.
- Погответе почетен и завршен коментар и научете ги на памет – сигурно ќе ви бидат од полза.
- Проверете ги зборовите кои ви се тешки за изговарање или заменете ги со свои за да не звучите смешно или да се сопнувате на тоа што го кажувате!
- Може да побарате да ги видите прашањата пред интервјуто. Некои новинари и медиуми ќе ви го овозможат тоа, некои не, но вреди да се обидете!
- Пристигнете порано со што би имале време да се приспособите на околината, да си го проверите изгледот и набрзина да ги проверите клучните факти и пораки кои сакате да ги кажете.
- Кога ќе бидете подготвени, треба да ги знаете клучните факти. Неопходно е да ја познавате темата за која говорите – ако се работи за пишано или радиско интервју, чувајте си ги белешките со вас. Имајте си три главни точки – можеби сакате да покриете неколку работи, но не дозволувајте да ги прескокнете главните поенти. Експериментирајте и пренесувајте ги пораките на разни начини. Дознајте ги ставовите на другите и размислете за одговорите на нив. Ова е особено важно ако сте дел од интервју со повеќе луѓе и панел дискусија која се снима. Што би кажале другите и како вие ќе ја пренесете поентата? Дали тие ги поддржуваат вашите аргументи или ви се спротивставуваат? Треба да го знаете и медиумот – прочитајте копија од публикацијата каде ќе го има вашето интервју, или гледајте/слушајте ја програмата. На тој начин подобро ќе го разберете ставот и фокусот на медиумот, како и начинот на кој им пристапуваат на приказните. Истражете ја публиката со цел да користите соодветен јазик и да го провлечете нивното внимание.

б) Успешно интервју

Кога интервјуто е во тек, постојат неколку совети кои можат да ви ја намалат тремата и да ве смират. Една од вештините кои треба да ги имате е да знаете да презентирате (за повеќе детаљи, види „Презентација на вештини и реторика). Важно е ефективно да го користите гласот. Варирајте со тонот, висината и темпото за да не бидете монотони. Потенцирајте ги клучните зборови, а ако се работи за радиско или телевизиско интервју, потребно е да зборувате бавно и јасно. Вашиот изглед треба да биде претставителен. Ова не значи дека треба да облечете одело, туку ссодветна облека за пред камера. Внимавајте на говорот на телото и сведете го на минимум. Обрнете вниамние на овие пет работи:

- Седете наспроти камерата или водителот
- Држете отворена положба со телото
- Навалете се кон водителот
- Гледајте го водителот во очи
- Заземете релаксиран став

Имајте позитивен став. Дозволете водителот да заврши со прашањето, дури и ако ве прекинал и не покажувајте нетрпеливост, нервоза или негативни реакции. И запомнете, дури и ако имате трема, нема никаква потреба за тоа! Се работи за разговор со некого на одредена тема за која вие сте заинтересирани. Не размислувајте за камерите кои ве снимаат и фокусирајте се на водителот, насмевнете се и опуштете се!

Најдобра техника е прво да ги кажете најважните работи. Ова е затоа што никогаш не знаете колку долго ќе трае интервјуто. Нека клучните точки бидат

први. Тоа ќе ви даде можност повторно да ги повторите подоцна. Запомените ги овие три најважни работи:

- Иимајте самодоверба во знаењето. Сигурно ја знаете темата подобро од новинарот и сигурно сте во тек со мислењето на учениците на избраната тема. Јасност – користете јасен, разговорен стил, избегнувајте жаргон и пренесете ги трите главни работи.
- Преземете контрола над интервјуто. Ако добро сте се подготвиле и знаете што сакате да кажете, кажете! Не чекајте новинарот да ја однесе приказната во друг правец. Што и да се случи, никако не заземајте одбранбен или конфузен став. Ако не сте сигурни за прашањето, побарајте од водителот да го преформулира, а ако новинарот започне со прашања кои се надвор од вашиот домен на знаење, не блефирајте, бидете искрени!

За време на интервјуто, може да наидете на тешки прашања. Најдобар начин да се справите со нив е да останете смирени, директни и концизни. Некои новинари можат да ве збунат со цел да се оттргнете од пораката што сакате да ја пренесете и да кажете работи што не ги мислите. Останете смирени и држете се до вашата поента. Обидете се со следната техника која се состои од три чекори:

1. Прифатете го и осврнете се на прашањето, не го игнорирајте. Нека новинарот знае дека сте го разбрале, давајќи одговор како на пр. „Да“, „Не“, „Не можам да ви го одговорам тоа...“.
2. Премостете го прашањето. Кога веќе се осврнавте на прашањето, свртете ги работите во ваша корист со цел да ја пренесете саканата порака. На пример, „...сепак, она што можам да ви кажам е...“, „Да го разјасниме ова...“, „но она што е навистина занимливо...“ На овој начин си правите место за преставување на вашите гледни точки.
3. Контрола и прецизност – сега може да го насочите интервјуто во било која насока. Во некои случаи, ако интервјуто не оди во живо, потрудете се да ја погледнете секоја снимка или текст пред да бидат емитувани или објавени. Пораката може да ви биде искривена или изобличена на начин кој ќе ѝ наштети на вашата работа. Новинарите не секогаш ги разбираат сите теми и можат да испуштат некои важни точки од разговорот.

СООПШТЕНИЈА ЗА ПЕЧАТ

Со цел да дојдете до интервју, морате да ги натерате медиумите да сфатат дека имате приказна, а за тоа ќе ви треба да знаете да напишете соопштение за печат (погледенете го примерот на крајот од Прирачников). Иако соопштенијата за печат можат да се разликуваат по содржината, постојат неколку општи правила кои ќе го направат соопштението за печат лесно за користење од страна на новинарите и ќе излгеда попрофесионално. Еве на што треба најмногу да обренете внимание:

- Напишете го соопштението за печат на лист со логото на организацијата, доколку имате. Ако тоа не е возможно, започнете го соопштението со името, адресата, телефонскиот број и електронската пошта на организацијата.
- Под насловот, со големи букви нашишете (пожелно е да биде со поделебли букви и со поголем фонт од тоа во останатиот дел од текстот) „СООПШТЕНИЕ ЗА ПЕЧАТ И МЕДИУМИ“.
- Додадете го денот и времето, а ако сакате да се искористи веднаш, напишете „За МОМЕНТАЛНА објава“. Ако сакате објавата да биде одложена, напишете „ЗАБРАНЕТО до...“ и додадете го посакуваниот датум на објава.

- На пораката дајте ѝ едноставен наслов кој ќе го привлече вниманието на новинарите.
- Првиот параграф треба да ги содржи најважните информации и одговори на прашањата „кој“, „кога“, „зошто“, „што“ и „како“. Направете да биде едноставно за новинарите да го копираат соопштението за печат.
- Пораката нека биде напишана со широки маргини и поголем простор меѓу редовите (со цел новинарите да додадат свои коментари). Користете фонт 12 или поголем.
- Идеално би било целата порака да ја сместите на една страна, но ако не можете, две страни би било максимумот. На крајот на секоја страна, освен на последната, напишете „повеќе“ за да потенцирате дека текстот не завршува тука. На последната страна напишете „крај“ и повторно напишете ги контактите.
- Наместо да ја преоптоварувате главната порака со второстепени детаљи, подобро е да напишете пократка главна порака и потоа да додадете дел насловен „ДОПОЛНИТЕЛНИ ИНФОРМАЦИИ“, каде може да напишете каква е организацијата; позадина на приказната; веб линкови; статистика или нешто друго за што сметате дека е пропратна информација.
- Цитат или два би ѝ дале живост на приказната. Цитатите треба да бидат на одредени личности – треба да имате нивна дозвола пред да ги цитирате во објавата.

Би било добро ако успеете да се јавите во медиумот или на новинарот со цел да дознаете кое е најдобро време во неделата за праќање соопштенија за печат, со цел да биде поискористено. Истовремено, ќе имате можност да стапите во директен контакт со личноста која е задолжена за вашата приказна. Откако ќе го пратите соопштението за печат, јавете се да проверите дали стигнало (а не завршило во нечие ѓубре или фиока!).

КАКО ДА НАПИШЕТЕ ПИСМО ДО УРЕДНИКОТ

Друг начин да влијаете врз јавното мислење и да ја подигнете свеста за одредена тема е да напишете писмо до уредникот. Можеби сметате дека медиумите не покриваат одредена тема која вам и на организацијата ви е важна, или пак медиумите даваат погрешна слика за проблемот, па вие сакате да реагирате на тоа. Писмата до уредникот на локалниот/државниот весник е идеален форум да ја пренесете пораката до сите читатели. Таквите писма ги читаат скоро сите читатели, почнувајќи од баби и професори, па сè до политичари.Објавеното писмо до уредникот покажува дека засегнатата тема е важна за заедницата и дебатата може да започне.

За жал, весниците добиваат многу повеќе писма отколку што можат да објават. Тоа значи дека треба да изберат само неколку за да ги објават и дека вашето писмо ќе се натпреварува со останатите. Ви предлагаме неколку идеи како вашето писмо да биде избрано за штампа:

Прв чекор е да го идентификувате проблемот кој ве засега. Општо познато е дека ако проблемот е актуелен, писмото има поголеми шанси да биде објавено. Од друга страна, ако вашиот текст е квалитетно напишан, може успешно да го навлечете вниманието на читателите кон вашиот проблем. Може да користите и одреден настан, на пр. пишувајте за правата на учениците **на 17 Ноември, интернационалниот ден на учениците**.

Нека во едно писмо има еден проблем и сконцентрирајте се на посочување аргументи во полза на случајот.

Бидете кратки и јасни. Размислете како вие би го прочитале весникот – повеќето луѓе почнуваат со читање на кратките текстови.

Потрудете се структурата на писмото да биде логична и лесна за следење. Ове е основниот модел:

- Претставете го проблемот
- Кажете си го мислењето
- Дадете аргументи во полза на вашето мислење
- Дајте предлог за акција (доколку имате)
- Завршете со краток заклучок, повторувајќи го вашето мислење

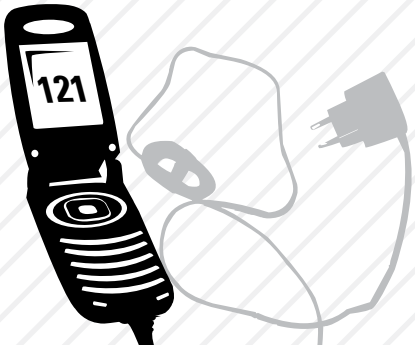
Вашите аргументи треба да се поддржани со поширок контекст – така добиваат на тежина. Осврнете се на факти и бројки.

Ако писмото е реакција на нешто претходно објавено во весникот, нека тоа биде потенцирано во писмото и напишете дека реагирате после неколку денови.

Препрочитајте го писмото откако ќе го напишете. Проверете ја граматиката и јазикот. Пожелно е некој друг да го прочита писмото за да провери дали луѓето кои не се запознаени со темата ќе ја сфатат пораката и дали аргументите имаат смисла.

Повеќето весници имаат право да направат корекции на таквите писма. Дајте ги вашите контактни детаљи заедно со писмото, за да можат да ве исконтактираат доколку имаат некакви прашања.

Сега кога сте опремени со совети и техники за успешно справување со медиумите, излезете и рекламирајте ја вашата организација, вашите настани и вашите погледи!



ЗАКЛУЧОК

Се надеваме дека Прирачников во помогна во возбудливата и важна работа која вие и европските средношколци ја извршувате во склоп на средношколските заедници. Се надеваме дека ви помогнавме да поттикнете нови ученички активности и да внесете нови перспективи во борбата за подобрување на положбата на учениците.

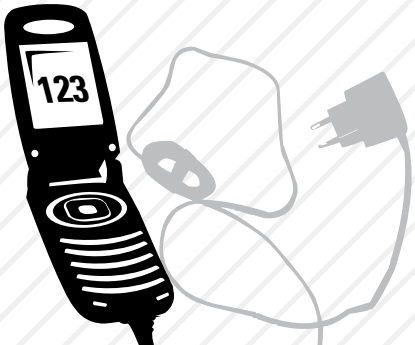
Ние се надеваме дека ќе има сè повеќе организации ширум Европа кои ќе им дадат збор на средношколците и кои ќе промовираат учество, демократија и активно граѓанство во и надвор од училиштата.

Се разбира дека ние не можеме да ви помогнеме за сè што ви треба во оваа авантура. Знаеме дека Европа, која има разнолика позадина и култури бара различни решенија. Сепак, се надеваме дека нашиот придонес ќе биде барем еден чекор на патот од вашето патување кон подобро училиште и општество.

Оваа книга е заснована врз идеи и примери од средношколските сојузи низ Европа пренесени преку нивната европска платформа за соработка OBESSU. Во текот на работата, сигурно и вие стекнувате многу нови искуства и пракси за кои се надеваме дека сте заинтересирани да ги споделите со сите наши членови и експертни организации на европско ниво во иднина.

Со среќа и се гледаме наскоро!

OBESSU



ПРИЛОГ

Во овој прилог ќе најдете различни документи и примери кои се доста интересни и инспиративни за средношколскиот активизам, но од одредени причини не можевме да ги вклопиме во основната структура на Прирачникот.

ПРИЛОГ

1. SWOTанализа 108
2. Пример правилник од локален средношколската заедница 110
3. Декларација за правата на детето 113

1. SWOT АНАЛИЗА

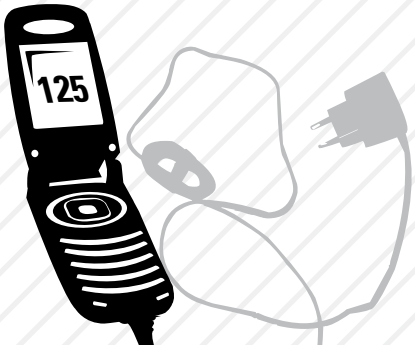
SWOT анализата (предности, недостатоци, можности и закани) е алат кој потекнува од стратегискиот менаџмент, но се користи и за евалуации и подобрување на квалитетот на одредена програма, особено во секторот на образование. Методот е лесен и флексибилен, а со него се анализираат предностите и недостатоците во рамките на организацијата, како и можностите и заканите кои имаат влијание врз активностите на истата. Од анализата на предностите/недостатоците и можностите/заканите можно е да развиете општа стратегија за понатамошната работа на организацијата или пак, да ги анализирате факторите на еден изолиран проект со цел да го подобрите.

Методот е корисен ако вие треба да донесете одлука или ако му помагате некому да ја анализира ситуацијата.

Пример на SWOT модел

SWOT моделот може да се претстави како на следниот пример:

SWOT анализа		Внатрешна анализа	
		Предности	Слабости
Надворешна анализа	Можности	S -> O Стратегии: Барајте нови можности кои ќе се совпаѓаат со предностите на сојузот	W -> O Стратегии: Елиминирајте ги слабостите за да ги искористите новите можности
	Закани	S-> T Стратегии: Искористете ги предностите за да ги спречите заканите	W -> T Стратегии: За да се одбраните не дозволувајте сегашните слабости да бидат цел на надворешните закани.



Процес

1. **Внатрешна анализа**: Откријте ги предностите и слабостите на организацијата. Ова може да се направи сеопфатно, но најдобро е да земете во предвид еден дел од организацијата кој сакате да го промените, на пр. Генералното собрание. Проверете што е добро и позитивно сработено, а што е лошо и треба да се подобри.
2. **Надворешна анализа:** Погледнете го проектот или идејата со цел да го подобрите делот кој го анализирате од надворешна перспектива и наведете ги можностите и заканите.
3. Обидете се да ги максимализирате предностите и можностите, а да ги минимализирате слабостите и заканите. Во случајов ги бараме следните комбинации и размислуваме за тоа какви иницијативи, мерки и промени може да се направат како резултат.

а) S -> O Комбинација: Кои предности се совпаѓаат со кои можности? Како да се искористат предностите за да искористите најголем дел од можностите?

б) S -> T Комбинација: Со кои предности може да се соочиме со заканите? Како да ги искористиме силите за да спречиме одредена закана?

в) W -> O Комбинација: Каде слабостите можат да резултираат во можност? Како слабостите да се претворат во предности?

г) W -> T Комбинација: Кои се слабостите и како да се заштитиме од заканите? Дали постојат големи закани на местата каде што веќе сте слаби?

Повеќе предности можат да се искористат за да реализирате одредена можност или да избегнете некоја закана. Најголема закана е кога слабостите се директно изложени на одредена закана.

По создавањето стратегија за подобрување на ситуацијата, може да ја оцените со помош на SWOT анализа.

2. **ПРИМЕР ПРАВИЛНИК** НА ЛОКАЛНА СРЕДНОШКОЛСКА ЗАЕДНИЦА

Правилникот/уставот на заедницата ги содржи законите и правилата на организацијата. Нивна цел е да дадат насоки и да ја поедностават работата на заедницата.

Запомнете дека правилникот нема цел сам по себе. Тој не треба да се користи за манипулација или на било кој начин да ја коруптира демократијата. Правилата кои не ја поедноставуваат работата на организацијата треба да се укинат.

1. Организација

1.1. Организацијата се вика „Средношколска организација X“

1.2. Седиштето на организацијата е во X.

2. Цел на организацијата

2.1. Целта на заедницата е да ја подобри положбата на средношколците на начин кој е поддржан од мнозинството ученици. Подетално, ова значи:

- Заштита и промоција на основните средношколски права
- Заштита и промоција на едукативните интереси на средношколците
- Заштита и промоција на интересите на средноколците за работната средина
- Заштита и промоција на економските интереси на средношколците
- Заштита и промоција на општествените интереси на средношколците

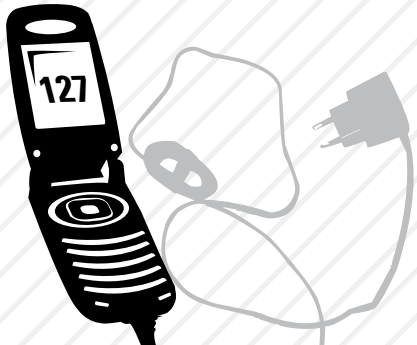
3. Членови

3.1. Учениците од училиштето X можат да станат членови на организацијата со запишување. Еден ученик треба да биде член на унијата со цел да учествува во настани или да користи услуги кои ги нуди сојузот.

3.2. Членовите бираат претставник од својот клас кој ќе го претставува ставот на соучениците од класот. Секој клас има право на еден глас.

4. Комитети

4.1. Членовите на сојузот може да оформат комитети за сите настани и активности кои сакаат да ги организаираат, а истовремено тоа да не се коси со волјата на членовите на сојузот.



5. Одбор

5.1. Цел на одборот

Одборот е одговорен за:

- Подготвување и канење на членовите на Генералното собрание;
- Извршување на одлуките на Генералното собрание;
- Носење одлуки кои не можат да чекаат до следното Генерално собрание;
- Претставување на волјата на членовите пред директорот, професорите, политичарите, другите организации итн;
- Општата администрација на сојузот и неговата економија.

5.2. Позиции во Одборот

Одборот треба да се состои од непарен број членови. Точниот број го определува Генералното собрание. Следниве позиции се неопходни:

- Претседател
  - Задолжен за организирање на Генералното собрание и состаноците на Одборот.
- Секретар
  - Одговорен за документација и архивирање на протоколи, извештаи и други пишани материјали на сојузот.
  - Одговорен за ширење информации на луѓето кои треба да се информирани.
- Благајник
  - Одговорен за финансиите, извештаите и документацијата на сојузот.
  - Одговорен за пишување на годишниот финансиски извештај на сојузот.

5.3. Избирање на Одборот

Одборот се избира на Генералното собрание за период од една година

6. Генерално собрание

6.1. Генералното собрание треба да се состанува барем еднаш во полугодието.

6.2. На Генералното собрание секој клас има право на еден глас.

6.3. Генералното собрание е највисок орган за носење одлуки.

7. Правила за состаноците

7.1. За сите состаноците на сојузот треба да се напише протокол. Протоколот треба да биде во пишана форма и достапен за членовите во рок од две недели по состанокот.

7.2. Сите протоколи на сојузот треба да се чуваат во архивата и да претставуваат основа за годишниот извештај со активности на сојузот.

7.3. Поканата за сите состанови треба да им биде достапна на членовите барем 5 школски дена пред состанокот.

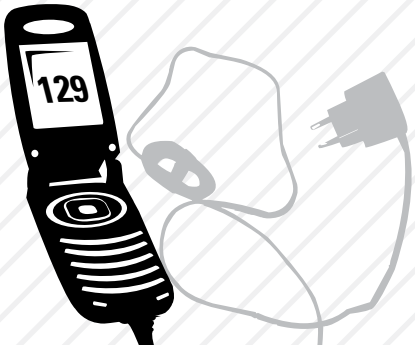
7.4. Агендата и другите документи како на пример: предлози, извештаи итн. треба да им бидат достапни на членовите барем 5 школски дена пред состанокот.

8. Право на повлекување средства

8.1. Благајникот и претседателот на сојузот имаат право на повлекување пари. Тие треба да направат финансиски извештај и да го приложат пред Генералното собрание.

9. Измени во правилникот

9.1. Правилникот може да се менува на Генералното собрание со 2/3 мнозинство од гласовите.



3. ДЕКЛАРАЦИЈА ЗА **ПРАВАТА** НА **ДЕТЕТО**

ВОВЕД

Декларацијата за правата на детето е одобрена од скоро сите влади во светот. Сепак, некогаш треба да се потсетат на нивната обврска да ја почитуваат декларацијата. Ова може да биде моќен инструмент во рацете на средношколците кога не им се почитуваат правата.

Усвоена и прокламирана со резолуцијата на Генералното собрание на О.Н. 1386
(XIV) 20 Ноември 1959 година

Бидејќи народите на О.Н. во Повелбата ја потврдија својата вера во основните права на човекот и во достоинството и вредноста на човековата личност, и бидејќи одлучија да го унапредат општествениот развој и да создадат подобри услови за живот и поголема слобода,

Бидејќи О.Н. во Универзалната декларација за правата на човекот прокламираа дека на секого без каква било разлика, како што е раса, боја на кожа, јазик, вероисповед, политичко или друго мислење, национално или социјално потекло, имот, раѓање, или други околности, му припаѓаат сите права кои се наведени во декларацијата,

Бидејќи на детето поради неговата физичка и ментална незрелост му е потребна посебна заштита и грижа, вклучувајќи соодветна правна заштита пред и по раѓањето,

Бидејќи потребата за таква посебна заштита е утврдена во Женевската декларација за правата на детето од 1924 и е призната во Универзалната декларација за правата на човекот и во статутите на специјализираните агенции и меѓународни организации кои се грижат за доброто на децата. Бидејќи човештвото му го должи на детето најдоброто што може да му го пружи.

ГЕНЕРАЛНОТО СОБРАНИЕ

Ја прокламира оваа Декларација за правата на детето, за да може да има среќно детство и за да може да ги ужива заради свое сопствено добро и добро на општеството, наведните права и слободи во неа, и ги повикува родителите, мажите и жените како и поединците, добротворните организации, локалните власти и националните влади да ги признаат овие права и да се грижат за нивно почитување со законски и други мерки, постепено преземани во согласност со следните начела

Начело 1

Детето треба да ги ужива сите права наведени во оваа Декларација. На сите деца, без исклучок треба да им припаѓаат овие права, без разлика или дискриминација заснована на раса, боја на кожа, пол, јазик, вероисповед, политичко или друго мислење, национално или социјално потекло, имот, раѓање, или други околности, било на самото дете или на неговите родители.

Начело 2

Детето треба да ужива посебна заштита и треба да му се даде прилика и олеснување, со закон или други средства, да се развие физички, ментално, морално и општествено на здрав и нормален начин и во услови на слобода и достоинство. Во донесувањето на законите кои се насочени кон таа цел, најдобрите интереси на децата треба да бидат главен мотив.

Начело 3

Детето треба да има право на име и државјанство според своето раѓање.

Начело 4

Детето треба да ја ужива користа на социјална сигурност. Тоа треба да има право да расте и да се развива во здрави услови: нему и на неговата мајка треба да им се укаже специјална грижа и заштита вклучувајќи ја потребната грижа пред и по раѓањето. Детето треба да има право на соодветна исхрана, стан, разонода и лекарски услуги.

Начело 5

Детето кое е заостанато физички, ментално или социјално треба да ужива специјална постапка, воспитување и грижа која ја бараат неговите посебни услови.

Начело 6

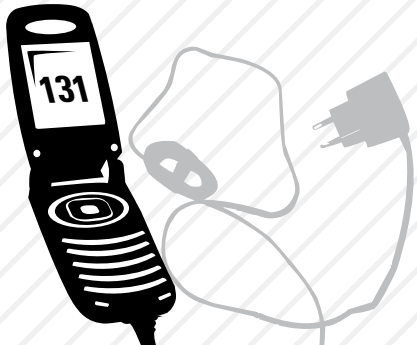
На детето му се потребни љубов и разбирање за да се развие сестрано и складно. Кога е можно, детето треба да расте под закрила на грижата и одговорноста на своите родители и во секој случај во атмосфера на наклонетост и морална и материјална сигурност. Детето во првите години од животот не смее да биде одвоено од својата мајка, освен во исклучителни околности. Општеството и јавните власти имаат должност посебно да се грижат за децата без семејство и за оние кои немаат потребни средства за издржување.Пожелна е парична и друга помош од државата за издржување на децата во големите семејства.

Начело 7

Детето има право на школување кое треба да биде бесплатно и задолжително барем во основниот степен. Тоа треба да добие образование кое ќе ја унапреди неговата општа култура и кое ќе му овозможи, под еднакви услови за сите, да ги развие способностите, своето лично расудување, чувството за морал и општествена одговорност и да стане корисен член на општеството.

Најголема корист за детето треба да биде раководен принцип за оние кои се одговорни за неговото школување и воспитување, таа одговорност, пред се, паѓа врз неговите родители.

Детето треба да има целосна можност за игра и забава кои треба да бидат насочени кон истите цели како и воспитувањето; општеството и јавните власти треба да настојуваат да го унапредат користењето на ова право.



Начело 8

Детето треба во секоја прилика да биде меѓу првите на кои ќе им се пружи заштита и помош.

Начело 9

Детето треба да биде заштитено од сите форми на небрежност, свирепост и експлоатација. Тоа не смее да биде предмет на трговија во каква и да е форма. Детето не смее да биде применo на некоја работа пред соодветна минимална возраст, во никој случај не смее да се предизвика или дозволи детето да работи во било кое занимање или вработување кое е штетно за неговото здравје или воспитување или го нарушува неговиот физички, ментален или морален развој.

Начело 10

Детето треба да биде заштитено од постапки кои можат да доведат до расна, религиозна или некоја друга дискриминација. Тоа треба да се воспитува во духот на разбирањето, трпеливоста, пријателството меѓу народите, во духот на мирот и општото братство, и во полна свест својата енергија и талент да ја користи за доброто на своите собраќа.

УРНЕЦИ ЗА ДОКУМЕНТИ

УРНЕЦИТЕ ВО ОВОЈ ДЕЛ МОЖАТ СЛОБОДНО ДА СЕ КОПИРААТ И КОРИСТАТ

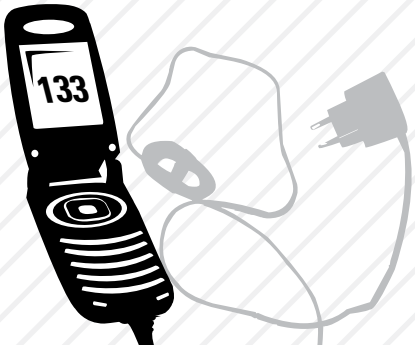
1. УРНЕК ЗА ЗАПИСНИК

Каков состанок (Феарлем средношколска заедница):
Датум и време:
Место:
Записничар:

Присутни:
Извинети:

Датум на следен состанок:

Точка на агендата	Дискусија	Акциони планови	Кој	Кога
1. (водена од претседател? Заменик претседател?) 2. 3. 4. 5.				



МЛАДИНСКИ ОБРАЗОВЕН ФОРУМ
YOUTH EDUCATIONAL FORUM

FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN ОТВОРЕНО
SOCIETY ОПШТЕСТВО
MACEDONIA МАКЕДОНИЈА

OBESSU Organising Bureau of European School Student Unions

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE