



National Endowment
for Democracy
Supporting freedom around the world



ДОВІДНИК ДЛЯ РОБОТИ З МОЛОДДЮ В ГРОМАДАХ 2021



National Endowment
for Democracy
Supporting freedom around the world





Довідник для роботи з МОЛОДЮ в громадах



Проект «Школа демократичного врядування для молоді» реалізований громадською організацією «Освітньо-аналітичний центр розвитку громад» у партнерстві з Тернопільським регіональним відділенням «Асоціації міст України» за підтримки фонду NED.

У Довіднику, який ви тримаєте зібрана інформація від учасників та тренерів проекту, де вони поділились своїми знаннями на теми, що стосуються роботи з молоддю в громадах. Перед початком кожного проекту наша організація проводить опитування серед молоді на предмет тем, які варто висвітлити у Довіднику. Кожен з учасників проекту обрав собі тему і розкрив її, базуючись на власному досвіді роботи з молоддю у своїй громаді.

«Школа демократичного врядування для молоді» – молодіжний проект направлений на підготовку фахівців з молодіжної політики з усієї України та є продовженням попередніх двох проектів – «Школа молодіжних лідерів громад» та «Публічне адміністрування в сфері молодіжної політики», які були імплементовані в попередні роки.

Проект реалізований громадською організацією «Освітньо-аналітичний центр розвитку громад» у партнерстві з Тернопільським регіональним відділенням «Асоціації міст України» за підтримки фонду NED. Організатори проекту висловлюють щире подяку партнерам.

Завданням проекту є надати комплексні знання та навички громадським активістам та представникам органів місцевого самоврядування для ефективної співпраці з молоддю в громадах.

Загалом протягом чотирьох освітніх сесій учасники отримали знання, що допоможуть їм сформувані та реалізувати молодіжну політику у своїх громадах. Між сесіями учасники проводили аналіз молодіжного середовища, тренінги та реалізовували проекти з молоддю і для молоді. Фінальною роботою стало дослідження на тему «Стратегія розвитку моєї громади».

Над проектом працювала команда громадської організації «Освітньо-аналітичний центр розвитку громад» у складі: Максим Черкашин, Юлія Нецько, Рустам Ергешов, Ірина Масло, Сергій Волохатий та Олександр Кикта.

ЗМІСТ

ТРЕНЕРИ.....	4
<i>Черкашин Максим</i>	<i>4</i>
<i>Бігняк Катерина Євгеніївна.....</i>	<i>12</i>
УЧАСНИКИ.....	17
<i>Гнатюк Ірина</i>	<i>17</i>
<i>Юрій Матевощук.....</i>	<i>19</i>
<i>Препелиця Наталя.....</i>	<i>22</i>
<i>Годний Віктор Вікторович.....</i>	<i>26</i>
<i>Татарчук Руслан</i>	<i>29</i>
<i>Ткачук Альона Петрівна</i>	<i>30</i>
<i>Борис Орест.....</i>	<i>34</i>
<i>Катерина Діордій.....</i>	<i>39</i>

ТРЕНЕРИ

Черкашин Максим

Керівник ГО «Освітньо-аналітичний центр розвитку громад», співзасновник міжнародного музичного фестивалю «Файне місто».

Що таке проект?

Проект це, в першу чергу, інструмент, який покликаний допомогти вам втілити в життя вашу ідею, або вирішити проблему. Завдяки проектному підходу ви краще зрозумієте для чого вам потрібно втілювати свій задум, яку проблему ви хочете вирішити, яких ресурсів це вам вартуватиме. І що важливо, ви покроково будете знати що, коли робити і який результат повинні отримати.

Якщо ж говорити про логічну структуру проекту то виглядає вона ось так:

- **Актуальність або проблема** – тут ви описуєте проблему, яку буде вирішувати ваш проект. Намагайтесь поставити себе на місце того, хто буде читати ваш проект і задайте собі запитання – чи переконливо звучить проблема? Використовуйте прості і зрозумілі слова. Підсилюйте проблему статистикою та думкою експертів на дану тематику. Одразу ж локалізуйте проблему (описуйте проблему, яка стосується вашої організації, міста чи регіону).

- **Мета** – дає відповідь на запитання “Для чого потрібен ваш проект?”. Мета може розпочинатись з слів “збільшити”, “покращити”, “зменшити”. Фактично саме цим абзацом ви маєте пояснити будь-кому про що ваш проект. В експертному середовищі існує мінімум 2 думки, як потрібно формулювати мету:

1. В загальному, абстрактно без чітких показників.
2. Чітке формулювання згідно аббревіатури SMART (specific, measurable, assignable, realistic, time-related — конкретна, вимірювана, має виконавця, реалістична, обмежена в часі).

Наша організація, при підготовці проектів, намагається переглянути проекти, які були підтримані фондом, в який ми подаємо проект. Тому, що якщо ви пишете проект під конкретний конкурс, вам варто говорити з потенційним партнером на його мові (гроші ж він дає).

Порада – при формулюванні мети вказуйте лише ті показники, які можна реально перевірити та досягнути.

- **Завдання** – конкретні кроки, які потрібно зробити для досягнення мети. При підготовці вам потрібно вписати усі активності,

які потрібно зробити, щоб проект був реалізований, після чого узагальнюєте їх у 3-5 завдань.

- **Очікувані результати** – кількісні і якісні результати, які ви отримаєте завдяки реалізації проекту. Варто їх прописувати чітко і мати розуміння, чи зможете ви зібрати відповідну інформацію. Очікувані результати повинні чітко корелюватись з проблемою - некоректно буде заявити проблемою низький рівень громадської активності молоді громади, а отриманий результат – покращені знання з проектного менеджменту.

- **Можливі ризики** – внутрішні та зовнішні ризики, які можуть виникнути при реалізації проекту та ваші дії у разі настання таких.

- **Комунікаційна стратегія** – для все більшої кількості донорів важливо, щоб в рамках проекту не лише була вирішена проблема, але й результат комунікувався різним цільовим аудиторіям. Іншими словами – як ви будете “піарити” перебіг проекту та його результати?

- **Сталість результатів** – також донорів цікавить, як можна буде користуватись результатами проекту після його завершення? Можливо в рамках проекту ви випустите довідник чи відеокурс, якими можна буде користуватись і після завершення проекту.

- **Бюджет** – загальна вартість (а не лише скільки не вистачає) вашого проекту. Тут варто вказувати, якщо є, власний внесок та внесок ваших партнерів. Від донора вам потрібно стільки, скільки не вистачає.

Це загальна логічна структура. Кожен донор пропонує свою апікаційну форму, яка може відрізнитись від зазначеної послідовності, але пункти переважно залишаються такими ж.

Розвиток ідеї

Декілька методів, які допоможуть вам напрацювати проектні ідеї.

- **Вирішення пріоритетних проблем вашої організації.** Члени організації виписують усі проблеми, які на їхню думку заважають організації ефективно розвиватись. Після чого ви виписуєте їх усі на фліпчарт. Шляхом голосування викреслюєте НАЙМЕНШактуальні. Після 3-4 голосувань залишаються ТОП-5 проблем, які потрібно вирішувати першочергово. Шляхом “мозкового штурму” (brainstorm) або роботою в групах напрацьовуємо можливі шляхи вирішення.

- **Аналіз наявних ресурсів.** Цей метод більше стосується муніципального менеджменту, але організаціям не слід його так само відкидати. Випишіть усі можливі ресурси, якими володіє ваша організація і її члени. Наприклад - приміщення, експерти, знайомства, грантова історія. Загалом варто виписати спочатку сегменти: влада, бізнес, інші громадські організації, навчальні заклади, фонди. Далі проаналізуйте, як

матеріальні так і нематеріальні ресурси. Коли сформуєте таку карту в групах – подумайте, які проекти можна реалізувати використовуючи вже наявні ресурси?

- **Власне мозковий штурм.** Про цей метод вже написано чимало, його результативність залежить від творчості та досвіду вашої команди.

- **Кращі практики роботи з молоддю** (<http://youth-worker.org.ua/downloads/category/yw-best-practices/>) – навіщо щось видумувати, якщо можна підглянути, як зробили інші.

- **Internet** – загалом є чимало ідей, як в Україні так і закордоном, які можна імплементувати у своїй організації.

Планування

Планування – це коли ви думаєте, що будете робити найближчим часом (місяць, рік чи п'ять років). Але перед тим, як почати думати ЩО робити, потрібно дати відповідь ДЛЯ ЧОГО? До прикладу, наша організація завдяки проведенню декількох стратегічних сесій напрацювали Місію, Мету та Завдання організації. Звичайно, це не повноцінна Стратегія розвитку, але цілком достатньо, щоб при плануванні проектів звіряти їх з нашою місією. Тут все просто, якщо проект сприятиме досягненню мети\місії організації – робимо, не сприятиме – не робимо.

Планування варто розпочинати завчасно, краще восени. В календарі ви можете відмітити обов'язкові заходи, визначні дати, релігійні свята, які плануєте відзначати. Далі йдуть щорічні ваші проекти (якщо такі є), які вже стали традиційними. І звичайно ж нові ідеї, які ви хочете втілити. Всі ці задуми повинні постійно звірятись з 2-ма пунктами:

1. Сприяти досягненню мети\місії організації,
2. Вирішувати важливі проблеми організації чи цільової аудиторії.

Після переліку запланованих проектів варто зробити їх розрахунок, щоб знати орієнтовний бюджет та створити календарний план (щоб не було накладок).

Команда

Не залежно чи ви розпланували детально свій рік чи виник проект сьогодні на завтра – вам потрібна команда. Команда – це не обов'язково 100500 людей. Все залежить від об'єму роботи та якості людей, з якими ви працюєте. Первинним при пошуку команди є об'єм роботи або завдань, під які ви й шукаєте людей.

Для структурованої роботи з командою вам допоможе наступна таблиця.

Об'єм роботи\завдання	Відповідальний	Результат	Дата виконання
Домовитись за місце проведення заходу			
Розіслати запрошення учасникам			

Об'єм роботи\завдання\активність – формулюйте таким чином, щоб було зрозуміло, що потрібно зробити. Тут можна вписувати, як детально, так й узагальнювати невеликі активності в більші завдання.

Відповідальний – краще обирати одну головну особу, яка буде відповідальною і забезпечить виконання пункту, навіть якщо виконувати будуть декілька людей. Вказуючи декілька людей, при невиконанні чи неякісному виконанні ви не знайдете винних.

Результат – для розуміння вашого і виконавця - що має бути в результаті реалізації активності. Для прикладу – Наявне місце проведення заходу, укладена угода про оренду, оплачений завдаток. Або – запрошення отримали всі учасники заходу.

Дата виконання – максимальний термін коли завдання має бути реалізоване. Хворобою команд є те, що виконавці починають щось робити ближче до “дедлайну”, а потім намагаються перенести терміни. Тому на нарадах наголошуйте про необхідність завчасно братись за роботу і не тягнути до останнього.

Заповнення проектної заявки

Для початку пропоную постійно моніторити сайти, які регулярно публікують актуальні конкурси, що можуть бути цікаві вашій організації - <https://www.prostir.ua> та <https://gurt.org.ua>.

За якими критеріями варто обирати потенційно-цікаві конкурси для вашої організації?

- **Дедлайн** – кінцевий термін подачі. Якщо цей термін завтра – то й відкривати не варто, навряд ви встигнете підготувати проект.
- **Географія** – чи організації з вашої області\країни можуть бути подавачами?
- **Напрямок** – захист тварин, демократія, освіта, розвиток молоді, культура та ін.
- **Подавачі** – хто може подавати проекти? Зареєстровані громадські організації, ЗМІ, підприємці, органи місцевого самоврядування.

- **Мінімальна та максимальна сума гранту.** Вам потрібно орієнтуватись в сумі, яку ви потенційно можете виграти. Може бути як замалою так і занадто великою.

- **Співфінансування.** Деякі фонди не фінансують проекти на усі 100%, а вимагають співфінансування 10-30%. Тому ви повинні дати собі відповідь чи є у вас кошти на співфінансування чи зможете залучити в партнерів?

- **Наявність партнерів.** Для деяких конкурсів повинне бути національне або міжнародне партнерство.

- **Вік організації** – в умовах деяких конкурсів вказано, що подавачем може бути громадська організація, яка працює не менше 2 років.

Коли ви обрали конкурс, на який будете подаватись – уважно прочитайте умови грантодавця. При заповненні проектної заявки це може бути – об'єм тексту та відповідний шрифт, мова або мови подачі, Додатки, формат файлів та адреси надсилання. Аплікаційні форми у фондів відрізняються, але запитання, які ми розглядали в пункті “Що таке проект” переважно залишаються.

Як створювати бюджет проекту

Перед складанням бюджету потрібно вивчити вимоги донора та які напрямки фінансують і чи вони сходяться із цілями вашого проекту. Які негативні відношення до пунктів витрат та які обов'язкові складові фінансування. Найефективнішим буде переглянути приклади їх фінансування, або приклади заповнених бюджетних заявок.

Підготуйте всі необхідні пункти бюджету та синхронізуйте їх із вашими можливостями, чи ваша інституційна можливість відповідає вимогам заявки?

Фінансова звітність

Перед підготовкою фінансового звіту також вивчіть вимоги грантодавця та звітну специфіку, адже вона може мати корективи і мати розширеніші вимоги ніж вимагає українське законодавство.

Особливості співпраці: влада, фонди, бізнес, громадські організації

Особливості співпраці з владою

Тут ми маємо на увазі як органи влади так і місцевого самоврядування. Декілька “лайфхаків”, які допоможуть вам полегшити комунікацію з владою:

1. Оформіть ідею в проект. Чиновників цікавить відповідь на конкретні запитання – Хто організатор? Яка мета? Коли і що хочете проводити? І два найважливіші запитання: Що конкретно потрібно та Яка користь громаді від вашого проекту?

2. Випишіть з одного боку, які саме ресурси вам потрібні, і навпроти який департамент\управління чи відділ може ними володіти. Уточніть точну назву структурних підрозділів, контакти та керівника.

3. Комунікуйте. Тут у вас чимало варіантів – письмове звернення, зателефонувати, написати електронного листа чи написати в соцмережі. Проте пам'ятайте, що документом є офіційний лист (письмовий або електронний).

4. Якщо ви розраховуєте на фінансову підтримку вам потрібно знайти і вивчити програми, які діють в вашій громаді та які кошти закладені на їх реалізацію. Після цього вам краще поспілкуватись з керівництвом відповідного відділу чи управління на предмет механізму підтримки вашого проекту, який буде сприяти реалізації програми.

5. Запрошуйте представників влади на заходи, які вони підтримують.

6. Звітуйте.

Особливості співпраці з фондами

Кожна громадська організація має свою специфіку. Хтось бореться з корупцією чи популяризує екологічний спосіб життя, а хтось намагається створити умови для розвитку молоді у власній громаді. Так само і фонди – кожен створений для реалізації власних статутних завдань. Щоб ці завдання реалізувати фонди, переважно, проводять конкурси і відбирають кращі проекти. Саме на конкурсній основі виділяється фінансова, безповоротна допомога.

Будуючи свою співпрацю з фондами ми працюємо у двох напрямках:

1. Моніторинг фондів, які нам близькі за напрямком діяльності.

2. Загальний моніторинг сайтів, на яких розміщена інформація від різноманітних фондів (алгоритм пошуку та відбору описаний вище).

Готуючи проект для подачі на конкурс фонду потрібно чітко дотримуватись вимог, які передбачені фондом – дедлайн, повний перелік документів та форма їх подачі (електронний чи паперовий варіант). Пам'ятайте, що це конкурс. Поряд з вашим проектом лежатиме ще сотня подібних, а підтримують лише декілька. Тому ідея вашого проекту повинна бути інноваційною (відрізнитись від інших), зрозумілою та логічно розписаною. Також експерти фонду мають бути переконані, що у разі перемоги ваша організація зможе реалізувати проект. Тому вам варто

довести організаційну спроможність – кваліфіковані члени команди, грантова історія, задоволені партнери.

У разі перемоги вашого проекту одразу ж поцікавтесь звітуванням – форми фінансового і описового звіту, терміни та можливі додатки.

Особливості співпраці з бізнесом

Представники бізнесу, переважно, досить конкретні та прагматичні. В більшості випадків їм цікаво, завдяки співпраці, збільшити продаж власних товарів чи послуг або зробити так, щоб їх бренд став більш впізнаваним. Перед тим як пропонувати співпрацю представнику бізнесу поставте себе на його місце і дайте відповідь на запитання: “Чому я маю підтримати цей проект? Чому саме цей проект, а не інші? Як від цього виграє компанія”? Знаючи мотиви бізнесу, вам легше буде переконати в користі співпраці з вами. Ідеальний варіант, коли ви підготуєте конкретну пропозицію, де буде вказано, що конкретно ви пропонуєте і що конкретно очікуєте від співпраці.

Спілкуватись краще з тим, хто приймає рішення або маркетологом. Важливо якомога більше дізнатись про вашого потенційного партнера – цільова аудиторія, пріоритети на поточний рік, які соціальні проекти вже підтримували?

Усі домовленості обов’язково оформіть письмово, якщо не Угодою то хоча б Меморандумом. Оскільки часто буває, що сторони по різному розуміють свої обов’язки і що від них очікують.

Обов’язково запросіть на проект представників партнерів та, по можливості, публічно їм подякуйте. Після реалізації проекту – прозвітуйте та вручіть Подяку. Якщо Подяка буде не стандартною, а дизайнерською – більше шансів, що вона посяде своє місце на стіні компанії. Вартує не дорого, а вам додатковий піар та перший крок до довготермінової співпраці.

Особливості співпраці з громадськими організаціями

На щастя у вашому населеному пункті ви не єдина громадська організація (принаймні хочеться у це вірити). Так історично склалось, що в громадському секторі переважно подібні проблеми:

- Відсутність приміщення,
- Не зареєстровані, як юридична особа,
- Слабкий фандрейзинг (залучення ресурсів),
- Слабка комунікаційна політика з громадою (в громаді про вас і них практично не знають),
- ЗМІ не хочуть писати про ваші проекти,
- Влада, практично, не звертає уваги,

- Одні громадські організації не знають, що роблять інші.

І це лише частина типових проблем. Але якщо ви почнете збиратись, не офіційно на Ярмарках громадських організацій, а за чаєм чи пивом – ви зможете більшість цих проблем вирішити. Просто починайте спілкуватись і виявиться, що хтось має приміщення, хтось вміє писати проекти, а якщо разом прийти до влади – вас починають слухати, розуміти і допомагати.

PR-громадської організації

Не бійтесь слова “піаритись”, оскільки public relations - це зв’язки з громадськістю. Інколи виникає ситуація, коли з одного боку вас звинувачують, що нічого не чули про організацію і її роботу, але коли ви починаєте комунікувати – ви автоматично піаритесь. Але цим не варто перейматись.

З чого варто розпочинати? Почнімо з цільової аудиторії, це ті – кому ви хочете донести певну інформацію. Це може бути – загальне населення, молодь, влада, бізнес громади, місцеві активісти. Саме від цільової аудиторії залежать канали комунікації. Хтось з них більше сидить у соціальних мережах, хтось читає друковані газети, хтось черпає інформацію з радіо або телебачення.

Якщо ж ви хочете охопити загальну аудиторію безкоштовно – створіть сторінку організації у соціальній мережі. Проте, важливо не лише створити сторінку, але й регулярно її оновлювати. Не забувайте, що сторінка організації повинна містити специфічну інформацію, а не все підряд. До прикладу, ви розміщуєте інформацію про власну діяльність та можливості для молоді. Вашим підписникам буде дивна новина про відкриття ресторану японської кухні у вашому місті.

Також сформууйте базу даних журналістів та видань, яким можуть бути цікаві ваші проекти. Якщо ви звертаєтесь до журналістів з проханням висвітлити ту чи іншу новину – ставте себе на місце читача, чи буде читачеві цікаво читати про це? Щоб про нас писали, ми повинні продукувати цікаві новини. Цікаві не лише нам.

Бігняк Катерина
Керівник G-проектів у ГС "Центр інновацій "
Сходи в майбутнє", громадська активістка.

ІТ для роботи в громаді

Що забезпечує економічний, культурний, освітній розвиток територіальної громади чи містечка – це ефективна робота органів місцевого самоврядування, розвиток громадянського суспільства та активна діяльність громадських організацій, культурних та економічних центрів, комунальних служб та установ.

Одним із факторів, які впливають на ефективність роботи є організація робочого процесу, якість постановки цілей та комфортна командна робота. Тому важливим є розуміння цілей та мети діяльності, правильно підібрана команда, якісна комунікація та найважливіше – планування, постановка та контроль за виконанням завдань.

І тут на допомогу приходять сучасні технології, серед яких можна знайти чимало додатків, які допоможуть якісно планувати, комунікувати, розставляти правильні пріоритети та ефективно реалізовувати проєкти.

Далі пропоную розглянути 2 напрямки:

1. Месенджери та додатки, які дають можливість для якісної комунікації.

2. Онлайн платформи для планування проєктної діяльності, контролю виконання поставлених завдань.

Коли перед нами стоїть завдання обрати правильний месенджер для комунікації основне, на що потрібно звернути увагу – це цільова аудиторія (вік, звички та ін.) і підбирати той месенджер, яким вона звикла користуватися. Однак якщо Ви працюєте над проєктом, то можна підібрати той месенджер, який найкраще Вам підійде – і вивчити особливості роботи з ним (це якщо він буде новим для членів команди).

ТОП месенджерів та платформ для онлайн зв'язку:

1. Viber – безкоштовний мобільний онлайн-додаток для дзвінків і обміну повідомленнями. Додаток популярний, однак серед молоді дедалі менше.

Корисні функції Viber: групові чати, групова розсилка великій кількості осіб, приховані та секретні чати, зникаючі повідомлення, видалення відправленого повідомлення, Viber для комп'ютера, Viber Out, паблік-акаунти, чат-боти.

2. Telegram – є одним з найпопулярніших сервісів обміну повідомленнями і вважається одним з найбезпечніших месенджерів.

Основні переваги Telegram:

- велика кількість цікавих і безкоштовних стікерів та наліпок, які можна самостійно генерувати;
- обсяг переданих файлів порівняно великий – до 1.5 ГБ;
- можливість дзвонити по відеозв'язку;
- висока швидкість роботи;
- можливість створювати папки для групування чатів;
- корисні боти;
- можливість групової роботи, створення телеграм-каналів (публічних та приватних)

3. Discord. Це – безкоштовний голосовий та відеочат. Месенджер, який спочатку створювався для геймерів, але зараз він використовується і в командних проєктних роботах, інколи і в освітніх проєктах (можливість проведення уроків). Є можливість створювати групові чати, відеоконференції, створювати приватні канали. Доступний месенджер на iOS, Mac OS, Android, Web, Windows, Linux.

4. Hangouts – месенджер, який створила компанія Google.

За допомогою месенджера можна писати повідомлення, обмінюватися файлами, здійснювати дзвінки. Крім того, є функція архівації даних. Однак відсутня можливість для відеоконференцій. Основні переваги: можливість створення групових конференцій до 100 осіб; інтеграція з сервісами Google+ і Gmail; синхронізація листування на всіх пристроях.

5. Zoom. Це – популярний сервіс для відеозв'язку, який був основною платформою для роботи онлайн під час карантину. Може бути безкоштовна (обмежені параметри часу та ін.) і платна версії.

Особливості: зручний інструмент для вебінарів і відеоконференцій, синхронізується з календарем, демонстрація екрану, запис конференції, зміна фону, налаштування відео. Безкоштовна версія: до 100 учасників, до 40 хвилин для групових конференцій (змінено на час карантину), загальний чат.

6. Google Meet – онлайн сервіс для відеоконференцій та комунікації. Особливості: синхронізація з сервісами Google (полегшує командну роботу, роботу з спільним календарем та ін.). Безкоштовна версія: усі користувачі облікових записів Google можуть безкоштовно проводити відеозустрічі на щонайбільше 100 учасників тривалістю до 60 хвилин кожна.

Також є ряд платформ (task-менеджерів), які допоможуть якісно організувати роботу над проєктом (планування, виконання, контроль). Основні з них:

1. Google Workspace - це пакет спеціалізованого хмарного програмного забезпечення й інструментів для спільної роботи від компанії

Google: Gmail (електронна пошта), Google Диск - сервіс для збереження та синхронізації файлів, Google Документи, Таблиці, Презентації та Форми, Google Forms (додаток для опитувань), Google Календар (інтегрований онлайн-календар із функцією спільного доступу, розроблений для командної роботи), Google Meet (відеоконференції), Google Keep (додаток для створення нотаток) та інші.

2. Trello. Це – безкоштовний сервіс для командної роботи, який використовують для управління проектами за гнучкою методологією Kanban методом візуалізації дошок із списками задач. Дає можливість призначати завдання, обговорювати їх і стежити за виконанням дедлайнів. Інтерфейс даної системи представляє собою канбан-дошки (Boards), які можуть вважатися окремими проектами. Trello стане в нагоді для організації командної або індивідуальної роботи. У цьому сервісі можна додавати дошки із завданнями та фіксувати прогрес за кожним із них. Основні блоки можуть включати такі: пріоритети, до виконання, в роботі, виконано.

За посиланням можна подивитися навчальний курс роботи з платформою: <http://prof.nau.edu.ua/help/osnovi-roboti-z-trelo-1-vstup/>

3. Microsoft Teams – це сервіс для командної роботи в Office 365 від Microsoft. Платформа для корпоративного спілкування (в особистих і групових чатах), обміну файлами, проведення нарад. Містить чат для нарад, файлообмінник та корпоративні програми, систему постановки завдань та контролю за виконанням (з можливістю зазначення виконавців).

Окрім ефективно організованої роботи успіх проєкту забезпечує ефективна презентація або представлення активностей проєкту, особливостей реалізації для потенційної аудиторії (грантодавці, інвестори, представники органів місцевого самоврядування та вигодонабувачі, споживачі продуктів реалізації Вашого проєкту). Тут також створити якісну презентацію дають можливість ряд сервісів, програм та платформ.

Важливо пам'ятати, що презентація – це наше повідомлення, яке має приємно вразити, інколи здивувати та зачепити свідомість цільової аудиторії. Готуючи презентацію потрібно дати відповідь на 3 запитання:

- головна мета?
- що хочемо донести до цільової аудиторії?
- що наша аудиторія має запам'ятати, які емоції хочемо викликати?

І на основі наведених вище питань формуємо структуру презентації.

- Суфлер-слайд – підказує вам, про що говорити.
 - Wow-слайд – вражає глядачів емоційно.
- Розумний слайд – пояснює складні ідеї, формули або схеми.
- Зухвалий слайд – переконує, наводячи порівняння й аргументи.

Марія Леоненко

Сервіси, які допоможуть зробити презентацію вражаючою:

1. Canva – це безкоштовний онлайн-конструктор для створення презентацій, доступний українською і російською мовами. Сервіс надає безоплатні дизайнерських макети.

Canva має свій додаток як для IOS, так і для Android. Його можна завантажити безкоштовно на сайті: <https://www.canva.com/>

2. Prezi – це сервіс для створення інтерактивних мультимедійних презентацій з нелінійною структурою. Дає змогу імпортувати відеоматеріали, графіки, фотографії та інші засоби для візуалізації презентації, можливість використовувати гіперпосилання та ін. Може працювати в режимах онлайн (в браузері) та у встановленій програмі Prezi на комп'ютері.

Цікаві можливості відкриває Prezi Video. Можна ознайомитися: https://prezi.com/?click_source=logged_element&page_location=header&element_type=logo

3. Crello – це графічний онлайн-редактор. Можливості: створення анімації, редагування відео чи зображення. Доступна велика бібліотека унікальних фотографій і безліч інструментів, об'єктів та кліпів. Crello має два пакети: безкоштовний та Pro, який коштує 8 доларів на місяць. Також можна завантажити програму на мобільний пристрій – iOS чи Android: <https://crello.com/uk/>

Доповненням до вашої презентації може стати цікава інфографіка та фото.

Ось кілька платформ для її створення (окрім наведених вище):

1. Easel.ly – це креатор інфографіки, який дозволяє візуалізувати будь-яку інформацію.

Доступ до найбільшої бібліотеки безкоштовних шаблонів інфографіки. Безкоштовний експорт без водяного знаку або брендингу Easel.ly

<https://www.easel.ly/>

2. Blush.design – платформа для креативу, можна самостійно редагувати уже створені картинки, створювати власних героїв: <https://blush.design/>

3. Remove.bg – програма дає можливість скоротити час редагування, програма дозволяє легко видаляти фон у зображеннях:
<https://www.remove.bg/>

4. StickPNG - можливість використовувати фото без фону з цікавими персонажами: <http://www.stickpng.com/>

Також багато цікавих зображень можна знайти на фото стоках: Pixabay, Pexels, Gratisography, Kaboompic, Street Will, New Old Stock.

Обирайте ті речі, які найкраще показують особливість Вашого проєкту.

УЧАСНИКИ

Гнатюк Ірина

*Директор Будинку культури,
с. Берез, Рівненської області.*

Як досягати власних цілей та вміти розставляти пріоритети? Мотивація та самореалізація – коли варто вмикати додаткові важелі впливу?

Бездіяльність породжує страх і сумнів.

Дія – упевненість і сміливість.

*Якщо хочете побороти страх, не сидіть удома
і не думайте про все це. Виходьте і дійте!*

Дейл Карнегі.

Як досягати власних цілей? Як на мене, найголовніше, щоб ці цілі були. У даній статті мова не йтиме про домашні турботи, новий ремонт, поїздку в гори чи на озеро... Звичайно такі цілі є у більшості. Мова йтиме про громадський сектор роботи, твоє місце у соціумі, твоє бажання змінювати, звичайно хочеться сказати – Україну на краще!, – але почнемо з невеликого місця громадського відпочинку, наприклад парку чи берега річки, чи спільного двору (той що між багатоповерхівками у містах), чи своєї вулиці, села, міста... І усі ці невеличкі кроки призведуть до змін в Україні на краще майбутнє! Усі ці дії дарують надію, самореалізацію та породжують власні цілі, тим самим мотивуючи. Тому що ось це бажання змінювати та творити майбутнє притягує, захоує і, спробувавши, хоч одного разу цього задоволення від власних дій, то йтимеш до все нових звершень...

Моя історія звичайна. З великого міста я приїхала жити у невеличке село, яке знаходиться за 40 км від районного центру, а ще з цих сорока кілометрів 15 км просто жахливої дороги (навіть точніше сказати відсутності дороги). Ще будучи студенткою, та й надалі, я особливо не задумувалася, куди вивозять (і чи переробляють) опале восени листя, чи сортують відходи, чи прибирають пісок на пляжі і тп.. А коли опинилася у невеликому селі, щодня бачу проблеми з якими стикаються місцеві жителі. Насправді є багато моментів, які спонукали мене до дії, тобто мотивували. Сюди можна віднести і мій характер, який не дає сидіти на місці; і бажання розвиватися і розвивати; і моїх колежанок, які теж постійно в дії (тобто спілкування з досить активними людьми, співпраця,

взаємодопомога)... Але найбільшим мотивуючим важелем є мої діти. Бажання дати їм можливість для розвитку, не гірші ніж мають діти у містах (це і доступ до творчих та спортивних гуртків та секцій, до ігрових майданчиків, до різноманітних квестів та інтелектуальних ігор...

Одними з ключових ідей моєї теорії самореалізації є:

1) чітка визначеність (тут спрацьовує метафора «не можна осягнути неосяжне», маю на увазі, що не варто хапатися за велику кількість ідей, так як просто не вистачить сили їх реалізувати, а якщо і реалізуєш, пересилуючи себе, жертвуючи чимось важливим (наприклад, часом з дітьми), то може наступити «професійне, творче, емоційне вигорання»;

2) розтермінування, тобто обов'язкове досягнення поставленої цілі навіть якщо спливли терміни виконання, які поставив перед собою. Маю на увазі, якщо не вдалося реалізувати задумане в запланований час, це зовсім не означає, що ви невдаха і повинні опустити руки, це просто означає, що необхідно трохи більше часу і нові шляхи реалізації.

Сьогодні працюю над проектом створення у місцевому парку простору «Спортивні тренажери на зміну гаджетоманії», ця ідея зародилася у листопаді 2019 року, і цей проєкт був написаний і обраний одним з переможців на конкурсі громадських проєктів, але за браком коштів так і не був профінансований. Не буду описувати весь шлях, як ми намагалися втілити цю ідею в життя, але забігаючи наперед скажу, що сьогодні є кошти виділенні з держбюджету за сприяння народного депутата, як субвенція на соціально-економічний розвиток територій. І я вірю, що ця ідея буде реалізована.

Що стосується додаткових важелів впливу, то для кожної людини ці важелі будуть індивідуальними. Мені іноді досить прочитати книгу, щоб перезавантажитися, переосмислити; іноді - поговорити по телефону з другом, почути підтримку, порадитися. Це все залежить від конкретної ситуації. Важливо не боятися звертатися за допомогою, якщо вона дійсно потрібна тобі.

Не знаю, чи комусь стане у нагоді, моя розповідь, але не бійтесь надихатися власними діями, або діями зовсім сторонніх людей; не бійтесь бути непочутим чи незрозумілим, найголовніше розуміти себе, мати підтримку найдорощчих людей і йти до поставленої мети.

Юрій Матевощук
*Керівник Культурного центру Єловицьких,
м. Ланівці, Тернопільська область.*

Легальні публічні покази фільмів: між міфом та реальністю

Одним з ключових та затребуваних аудиторією напрямків організації дозвілля в молодіжних центрах та просторах, міських та регіональних закладах культури є публічні покази фільмів. Благо, в наш час питання пошуку апаратури для організації такого заходу не є таким проблематичним, як у минулі роки: проектор, акустична система, стільці, приміщення або як альтернатива – відкритий простір. І дуже багато таких кіноклубних заходів у країні вже проводиться багато років з різними рівнями успішності.

Проте в минулі роки, а дехто й досі, мало замислюються над легальністю контенту, який вони репрезентують під час того чи іншого заходу. Від окремих організаторів мені доводилось чути, на їхню думку, цілком аргументовані пояснення: 1) *«Ми запитуємо в людей, який фільм вони хочуть подивитися, скачуємо через торрент, оголошуємо про час показу і показуємо. А що тут такого? Ми ж грошей за вхід не беремо і робимо для людей безкоштовну подію».* 2) *«Так, ми знаємо, що на покази фільмів не можна брати аби-який фільм, тому ми скачуємо і демонструємо тільки «старі» фільми, яким вже по десять-двадцять років – такі ж уже можна показувати?».* 3) *«Ми робимо все правильно: маємо підписку на стрімінгових платформах (таких, як Megogo, Oll.tv, Sweet.tv, Netflix та ін.) і робимо публічні покази фільмів онлайн або взагалі показуємо ті кінострічки, які є вже на YouTube – це ж взагалі вільна мережа, в чому проблема?»...*

Усі вищенаведені тези на перший погляд є цілком виправданими, проте кожна з них є **невірною, а організатори подій, котрі так чинять, порушують закон.**

Саме в Законі України «Про авторське право і суміжні права» від 23.12.1993 N 3792-ХІІ визначено, що **публічний показ** – це будь-яка демонстрація оригіналу або примірника твору, виконання, фонограми, відеограми, передачі організації мовлення безпосередньо або на екрані за допомогою плівки, слайда, телевізійного кадру тощо або за допомогою інших пристроїв чи процесів у місцях, де присутні чи можуть бути присутніми особи, які не належать до кола сім'ї чи близьких знайомих цієї сім'ї особи, яка здійснює показ, незалежно від того, чи присутні вони в одному місці і в один і той самий час або в різних місцях і в різний час (публічний показ аудіовізуального твору чи відеограми означає також

демонстрацію окремих кадрів аудіовізуального твору чи відеограми без дотримання їх послідовності). Також відповідно до п. 3 ст. 15 Закону України «Про авторське право і суміжні права» **«виключне право автора (чи іншої особи, яка має авторське право) на дозвіл чи заборону використання твору іншими особами дає йому право дозволяти або забороняти: ... 3) публічну демонстрацію і публічний показ».**

Простими словами: на всі покази, які ви плануєте здійснювати, потрібен дозвіл від автора або осіб, які мають право цей дозвіл надати.

І якщо ви дочитали до цього речення і у вас могла промайнути думка про те, що мовляв, краще тоді взагалі не здійснювати жодних показів фільмів та іншого контенту, то не спішіть з такими висновками, адже є декілька можливостей, аби здійснювати публічні покази фільмів, цілком легально, а ще й цікаво та успішно.

У вересні 2019 року ставши керівником Культурного центру Єловицьких у м. Ланівці, я зіштовхнувся зі схожими думками, проте з того часу нам вдалося провести близько 400 подій, левову частину яких складала саме покази українських та іноземних фільмів. Важливо також додати один суттєвий нюанс: на всі події для відвідувачів вхід був безкоштовний. Якщо у вас така ж сама ситуація і ви прагнете організувати таку діяльність у вашому молодіжному центрі, будинку культури, клубі тощо, тоді наступні рекомендації для вас.

Отже перша: співпраця зі **«Всеукраїнською мережею «Кіноклуб»**. Власне, ця організація і була створена для таких івентів за підтримки програми «Culture Bridges». Керує цим проектом Олег Мельничук. Перейшовши за цим посиланням <http://kinoklub.org.ua/> в розділі «Фільми» ви зможете побачити декілька десятків різноманітних українських та іноземних кінострічок. Автори цих фільмів надали виключне авторське право для цієї мережі за умови публічного демонстрування в місцевих кіноклубах, якщо під час заходу не відбуватиметься жодної комерції: продажу квитків, атрибутики, продуктів, напоїв та ін. Ви реєструєтесь на цьому сайті у відповідній вкладці, обираєте фільм та час показу у вашій локації та заповнюєте заявку. За деякий час з вами зв'яжуться модератори проекту та надішлють матеріали для показу. Після події потрібно відзвітувати щодо кількості глядачів та для підтвердження надіслати фото та посилання на анонс події. Дуже просто і зручно. До речі, окрім сталого переліку фільмів у рамках цього проекту відбуваються тижні іноземного кіно – щороку з новою добіркою та щосезону з іншою країною.

Рекомендація друга: співпраця з **«Docudays UA»** <https://docudays.ua/> – міжнародним фестивалем документального кіно про права людини. Docudays UA відбувається щороку впродовж

останнього тижня березня в Києві. А після завершення «Docudays UA» презентує найкращі фільми в регіонах України в межах Мандрівного фестивалю. Покази тривають від жовтня до грудня. І в цей період ви можете показувати найкращі зразки з програми фестивалю у ваших локаціях, попередньо сконтактувавши з регіональним представником. Особливістю показів кінострічок від цього фестивалю є те, що після кожного івенту відбувається обговорення глядачами висвітленої проблеми, яка була піднята у фільмі.

Третя рекомендація може виявитися як найпростішою, так і найскладнішою. В період з 2010 років та до сьогодні український кінематограф почав розвиватися великими темпами. На великих екранах почали з'являтися дійсно якісні та цікаві кінострічки. І от якраз, коли час презентацій на кінофестивалях та показів у кінотеатрах закінчився, можна сміло писати дистриб'юторам чи продюсерам цих фільмів щодо безкоштовного показу у вашому закладі. Звісно, не має стовідсоткової гарантії, що вам цей фільм зможуть надати правовласники, проте якщо стукати у двері, інколи вас чують та відкривають з того боку. Це така ж сама ситуація. Ваш запит потрібно оформити офіційним листом від вашої організації та надіслати на електронну скриньку компанії чи продюсера, які цей фільм представляють. Решта залежить вже від волі правовласників, проте з власного досвіду можу сказати, що впродовж попередніх років я лише раз отримував відмову – в усіх інших випадках були позитивні відповіді.

Ще один варіант щодо домовленостей про безкоштовні покази українських фільмів – **зв'язатися з кінокомісією** у вашому регіоні. На разі в Україні працює Асоціація кінокомісій, у склад якої входять регіональні кінокомісії, що безпосередньо мають досвід з організації публічних показів фільмів, зокрема й допрем'єрних, які відбуваються в багатьох куточках країни. Власне, можна і варто залучатися підтримкою та співпрацювати з такими кінокомісіями, що в майбутньому дасть вам можливість не лише організувати публічні покази фільмів, але й запрошувати на ці події їхніх безпосередніх учасників – акторів, сценаристів, режисерів, продюсерів тощо. А це вже дарує нагоду поспілкуватися вашим відвідувачам з ТимиХтоТворитьКіно!

Як бачите, варіантів є достатньо, а вже як діяти, вирішувати вам. Одне лиш пам'ятайте: скачати через торрент і показати фільм без погодження з авторами – це те ж саме, що вкрасти буханку хліба в магазині.

Препелиця Наталя
*ГО "Розвиткова промоція",
м. Сокиряни, Чернівецька область.*

Де знаходити фінансування для реалізації проєктів?

Написання проєкту – це досить складний процес і неможливо точно обумовити скільки часу він займе, адже в проєктній заявці потрібно чітко виписати обґрунтування, для чого нам варто саме його реалізувати, конкретні заходи, мету, кількісні та якісні результати – все це робиться за чіткими правилами проєктного менеджменту, адже проєкт має визначені рамки початку і закінчення, бюджет, який в ході реалізації потрібно чітко витримати, щоб потім надати відповідний звіт за використані кошти. Після того, як проєкт написано він подається разом з необхідними додатками на конкурс обраний для фінансування і за умови якщо подана документація відповідає всім вимогам, він допускається до конкурсу, де після його оцінювання ми розуміємо чи відібрано його до фінансування чи ні.

Особисто моїм першим проєктом, що пройшов та був успішно реалізованим (2017 р.) став проєкт **«Створення вільного екологічно-спортивного громадського простору для розвитку людського потенціалу»**. Джерело фінансування – **Посольство Канади в Україні, Канадський фонд місцевих ініціатив**. Загальний бюджет – **217,4 тис. грн.** (в т.ч. співфінансування міського бюджету – **40 тис. грн.**). Основними завданнями у виконанні проєкту стало облаштування екологічно-навчального та спортивного майданчика для навчання та дозвілля дітей і молоді. Установлено вуличні тренажери, гімнастичний комплекс, інформаційні стенди на екологічну тему, столи для настільних ігор, комплекс блоків пізнавальних ігор, лави, а також огорожу майданчика. Далі щороку по 1-2 проєкти втілювались у життя.

Отже, де шукати фінансування?

1. Державні кошти – на державне фінансування насамперед можуть розраховувати великі проєкти. Проте існують проблеми зі звітністю і затримкою коштів, а також значне обмеження щодо розміру витрат. Не варто нехтувати і варіантом не фінансової підтримки держави, коли місцева адміністрація сприяє проведенню культурних заходів, безкоштовно надає зали для проведення виставок. Це також є важливим ресурсом.

2. Гроші спонсорів і бізнесу – спонсорство і меценатство, що відроджуються зараз в Україні, є популярними джерелами фінансування, які дійсно працюють. Але щоб залучити ці кошти, необхідно мати велику

базу контактів у різних сферах (підприємництво, поліграфія, будівництво, логістика) і дбати про власну репутацію. Для когось ключовим моментом є можливість одержати вигоду від такого фінансування (бартер, реклама компанії, іміджевий прибуток), іншим важливо бути причетними до благородної справи сприяння розвитку культури, виконати свій обов'язок перед суспільством, проявити патріотизм. Але зазвичай найбільш переконливим є те, що зі свого боку організатори проекту вже самі зробили внесок у справу, задіяли власні ресурси – якщо не фінансові то інтелектуальні, людські.

3. Гранти – цей спосіб фінансування здається дуже привабливим, і коштів, що надходять в Україну на реалізацію соціально-культурних проектів, зараз дійсно багато. Але одержати грант може лише організація і для цього потрібна людина, яка постійно моніторить цей ринок, подає заявку, звітується. Сам процес звітності має багато підводних каменів і взагалі є доволі складним, особливо якщо грантодавцем виступає велика міжнародна організація або фонд. Тому розраховувати, що фінансування проектів буде здійснюватися лише за рахунок грантів, не варто, проте можна зосередитися на грантах, які надають місцеві фонди, вони теж є і працювати з ними простіше.

На сьогодні в Україні діє низка донорів, які надають фінансову підтримку в різних напрямках громадським, урядовим організаціям, органам місцевого самоврядування, підприємцям, науковцям, фізичним особам тощо. Приклади лише деяких з них:

– Програма розвитку ООН в Україні (ПРООН) (веб-сайт: www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home.html);

– Платформа розвитку громадянського суспільства (веб-сайт: www.cd-platform.org);

– Посольство США в Україні – один із системних донорів, що здійснюють свою діяльність протягом тривалого часу. (веб-сайт: www.ukrainian.ukraine.usembassy.gov/uk/programs-grants.html);

– Швейцарська агенція з розвитку та співробітництва (SDC) (веб-сайт: www.eda.admin.ch/deza/en/home/countries/ukraine.html; сторінка оголошень: www.iom.org.ua/ua/tenders/current-tenders);

– Європейський фонд підтримки демократії (веб-сайт: www.democracyendowment.eu);

– Німецьке товариство міжнародного співробітництва GIZ (веб-сайт: www.giz.de);

– Європейська комісія в Україні (веб-сайт: www.eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm).

Європейська комісія в Україні має кілька програм та великих проектів. Конкурси від Європейської комісії оголошуються постійно. За

різними програмами і проєктами, сума, яку можна запитувати, різна – від 50 тис. до 500 тис. євро;

– *USAID: Агентство США з міжнародного розвитку* (веб-сайт: www.usaid.gov/uk/where-we-work/europe-and-eurasia/ukraine; офіційні сайти оголошень USAID: www.grants.gov та www.fbo.gov).

Програми Агентства надають підтримку Україні передусім у таких сферах, як досконале врядування, економічний розвиток, зміцнення системи охорони здоров'я та надання гуманітарної допомоги;

– *Посольство Канади в Україні* (веб-сайт: www.canadainternational.gc.ca/ukraine/index.aspx?lang=ukr);

– *Малі проєкти Посольства Королівства Нідерландів – Матра-Кар* (веб-сайт: www.ukraine.nlembassy.org);

– *Гранти Посольства Федеративної Республіки Німеччини в Україні* (веб-сайт: www.kiew.diplo.de/Vertretung/kiew/uk/Startseite.html);

– *Гранти від Посольства Швеції в Україні* (веб-сайт: www.swedenabroad.com/en-GB/Embassies/Kyiv).

Співробітництво з Україною сфокусовано у трьох основних напрямках:

1) економічна інтеграція з країнами ЄС та ринкова економіка;

2) демократичне врядування та права людини;

3) природні ресурси і навколишнє середовище;

– *Монсанто Україна* (веб-сайт: www.monsanto.com/global/ua/ourcommitments/pages/default.aspx)

«Монсанто» – це приватна компанія, яка зареєстрована на території США. Основною метою

компанії є сталий розвиток сільського господарства. Отримати фінансування від компанії можуть

громадські об'єднання та благодійні організації. Максимальний розмір гранта – 200000 грн.;

– *Глобальний інноваційний фонд – Global Innovation Found* (Веб-сайт: www.globalinnovation.fund Global Innovation Found).

Це некомерційний інноваційний фонд, який фінансує проривні та інноваційні ідеї для поліпшення соціально-економічного життя в країнах з низькими доходами – у країнах, що розвиваються.

Існує два різних підходи в проєктній діяльності: 1 – відносять проєкти, які готуються під оголошені програми або конкурси. 2 – підхід передбачає так звану попереджувальну грантову діяльність і означає розробку ініціативного проєкту з подальшим пошуком для його реалізації засобів, тобто проєктним фандрайзингом.

Для отримання гранта потрібно взяти участь у грантовому конкурсі, який, як правило, оголошується в рамках певної грантової програми.

Проект, що подається на конкурс, повинен відповідати меті і напрямкам грантової програми.

Кожен з донорів висуває свої вимоги до проєктів, оформлення заявок та переліку документів, які необхідно додавати до проєкту. Дуже часто до оголошення про конкурс додається форма заявки і бюджету проєкту. Тому треба досить уважно вивчати умови конкурсу і чітко дотримуватися усіх вимог, зазначених в оголошенні. Насамперед треба чітко розуміти, що проєкт і заявка на грант – це не одне і те ж саме. Грантова заявка являє собою фінальну частину розробки проєкту, стислий опис того, що ви збираєтеся здійснити.

Секрети «перемоги проєктів»:

Правило 1. Вивчіть донора, якому ви відправляєте заявку. Кращий спосіб стати професіоналом в написанні проєктів – уважно аналізувати місію донора, умови надання фінансування і його цілі.

Правило 2. Дотримуйтесь формальних вимог донора з написання заявки. Якщо ви на власний розсуд вирішили змінити порядок проходження пунктів у заявці або, наприклад, не дотримали строк подачі заявки, нема чого над нею взагалі було працювати.

Правило 3. Товаришуйте з «конкурентами». Тоді ви будете знати ситуацію на ринку проєктних ідей і не станете винаходити велосипед.

Годний Віктор

*Голова Хмельницького обласного осередку
"Пласт – Національна скаутська організація України"
в Хмельницькій області "Хмельницька округа".*

*Головний спеціаліст відділу туризму,
Кам'янець-Подільський, Хмельницька область.*

Комунікація та взаємодія з молоддю в умовах карантину, як підвищити активність?

Спілкування з молоддю це дуже тонка і цікава справа, а особливо в час пандемії. З одного боку сучасний світ цифрофізації, ІТ технологій та швидкого Інтернету можуть пришвидшити інформацію, натомість маса інформаційного шуму виробляє у молодих людей фільтр на надлишкову інформацію, саме тому важливо розуміти, що комунікація складається із кількох важливих моментів. Перший – це суть та меседж наших повідомлень. Тут варто виділити час на їх підготовку, адже є ризик, що непідготовлена інформація сприйматиметься як інформаційний шум та пройде повз тих, до кого ми звертаємось. Маємо пам'ятати, що найкраща імпровізація – це добре підготовлена імпровізація, теж саме стосується і наших повідомлень, вони мають бути підготовлені, зрозумілі, чіткі, короткі і виділяться. І головне, знати для чого ми комунікуємо, який результат плануємо отримати в підсумку.

Другий момент, це стан тих молодих людей, з якими ми комунікуємо, надто важливо це у час викликів. Якщо людина у стані стресу, зайнята, перевтомлена, розгублена, то важливо інформацію упакувати певним чином, щоб її можна було легко і доступно отримати, чи переглянути пізніше Контроль у цьому етапі нам теж буде в допомогу. Необхідно уточнити, чи людина отримала інформацію, чи вона ознайомилась із нею, чи їй все зрозуміло, коли їй зручно буде ознайомитись. Часто люди не хочуть створювати додаткового дискомфорту, щоб не здаватись нудними, дуже наполегливими чи тими, хто створює тиск. В таких моментах варто пам'ятати, якщо ми не встигнемо вчасно і якісно надати нашу інформацію, то цей простір займе інформація інших людей, подій, тощо, тому варто завжди перевіряти прийняття інформації і бути більш наполегливими.

Третій момент, це звичайно безпека. Молоді люди більш націлені на швидкі результати, досягнення, рішення. При комунікації важливо продумати безпечні рамки дій, щоб було якнайменше шкоди. Ми часто ділимося новою інформацією, яка не завжди є достовірною, тому варто завжди перевіряти її із надійних джерел, фактів. Різноманітні фейки,

інформація про швидке збагачення, пікантні історії, катастрофи, тощо, зазвичай викликають багато емоцій, які в свою чергу забирають фізичний ресурс, що відповідає за безпеку людини. Тож завжди варто перевіряти інформацію, якою ми ділимося із молоддю і мати факти, тверді аргументи, доказову базу. Також, варто ділитись своїм досвідом, як позитивним так і негативним, щоб показати можливий сценарій розвитку та наслідки.

Усе вище написане, може трохи сповільнити процес комунікації, але краще сформувати довіру молоді і на майбутнє це значно пришвидшить процеси домовленостей, прийняття рішень, реалізації проєктів.

Умови карантину, які нас поставили в конкретні рамки, створюють ілюзію, що молодь сповільнилась. Можливо фізично це виглядає так, але насправді ми не знаємо, що коїться в кожній людині «в голові», тобто які точно думки та відчуття наразі мають ці люди. Отож, нам важливо спробувати це виявити, розпитати як людина почувається, що думає, відчуває. Молодість, це мабуть найбільш енергійна фаза нашого життя і можливо, якщо людина фізично не проявляє активності, то думки, емоції і переживання працюють на повну. Саме тому, добре виявити, де ця енергія, адже вона нікуди не зникає, просто концентрується на виконання інших завдань, інтелектуальних, пізнавальних, експериментальних, творчих тощо.

Після того, коли ми виявимо, де найбільше йде концентрація, чи людина в стані страху і постійно з тим бореться, чи розчарована зміною швидкості процесів, відміною участі в проєктах, самих проєктів, їх ресурсного забезпечення чи банальній відсутності додаткової тактильності, ми можемо спробувати переспрямувати цю енергію на щось нова та прогресивне. Але перед цим, маємо продумати канали комунікації, від банального формату наживо чи онлайн, телефонної розмови, чи вибору соцмереж чи месенджерів де людина може це отримати. Ми можемо спільно продумати стратегію пізнішої реалізації, видозміни діяльності, підготовки до нових завдань та проєктів, окремого часу на відновлення чи навчання, спробувати пошукати запасні варіанти, або ж виявити нові можливості та перспективи.

Щоб підвищувати активність у інших, необхідно цю активність розпочинати із себе, а ще розвивати гнучкість, щодо отримання і опрацювання інформації. Можна доносити інформацію, що час карантинних обмежень це також і нові можливості попрацювати в тих нішах, які раніше ніхто не помічав. Це також час зайнятись тим, чим раніше хотіли зайнятись, але не було можливості, можливо час окремого самопізнання.

Пандемія зумовила обмеження руху молоді, щоб вберегти від швидшого поширення вірусу і комунікація переходить все більше на

технічну мову, набір літер, слів, текстів. Часто таке спілкування стає без емоційним, ми можемо не помічати як чимось зачепили іншу людину, або ж нашої реакції, якщо хтось зачепив нас. Тому варто перепитувати інших людей, які їм було це спілкування, як вони себе почувають після цього, можна також поділитись і своїми емоціями, щоб більше оживити і надати якості в людських комунікаційних стосунках. Можна поділитись своїми невдоволеннями, страхами та переживанням, щоб інші люди бачили, що Ви не робот, комп'ютер чи гаджет, а жива людина.

Щодо підвищення активності молоді в умовах карантину, подумайте про ваші спільні цілі, ідеї та плани до карантину, запросіть на коротку онлайн зустріч молодь, яку хочете долучити, можна також запрошувати відомих особистостей, фахівців, пропрацюєте нові варіанти реалізації, плани, ставте нові цілі, шукайте нові можливості. Насправді, кожна окрема історія вона у своїй сутності є одночасно і особливою, в той же час подібною, тому консультуйтеся із тими, в кого виходить робити щось краще, спробуйте застосувати успішні кейси до себе, а якщо їх буде недостатньо – генеруйте нові, переведіть увагу молоді на щось позитивне, сучасне і необхідне, покажіть їм, що вони важливі і дуже потрібні у цій справі, це їх час і шанс проявити себе, адже без молоді все значно сповільнюватиметься і менше змінюватиметься, а молодість не такий вже й довгий етап у житті, якщо над ним не працювати.

м. Кам'янець-Подільський. 2021 рік.

Татарчук Руслан
*Оператор з обробки та надання інформації,
Золотники, Тернопільська область.*

Як підвищити у молоді рівень соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність – це соціальне явище, що являє собою добровільне та свідоме виконання, використання і дотримання суб'єктами суспільних відносин, приписів, соціальних норм, а у випадку їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами.

Соціальна відповідальність виступає невід'ємним елементом у макросистемі людина-держава-суспільство. З одного боку, люди за своєю суттю прагнуть до порядку, а з іншого – своїми діями вони породжують безладдя.

У словниках відповідальність має декілька значень:

- 1) положення, при якому особа, яка виконує яку-небудь роботу, зобов'язана дати повний звіт про свої дії і прийняти на себе вину за можливі наслідки, які можуть наступити при виконанні;
- 2) виконання обов'язків, зобов'язань;
- 3) покладений на когось або взятий на себе обов'язок відповідати за певну ділянку роботи, справу, дії, вчинки, слова;
- 4) серйозність, важливість справи, моменту тощо.

Ткачук Альона
*Головний спеціаліст відділу розвитку громади,
Олександрійської сільської ради,
с. Нова Любомирка, Рівненської область.*

**Як залучати молодь до співпраці з ОМС та ГО,
щоб молодь була зацікавлена та вмотивована ділитись
ідеями та втілювати їх на ділі**

Якісні та системні зміни в житті громад відбуваються завдяки активній участі місцевих мешканців.

Важливу роль у напрямку «переформатування» мислення та сприйняття власної значимості у громаді відіграють представники молодого покоління, тобто учні та студентство. Молодь – це енергія громади. Саме тому важливо цю енергію тренувати і підтримувати. Найголовніше – це сформувати відчуття того, що молодь включена у життя громади, що її пріоритети дотримуються. Тоді і молоді люди будуть вкладати у життя та розвиток своїх громад. Проте, щоб зацікавити молодих людей, потрібно знайти мотивацію – як ресурсну, так і мотивацію добредії.

Численні опитування в громадах серед молоді свідчать про недовіру до влади, відсутність дієвої молодіжної політики, що враховувала б інтереси молоді та їх запити, ігнорування молодіжних ініціатив, відсутність реальної можливості брати участь у практичному прийнятті рішень. **Таким чином створюється ізоляція та відсторонення молодих людей від громадського життя, формується громадянська пасивність.** Крім того спостерігається постійна тенденція міграції молоді у високорозвинені регіони та іноземні країни. Тому дуже важливим завданням сьогодення є реалізація державної політики, спрямованої на створення сприятливого середовища для молоді, їх розвитку, особистісного становлення, соціальної активності та зайнятості молодих осіб, щоб вони залишалися мешкати та працювати у громаді, беручи активну участь у її розбудові та розвитку.

Важливо, щоб молодій людині було цікаво бачити себе в майбутньому громади, вдосконалювати та реалізовувати себе. Тому на сьогодні перед владою стоїть першочергове завдання – налагодити контакт з молоддю, показати свою відкритість та бажання до співпраці, вмотивувати та підтримати їх ініціативи.

Вирішення поставлених задач потребує системного підходу у розбудові якісної молодіжної роботи і створення стимулів для активізації та можливості для розвитку молоді.

Першочерговими завданнями є визначення потреб та пріоритетів молоді. Для цього потрібно провести опитування, анкетування, зустрічі з молоддю, за результатами яких вже можна вималювати першу картину з тих проблем, які турбують молодь, визначити, що для них важливо та на що потрібно в першу чергу звернути увагу. На наступних етапах потрібно скласти план дій (цільову програму, план розвитку молодіжного середовища, стратегію), призначити кваліфіковану особу, відповідальну за молодіжну роботу, реалізувати невеликі спільні ініціативи для початку, знайти ресурси на їх втілення, створити простір для більших проектів.

Делегування молоді реалізації значної частини молодіжної роботи вмотивує їх, оскільки вони зможуть реалізувати те, що їм дійсно цікаво і потрібно. Дуже часто молоді треба просто не заважати втілювати ідеї в життя. Дорослі ж повинні допомагати молоді втілити мрії в реальність, підказуючи, де знайти ресурси та спонукаючи учасників планувати і здійснювати маленькі кроки до великої мети.

Незважаючи на те, що молоді люди мають мотивацію та потенціал, їм необхідно оволодівати безліччю вмінь, навичок та знань. Виконуючи проекти і завдання в громаді, молоді люди отримують важливі навички, завдяки яким вони стають активними учасниками суспільних процесів, а не лише користувачами послуг. Молодь здобуде як організаторські так і навички комунікації, роботи в команді, що стане в нагоді молодим лідерам в їхній подальшій діяльності у будь-якій професійній сфері: чи в бізнесі, чи в політиці, чи в громадському секторі. Тому дуже важливо робити проекти, втілювати програми, які можуть вмотивувати молодь до гуртування, активних дій та більшого залучення до розвитку власної громади. Це програми волонтерства, які покликані виробити почуття відповідальності й дбайливості молодих людей до місця де вони проживають; проведення акцій, тренінгів, які розвивають практичні навички, необхідні для успішної кар'єри та реалізації свого потенціалу.

Центром молодіжної активності є молодіжні ради. Членство у них дасть можливість молоді брати участь у процесі прийняття рішень місцевої ради. Це механізм лобіювання саме тих рішень, які потрібні і цікаві молодим людям. Це майданчик для спілкування та налагодження нових корисних контактів. Молодіжна рада стане для молоді соціальним ліфтом, середовищем для розвитку, а її члени – це кадровий резерв для влади.

Отже, щоб зацікавити молодь до співпраці з владою потрібно запитувати їх і слухати, гуртувати їх, долучатись до генерації ідей разом із молоддю та реалізації їх ініціатив, підтримувати їх як ресурсно так і порадами та настановами.

Важливо навчити молодих людей, як артикулювати свої потреби та бажання у громаді, не просто просити, а лобювати свої інтереси, навчити молодь, як розвивати проект, спілкуватися з донорами та владою, щоб цей проект був успішним. Важливим також є систематичність у проведенні навчань. Адже її відсутність породжує вигорання отриманих запалу та навичок у молоді вже за декілька місяців після пройдених курсів та тренінгів. Саме тому керівництво громади повинне забезпечити сталість такої роботи в контексті прийнятих молодіжних програм, що лягають у рамки розвитку цілого регіону.

Важливу роль у активізації молоді відіграють **громадські організації**, які можуть стати магнітом, що об'єднує людей навколо спільної ідеї.

Щоб підтягнути молодь до вашої організації, ваш меседж має бути простим, свіжим та розважальним. Їм повинно бути цікаво. Спонукайте молодих людей до участі, показуючи їм, що вони можуть змінити ситуацію. Якщо ми хочемо, щоб молодь долучалась, вони мають **пережити успішний досвід**. Зробіть з ними щось маленьке, щоб вони усвідомили ідею їх участі для досягнення конкретної мети. Після цього в молоді розвивається другий виток до виклику, коли вони бачать ідею і сенс того, що вони будуть робити щось більше. Рекламуйте те, що стало можливим завдяки їхній підтримці та діліться історіями людей, які користуються послугами, які надає ваша організація.

Важливий психологічний момент – відчуття причетності. Коли люди бачать, що відбувається щось грандіозне, вони також хочуть бути причетними до цього, долучитись до процесу. Прикладом може бути успішний проєкт, який набув розголосу або зробив щось для громади, організації чи класу. Коли щось класне відбувається, тоді молодь каже: «О, і я так хочу».

Пам'ятайте, що вплив однолітків є однією з основних причин залучення молоді. Поширюючи інформацію про свою громадську організацію, зосередьтесь на її місії, а не на самій організації. Підтримуючи часті та відкриті комунікації з молоддю, ви не тільки залучаєте нових людей до своєї організації, але й зберігаєте високий рівень мотивації та ентузіазму від ваших теперішніх учасників.

Що ж дає участь у ГО для молоді? В першу чергу – це безцінний досвід. Така робота, може, й не принесе прибутку, але точно навчить усього що потрібно для успішної кар'єри у майбутньому. А ще – допоможе розімкнути замкнене коло «для роботи потрібен досвід, а для досвіду – робота», тому що потрапити в організацію можна зовсім «зеленим», а вийти – з вагомою базою для резюме.

4 причини долучитися до молодіжної ГО

1. Нетворкінг

Учасники організації об'єднані спільною метою, а не фахом, тож молодь познайомиться з людьми різних професій та навичок. Усі ці контакти можуть знадобитися їм у майбутній роботі – вони завжди знатимуть, до кого звернутись за порадою або кого покликати працювати разом із ними у комерційний проект.

2. Професійні навички

Громадські організації зазвичай займаються суспільно-корисними проектами. Робота над ними навчить молодь основам проєктного менеджменту, публічних комунікацій, управління персоналом, пошуку ресурсів та роботі з партнерами. Це особливо корисно, якщо молода людина вже визначилась із майбутньою професією. Тоді в організації вона можете взяти на себе обов'язки, безпосередньо пов'язані з обраним фахом. Наприклад, якщо вона хоче стати піарником, просування проекту у соціальних мережах та налагодження інфопартнерств стане чудовим досвідом, який згодом можна буде зафіксувати у резюме.

3. Лідерство, ініціативність та інші soft skills

Перш за все, участь у громадських організаціях допомагає прокачати навички лідерства, вміння брати на себе відповідальність та проявляти ініціативу. Адже від ініціативності учасників залежить успішність організації. Хочеш реалізувати власний проєкт – придумай концепцію, збери команду і веди її до перемоги. З кожним новим проєктом легше брати відповідальність, проявляти ініціативу та просувати свої ідеї. А це навички, які сьогодні дуже цінують роботодавці.

4. Міжнародний досвід

Громадські активісти зазвичай мають доступ до різноманітних міжнародних програм та проєктів. Учасники можуть поїхати за кордон не просто відпочити, а й отримати нові знання та навички безкоштовно або за невеликий оргвнесок. Це може бути освітній проєкт з медіаграмотності, боротьби зі стереотипами, проєктного менеджменту тощо. Молодь отримає унікальні знання та досвід міжнародних кейсів.

Вибір великий, молодь може обрати організацію до смаку та спробувати себе у волонтерстві. Натомість вони отримають не лише плюси у карму, але й важливий досвід та професійні навички.

Борис Орест

Головний спеціаліст-проектний менеджер відділу економічного розвитку, сільського господарства та ЖКГ Добросинсько-Магерівської сільської ради.

Політолог, громадський активіст, член ГО «Молодь Королівського» та керівник ГО

*«Агенція розвитку Жовківщини», голова Молодіжної ради при Добросинсько-Магерівській сільській раді.
Добросин, Львівська область.*

Створення молодіжних просторів у селах, що потрібно знати?

Конкретні кроки, приклади, факати.

Молодіжний простір – це місце, де молодь має можливість якісно та змістовно проводити своє дозвілля. Навчатись та реалізовувати власні ідеї для розвитку молодіжної активності, залучення до волонтерства, розвитку м'яких навичок молоді 14-35 років. Розбудова мережі молодіжних просторів у територіальних громадах дозволить максимально якісно організувати дозвілля молоді у правильному руслі, розвиватись щодо неформальної освіти, волонтерства, національно-патріотичного виховання, громадянської освіти. Завдяки цьому поступово змінюватиметься уявлення молоді, молодіжний простір дозволить розвиватись особистісно та професійно. На локальному рівні це дозволить підвищити рівень активності молоді, щодо громадянських процесів та розвитку громади, що сприятиме вирішення проблем і на глобальному рівні. Створення мережі молодіжних просторів в територіальній громаді дозволить показати іншим громадам позитивний приклад співпраці молоді з місцевою владою.

Метою молодіжних просторів є:

- громадянська освіта молоді через участь у суспільній діяльності;
- національно – патріотичне виховання;
- розвиток волонтерства та мобільності молоді;
- реалізація творчого потенціалу молодих осіб;
- формування здорового способу життя;
- сприяння зайнятості молоді у вільний час та молодіжному підприємству.

При створенні молодіжного простору першочергово необхідно провести соціологічне дослідження для визначення потреб молоді:

- Зробіть анкету і роздайте її в школах, молодіжних клубах, молодіжних організаціях та інших місцях, де буває молодь. Буде ще краще, якщо ви створите цю анкету спільно з молодими людьми і

попросите їх зібрати думки їхніх однолітків, щоб залучити їх до процесу опитування.

- Налагодьте співпрацю з інститутами молодіжних досліджень і дізнайтеся, чи є у них дані по вашій темі, або попросіть їх включити в їхні анкети кілька запитань щодо потреб в інформації (теми, способи надання інформації тощо).

- Проведіть фокус-групи, щоб детально обговорити з молоддю її побажання й очікування.

- Також проведіть інтерв'ю з молоддю, яка працює для і разом з молоддю.

- Вони можуть підказати теми, з якими сама молодь не береться працювати безпосередньо.

- Дослідити послуги, доступні молоді у відповідній сфері, і створіть карту соціально-культурного середовища. Ще краще буде, якщо ви попросите саму молодь створити цю карту – це допоможе вам зрозуміти, що важливо для молоді, а також з'ясувати послуги, про існування яких вона знає або ні.

- Використовуйте рольові моделі, придумайте двох або більше типових користувачів ваших послуг. Дайте їм імена, придумайте їхню історію і створіть статті з фотографіями, використовуючи фотографії, які у вас є і які можуть підійти до статті.

- Пам'ятайте про те, що молодь – це не проста, одноманітна категорія, а різні групи молодих людей із різними потребами – тому, щоб бути впевненими в чіткості створеної вами картини, переконайтеся, що ви проконсультувалися з людьми різного походження, які проживають у різних умовах. Цей список не є всеосяжним, використовуйте свою уяву і творчі можливості молоді, щоб знайти методи та способи мотивації як найбільшого числа молоді для коментарів і зворотного зв'язку.

- Поговоріть із політиками про їхні потреби в комунікації з молоддю і про те, як молодіжне інформування може підтримати їхню політику.

- Залучіть до свого дослідження молодіжних потреб людей із політики й адміністрації, запитайте їхню думку.

- Запитайте молодіжних працівників та людей, які працюють у спеціалізованих сервісах, про те, які інформаційні матеріали допомогли б їм у роботі.

- Запитайте постачальників послуг для молоді, що вони хотіли б донести до молоді. Таким чином вони, постачальники, зможуть зрозуміти, що молодіжний інформаційний центр або сервіс не повинен дублювати існуючі служби, і навпаки, одне із завдань центрів – скеровувати молодь в існуючі служби.

Короткий план дій щодо створення молодіжного простору:

- Зібрати команду
- Обрати мету
- Зробити або мати добру репутацію громадської активності
- Знайти свою цільову аудиторію
- Форма існування вашого молодіжного простору
- Знайти приміщення
- Файндрозинг
- Мінімальне обладнання

Команда

Як зібрати команду? Це найскладніше питання, без якого подальший розвиток вашої платформи буде неможливим.

До складу команди повинні входити люди яким ви довіряєте. Відповідальність – одна з найважливіших якостей члена команди. За для продуктивної роботи вашого колективу треба розподілити обов'язки між кожними, щоб не вийшло так, що усі роблять усе, а по факту говорять.

Мета

Коли ви робите молодіжну платформу, треба розуміти яка спільна мета об'єднує вашу команду і що ви хочете донести молоді за для розвитку своєї ідеї.

Цільова аудиторія

Для початку роботи в громаді треба знати свою цільову аудиторію, з якою надалі плануєте працювати. Для кожної групи людей треба свій підхід. Аби мати відповідь на це питання можна зробити дослідження серед молоді, тому що молодь – це велика цільова група, аби мати більше конкретики для подальшої діяльності центру краще мати впевнене розуміння для кого і з ким ви будете наповнювати свій центр. Передусім необхідно з'ясувати потреби молоді, з якою ви хочете працювати, оскільки загалом молодіжна (інформація) робота заснована на підході, орієнтованому на користувача. Дуже важливою частиною вашого дослідження має стати опитування безпосередньо молоді. Крім того, необхідно з'ясувати соціально-культурний контекст, у якому ви збираєтеся працювати.

Репутація

Перед тим як робити гучні заяви про створення молодіжного простору, у вас та членів вашої команди повинна бути певна репутація у різних колах громади, задля довіри громади.

Що ви дійсно бажаєте та робите зміни, про які говорите!

Приміщення

Коли в вас є своя команда, аудиторія і ви змінюєте своє місто на краще – з'являється потреба в місті де ви будете збиратись.

Приміщення ви можете просити у міста, у бізнесу та навчальних закладів, профспілок...

Головне залучити молодь до спільного налаштування приміщення, це гарна нагода щоб згуртувати команду.

Файндрайзинг

Маючи добру репутацію ви зможете налагодити хороші відносини із місцевою владою та бізнесом, які з часом будуть вам допомагати. Окрім перших двох прикладів є ресурси, де спільнота інтернет-користувачів підтримує ініціативи: Biggidea, Start-up Ukraine, gurt.org.ua

Обладнання

Для початку вам може знадобиться ноутбук, проєктор та колонки.

Ці три речі, які дають вам змогу провести купу заходів, починаючи від кінопереглядів та закінчуючи презентаціями. Але це далеко не все що потрібно для подальшого наповнення вашого молодіжного центру.

Для натхнення та використання успішного досвіду існуючих молодіжних центрів можете ознайомитись з довідником кращих практик молодіжної роботи, куди входять і молодіжні центри.

Діяльність у молодіжних просторах можна умовно розділити на дві категорії:

1) Діяльність, що пропонується в кожному просторі, є безкоштовними:

- відкрите приміщення/кімната для молоді – можливість зустрітись з друзями, послухати музику, грати в різні настільні ігри, використовувати комп'ютери, брати участь у різноманітних інформаційних заходах, можливість користуватися кухнею;
- консультації з проєктів та підтримка молодіжної ініціативи;
- передача інформації з питань молоді;
- первинне консультування молоді та, при необхідності, направлення до фахівця;
- профілактична діяльність;
- можливість волонтерської роботи;
- координація або підтримка молодіжних груп/активних груп.

2) Діяльність, яка не пропонується в кожному молодіжному просторі, забезпечується за наявності додаткового - фінансування, але для молоді є безкоштовною:

- мобільна молодіжна робота (робота на вулиці, робота в Інтернеті, забезпечення послуги з роботи з молоддю в іншому регіоні, забезпечення молодіжної роботи в місцях збору молоді);
- підтримка зайнятості (діяльність, пов'язана з ознайомленням з трудовим життям, включаючи, наприклад, організацію бірж праці та учнівських трудових дружин);
- спеціальні проекти з молодіжної роботи (включаючи роботу в мережі та надання супутніх послуг);
- координація фонду молодіжної ініціативи (ФМІ).

Факти

Можуть виникати через не дотримання плану дій щодо створення молодіжного простору. Тобто якщо добре не вивчити реальний стан проблем молоді чи мати недостатню підтримку зі сторони громади, все це може становити загрозу тому, що ваш молодіжний простір створено не буде. Не менш важливим є пошук відповідного місця чи приміщення для створення молодіжного простору, яке буде в найбільшій доступності для молоді, де молодь зможе себе комфортно почувати та матиме все необхідне для свого розвитку. Також ще одним важливим фактором є пошук ресурсів, матеріальних та нематеріальних адже без цього ваш молодіжний простір також може не відкритись. Тому варто дотримуватись всіх рекомендацій та вивчати досвід вже відкритих молодіжних просторів та центрів. А також мати надійну команду з якою ви зможете повністю реалізувати проект відкриття молодіжного простору та розвивати його в подальшому.

Конкретними прикладами є 308 молодіжних просторів та центрів, які на даний момент створені по всій Україні, більш детально ви можете ознайомитись перейшовши на сайт за посиланням: <https://youthcenters.net.ua/>

А також дізнатись всю інформацію щодо молодіжних просторів та центрів в територіальних громадах перейшовши за посиланням: <https://decentralization.gov.ua/youth>

Отже, молодіжні простори в селах необхідні для того аби показати альтернативу щодо якісного та активного проведення дозвілля, розвиток особистісних та професійних навиків серед молоді, реалізація проектів та ідей спрямованих на розвиток молодіжної політики у територіальній громаді. Це сприятиме розвитку громадської активності та популяризації неформальної освіти на місцях.

Катерина Діордій
*Студентка-магістр Уманського
державного педагогічного університету
імені Павла Тичини.
Умань, Черкаська область.*

Розвиток креативних здібностей у молоді

Творчість і креатив – це невід'ємна частина нашого життя. Креативне мислення ніщо інше як уміння бачити кілька кардинально нових рішень однієї і тієї задачі. Творчість – це процес створення чогось нового із уже існуючого, тобто впровадження знайденого рішення.

Де ми можемо побачити наслідки креативного мислення?

Озирнувшись навколо. Все, що створене людиною починаючи від заколки для волосся і закінчуючи технологіями доповненої реальності – це результат креативного мислення (мережа інтернет, 3-D технології в кінотеатрах). І чим далі в розвитку ступає людство, тим більше креативне мислення є не особливістю чи відрізняючою рисою однієї окремої людини, а необхідним вмінням для кожного, тобто це стає базовим умінням.

Розглянемо приклад. Ще років двісті тому письменність була чимось дивним, а людина, котра була здатна написати лист вважалася грамотною і користувалася повагою, і шаную в суспільстві як та, що стоїть на шабель вище у розвитку, а людина з вищою освітою взагалі вважалася чимось надзвичайним. Нині ж люди навпаки здивуються якщо ти не вмєш писати. Вищою освітою теж нікого не здивуєш. Відповідно так і креативне мислення поступово стає одним із базових умінь людини. Його ж розвиток теж все більш необхідний.

Чому так відбувається?

Ми живемо на планеті Земля і еволюціонуємо тисячі років. Більшість того, що ми робимо уже хтось винайшов до нас. Це записано в книгах, рукописах, записано на відео чи аудіо. До того ж у нас є доступ до надзвичайно великої кількості інформації, тому нас, наше покоління здивувати складно, але необхідно, адже якщо людина бажає знайти хорошу роботу з високою платнею, то вона повинна бути креативною, творчою, її мислення повинне бути гнучким. Така особистість має вміти аналізувати свої вчинки і вчинки інших людей, бачити непомітне. Один із варіантів як влаштуватися на роботу – запам'ятися майбутньому

начальнику. Ні. Не запам'ятатися як людина з якоюсь не адекватною поведінкою, а як людина, що змусила сказати: “вау!”.

Зазвичай якщо під час влаштування на роботу дають якесь завдання одне на всіх, то більшість людей діють по стандарту і виконують завдання по шаблону (по схемі, без відхилення від неї). Ваша ж задача виконати завдання, знайшовши нове рішення, але щоб результат залишився той самий і бажано із меншою затратою ресурсів (час, сили).

Під час перевірки тих завдань люди вас запам'ятають чисто тому, що ваша робота відрізається від десятка, а то і десятків інших.

Люди, що зараз належать до такої категорії як молодь (14-35 років) повинні мати дуже розвинене креативне мислення, адже саме воно дозволить їм впровадити ту чи іншу ідею. В наш час дуже багато інформації із котрої варто виокремити дійсно те що потрібно і цікаво. Щоб саме ваша інформація потрапила до категорії “потрібно і цікаво”, варто розвинути креативне мислення. Далі в статті будуть посилання на певні ресурси, за допомогою яких є можливість підвищити свій креатив.

Як же стати більш креативним?

1. Ніколи не повторюйте за іншими, по шаблону, якщо цього можна уникнути. Повтор на всі сто відсотків уже чогось виготовленого раніше розслабляє вас і дає надію, що ви завжди зможете зробити як інші і це подіє. Так, опиратися на інших безпечніше і легше, а результат з більшою вірогідністю буде вірним, але є суттєві недоліки: - це робить людину сірою масою, як усі;

-якщо за людину все вирішено, то її креативне мислення як і будь яка інша навичка з часом просто гасне.

2. Розширюйте свій кругозір завжди і всюди, ніколи не відмовляйтеся від нових знань, якщо є можливість їх отримати. Знання - це те, що як мовлять, за плечами не носити, але чим у більшій кількості сфер ви будете компетентні, тим краще і тим більше ви зможете щось вдіяти у нестандартній для вас ситуації. Нестандартна ситуація або ж проблема - це ніщо інше як обставина або низка обставин, аналогів(подібних) яким у вашому житті ще не було. Більша обізнаність в різних царинах життя означає, що ви зможете вигадати більшу кількість варіантів вирішення задачі, подивившись на життєвий виклик під різними кутами.

3. Ставте планку завжди вище на рівень-два невідмінно від тієї, що ви можете досягти. Це вас вмотивує діяти і вигадувати нові способи вирішити ту чи іншу задачу. Якщо ви можете за рік підвищити, наприклад, ваш рівень англійської мови від А2 до В1, то ставте собі ціль підвищити цей рівень до В2.

4. Не лякайтеся викликів і боріться з боязню робити щось нове і не стандартне. Невідомість завжди страшна, але це досвід, що в житті може знадобитися.

5. Записуйте плани, розробіть розпорядок. Використовуйте прийоми тайм-менеджменту. Плануйте що і коли будете робити. Позбувайтесь звичок, що крадуть час.

6. Ніколи не робіть всі справи “по-стандарту”, завжди намагайтеся підійти до будь-якої справи не стандартно. І мрійте. Так. Мрійте, найбільш креативні люди – це ті, котрих у свій час вважали дивакуватими, а іноді боялися за їх не стандартний підхід до життя.

7. Вигадуйте, міркуйте, аналізуйте свій і чужий досвід. Це корисна звичка, котра допоможе вам у певні моменти уникнути помилки або ж вирішити певну дилему.

8. Не намагайтеся копіювати кумирів. З'ясуйте, що вам у них подобається: зовнішність, стиль, манери, риси характеру і подумайте чи є це у вас. Немає. Працюйте над собою, але не робіть зачісок, не підлаштовуйтеся під манеру кумира, адже така людина уже є, а ви інші. Будьте індивідуальністю.

9. Не бійтеся просити про допомогу і помилятися. Прохання про допомогу – це не слабкість, а от упертість і самовпевненість – це ніщо інше як вияв не високого інтелекту, тому що своїм “я сам\ я сама” ви можете нашкодити не лише собі, але й іншим через свою необізнаність.

Помилки – це всього лише наслідки дій і бажання щось уміти і знати, крім того – це безцінний досвід, чим більше хиб, тим більше варіантів рішення ви випробуєте і тим краще зрозуміли і проаналізуєте задачу. Помилки – це краще миттєвого успіху, тим, що ті, хто його отримав з першого разу можуть або не цінувати перемоги або ж відчутти себе геніями у тій чи іншій справі. Людина ж яка отримала бажане крізь терна знає, що не є генієм і прекрасно розуміє, що має куди ще розвиватися.

10. “Я не зможу”. Хочете успіху? Хочете чогось реально досягти, тоді фразу, що вказує на визнання поразки замініть “я вигадаю як цього досягти”. І дійсно сідайте і прописуйте як ви реалізуєте свій проєкт. Потрібні гроші. Де їх можна взяти і скільки це займе часу? Потрібні знання? Де їх можливо здобути?

11. Намагайтеся і не відступайте з першої невдалої спроби. Успіх приходить до ти, хто боріться, а не сподівається на вдачу. Вдача чудова, безмежно чудова річ, але вона тимчасова.

12. Ніколи не беріть інформацію лише із одного джерела, а комбінуйте з кількох, так у вас є більше шансів дізнатися ту чи іншу інформацію з різних сторін і створити щось якісно нове.

13. Слухайте навіть те, що протирічить вашому погляду на ту чи іншу справу і ніколи не виключайте можливості, що помиляєтеся саме ви. Готовність до змін в тому числі і визнання власних помилкових суджень дозволить вам проявити гнучкість мислення, уникнути відкритого конфлікту і, звичайно, поміркувати над новою ідеєю.

14. Завжди майте хобі, що приносить вам задоволення, подоружуйте, знайомтеся з новими людьми, не зациклюйтеся на роботі чи на чомусь іншому.

Ось ще кілька цікавих посилань для розвитку ваших креативних здібностей.

Рекомендовані джерела:

1. Топ 7 технік з тайм-менеджменту. URL:
<https://likeu.ua/blog/7-time-management-technques/>

2. 6 додатків для розвитку креативного мислення. URL:
<https://naurok.com.ua/post/6-dodatkov-dlya-rozvitku-kreativnogo-mislennya>

Відео-матеріали:

**ВСЕУКРАЇНСЬКА ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ «НА УРОК»
РОЗВИТОК КРИТИЧНОГО, ЛОГІЧНОГО ТА КРЕАТИВНОГО
МИСЛЕННЯ.**

[URL:https://naurok.com.ua/conference/thinking-development](https://naurok.com.ua/conference/thinking-development)

Підписано до друку 01.10.2021. Формат 60×90, 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.
Умовно–друк. арк. 2,1. Наклад – 500 прим.
Замовлення № 01102021

Друк ФОП Паляниця В. А.
Свідоцтво ДК №4870 від 20.03.2015 р.
м. Тернопіль, вул. Б. Хмельницького, 9а, оф.38.
тел. (0352) 528–777.