



KOLEJNY

KROK

NA SZLAKU

WSPÓŁPRACY

WSTĘP

Zaangażowanie młodych ludzi w działania na rzecz społeczności lokalnej to szansa na zdobycie przez nich wiedzy i umiejętności bardzo przydatnych w dorosłym życiu. Do najważniejszych należą umiejętność współpracy oraz zdolność pozyskiwania sojuszników dla swoich działań. To szczególnie ważne w przypadku aktywności na forum lokalnym, gdy powodzenie zależy w dużej mierze od kooperacji różnych osób, grup czy instytucji.

W publikacji chcemy zwrócić uwagę głównie na dwa aspekty partnerstwa lokalnego między grupą młodzieży a innymi podmiotami. Po pierwsze, zależy nam, aby młodzi ludzie wiedzieli, jak zdobyć wsparcie dla swoich działań, a po drugie, by umieli zadbać o dobre relacje z partnerami również po zakończeniu projektu, co zaprocentuje przy kolejnych inicjatywach.

Materiał zawiera wiele praktycznych podpowiedzi, jak współpracować z takimi podmiotami lokalnymi jak: szkoła, władze samorządowe, media, instytucje kultury, organizacje obywatelskie i grupy nieformalne.

Publikację tę adresujemy przede wszystkim do osób pracujących z młodzieżą, które chcą wesprzeć ją w działaniach lokalnych – do nauczycieli, pracowników instytucji kultury i organizacji pozarządowych, aktywistów. Dlatego każdy z rozdziałów, oprócz wskazówek, jak współpracować z wybranym partnerem, zawiera scenariusz zajęć pomagający przygotować młodych ludzi do tej współpracy.

Zespół programu Młody Obywatel
Barbara Rostek, Judyta Ziętkowska

Koordinacja: Barbara Rostek, Judyta Ziętkowska
Redakcja i korekta językowa: Dominika Cieśla, Katarzyna Sołtan-Młodożeniec
Opracowanie graficzne i skład: Antonina Kiliś, Michał Loba
Wydanie I Warszawa

ISBN 978-83-64602-17-7
Publikacja bezpłatna, udostępniana na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – użycie niekomercyjne, bez utworów zależnych 3.0 Polska. Dozwolone jest kopiowanie i wykorzystywanie w celach niekomercyjnych, z podaniem autorstwa. W publikacji nie wolno wprowadzać zmian, przekształcać utworu ani tworzyć dzieł na jego podstawie, chyba że zgodę wyrazi wydawca.

W publikacji stosujemy naprzemiennie formy męskie i żeńskie, chcąc podkreślić, że uwzględnienie kwestii równości płci w języku uważamy za ważną sprawę.

Spis treści

I. Wstęp

II. Partnerstwo w społeczności lokalnej (Judyta Ziętkowska)

III. Partnerstwo w praktyce (Zbigniew Głąb)

IV. Współpraca lokalna

1. **Współpraca ze szkołą (Ewa Buchman)**
2. **Współpraca z władzą lokalną (Jakub Radzewicz)**
3. **Współpraca z mediami lokalnymi (Marcin Grudzień)**
4. **Współpraca z organizacjami obywatelskimi i grupami nieformalnymi (Adam Markuszewski)**
5. **Współpraca z instytucjami kultury (Karolina Pluta)**

PARTNERSTWO
W SPOŁECZNOŚCI
LOKALNEJ



Czym jest partnerstwo w społeczności lokalnej?

Partnerstwem w społeczności lokalnej nazywamy współpracę pomiędzy określonymi osobami, grupami, organizacjami czy instytucjami, które do tej społeczności należą i mają wspólny cel do zrealizowania. Jaki to może być cel? Aby odpowiedzieć sobie na to pytanie, warto wiedzieć, czym jest społeczność lokalna.

Co to jest społeczność lokalna?

Społeczność lokalna to wspólnota ludzi, którzy zamieszkują określone, najczęściej niewielkie terytorium, np. wieś, gminę, miasto, a czasem osiedle czy dzielnicę. Taka zbiorowość mieszkańców, żyjąc w wybranym miejscu, nawiązuje ze sobą różnego rodzaju kontakty, tworzą się w niej rozmaite relacje – więzi rodzinne, znajomości sąsiedzkie, stosunki wynikające z ról, jakie odgrywają dane osoby w lokalnych instytucjach, np. w szkole młodzież staje się uczniami, a dorośli pełnią funkcje nauczycieli, woźnych, rodziców.

Gdy ludzie mieszkają obok siebie na określonej przestrzeni, korzystają ze wspólnej infrastruktury – szkół, domów kultury, klubów sportowych, bibliotek, ale też borykają się z podobnymi problemami (np. brak terenów zielonych, za mało miejsc w przedszkolach, uboga oferta aktywności dla osób starszych, zły stan dróg). Członkowie danej społeczności mają więc wiele wspólnych potrzeb i interesów.

Co wynika ze wspólnoty interesów członków społeczności lokalnej?

Wspólne sprawy z innymi mieszkańcami, kultywowanie miejscowych zwyczajów i tradycji, uczestnictwo w życiu lokalnych grup i instytucji, istnienie miejsc symbolicznych dla danej społeczności (może to być zarówno znany zabytek, jak i niepozorny skwer, na którym ludzie zwykli się spotykać) – to wszystko wpływa na identyfikację mieszkańców z ich społecznością i miejscem zamieszkania.

Taką identyfikację ze społecznością lokalną i terytorium, na którym się żyje, nazywamy tożsamością lokalną. Im silniejsza tożsamość lokalna członków społeczności, tym większe prawdopodobieństwo, że będą oni chcieli współdziałać dla osiągnięcia wspólnych celów. Takim celem może być np. zwiększenie bezpieczeństwa w miejscowości czy powstanie placu zabaw dla najmłodszych.

Jak partnerstwo w społeczności lokalnej wiąże się z osiąganiem przez nią wspólnych celów?

Współpraca między członkami danej społeczności oraz organizacjami w niej funkcjonującymi może znacząco pomóc w osiągnięciu ważnych dla nich celów. Trudno liczyć na sukces w załatwianiu lokalnych spraw, gdy próbuje się przeforsować swój pomysł, działając na własną rękę, nie licząc się z innymi i nie włączając ich do pracy. Ale gdy znajdzie się lokalnych sojuszników dla swoich pomysłów i przedsięwzięć skierowanych do środowiska lokalnego, wtedy szansa na sukces wyraźnie rośnie. Partnerstwo w społeczności lokalnej może istotnie przyczynić się do przeprowadzenia działań odpowiadających na jej potrzeby.

Na czym może polegać partnerstwo młodzieży w społeczności lokalnej?

Młodzi ludzie mogą być doskonałymi inicjatorami współpracy w społeczności lokalnej, a przede wszystkim świetnymi partnerami dla instytucji działających lokalnie, np. bibliotek, domów kultury, mediów czy organizacji pozarządowych. Stanie się tak, gdy młodzież będzie wiedziała, jak przystąpić do takiej współpracy i jak ją prowadzić. Dlatego warto młodych ludzi do tego przygotować, informując ich o specyfice poszczególnych partnerów, z którymi chcą podjąć działania oraz skłaniając do zastanowienia, jak wpłynie to na charakter i przebieg współpracy, np. inaczej będzie wyglądać współpraca z lokalnym radiem niż z władzami gminy.

O korzyściach, czyli co z tego wyniknie dla młodzieży, szkoły i lokalnej społeczności?

Na współpracy lokalnej zyskują wszystkie zaangażowane grupy – młodzież, która podejmuje działania, szkoła, która ją w tym wspiera i cała społeczność, do której te działania są skierowane. Oto zestawienie korzyści:

Korzyści dla młodzieży



Rozwijanie umiejętności współpracy z różnymi grupami i instytucjami.

Wzrost poczucia odpowiedzialności za lokalne sprawy.

Lekcja obywatelskości w praktyce.

Wzrost poczucia wspólnoty z miejscem, w którym się żyje i swoją społecznością.

Zdobycie wiedzy o tym, jak funkcjonuje najbliższe otoczenie.

Przełamanie stereotypu młodych ludzi jako tych, którzy nie są zainteresowani działaniem na rzecz innych.

Korzyści dla szkoły



Poprawienie wizerunku w środowisku lokalnym.

Wypełnienie misji poprzez edukację obywatelską młodzieży.

Rozwijanie umiejętności współpracy z innymi instytucjami działającymi lokalnie, np. domem kultury czy biblioteką.

Zwiększenie wpływu na sprawy dotyczące środowiska, w którym szkoła funkcjonuje.

Korzyści dla społeczności lokalnej



Uruchomienie potencjału, jaki tkwi w młodszych członkach społeczności i w szkole.

Zaspokojenie lokalnych potrzeb w wyniku działań podejmowanych przez młodzież.

Ułatwienie podejmowania kolejnych inicjatyw w przyszłości dzięki większemu zaufaniu i lepszej komunikacji między członkami społeczności.



Korzyści z podjęcia współpracy z młodzieżą przy działaniach lokalnych odnoszą oczywiście również poszczególni partnerzy. Tego, co mogą zyskać, dotyczy dalsza część tej publikacji.



Judyta Ziętkowska – socjolog, doktorantka w Instytucie Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, koordynatorka programów edukacji obywatelskiej w Centrum Edukacji Obywatelskiej

PARTNERSTWO W PRAKTYCE



Znalezienie odpowiedniego partnera do projektu, przekonanie go do swoich pomysłów i ułożenie dobrej współpracy to niełatwe zadania. Ale często od tego właśnie zależy powodzenie działań. Jak w takim razie dobrze zacząć współpracę i sprawnie ją prowadzić? I w jaki sposób ją właściwie zakończyć?

Jak wybrać odpowiedniego partnera?

Wybór partnera, który wesprze wasze działania, ale także skorzysta na współpracy, to klucz do sukcesu. Cały czas trzeba bowiem pamiętać, że partnerstwo to układ równorzędny, z którego obie strony korzystają, ale także wnoszą do niego różne wartości – pomysły, działania czy środki materialne.

Jak określić swoje potrzeby?

Pierwszym krokiem przy wyborze partnera jest określenie swoich potrzeb, czyli zastanowienie się, czego się będzie od niego oczekiwać. Oczekiwania te uzależnione są od charakteru planowanego projektu. Pomoże w tym następujące ćwiczenie.



Ćwiczenie 1

Podziel kartkę papieru na cztery kolumny. W pierwszej kolumnie wymień wszystkie rodzaje działań, jakie zamierzasz przeprowadzić w swoim projekcie. Postaraj się, by były one opisane krok po kroku. Pamiętaj: im więcej szczegółowych działań wypiszesz, tym większa szansa, że twój projekt nie będzie miał żadnej luki i wszystko będzie dopięte na ostatni guzik.

W drugiej kolumnie wymień wszystkie materiały, które będą potrzebne do realizacji danego działania. Staraj się wskazywać konkretne rzeczy, łącznie z ich liczbą. Do materiałów można też zaliczyć infrastrukturę, np. salę, stoliki czy projektor. Staraj się przy tym ograniczać nadmiar rzeczy.

Trzecia kolumna to miejsce na wpisanie rodzaju potrzebnego wsparcia. To jeden z najważniejszych elementów planowania, ponieważ to właśnie różnych form wsparcia będziesz szukać u partnerów. Może to być wsparcie finansowe, rzeczowe, ale także polegające np. na udzieleniu sali, komputera z dostępem do internetu, pomocy w transporcie czy reklamowaniu waszych działań. Nie mniej ważne może okazać się wsparcie osobowe, czyli udział wolontariuszy ze strony partnera w waszym przedsięwzięciu. Wsparciem mogą być też pomysły i kreatywny wkład partnera w projekt – często jest to ważniejsze od pomocy materialnej.

Kolumna czwarta na razie zostaje pusta – jeszcze do niej wrócimy.

Staraj się unikać szukania wsparcia finansowego. O wiele łatwiej będzie uzyskać od potencjalnego partnera np. kilka ryz papieru niż pieniądze na ich zakup albo możliwość bezpłatnego skorzystania z sali niż środki na jej wynajem. I najważniejsze: szukaj partnerów z pomysłami i energią do działania!



Działania	Materiały	Wsparcie	Kto?
Znalezienie odpowiedniego miejsca na koncert	Miejsce (sala, scena, amfiteatr), sprzęt nagłośnieniowy	Infrastruktura	
Ustalenie terminu koncertu	Niepotrzebne	Niepotrzebne	
Kontakt z zespołami, które wystąpią	Telefon, e-mail	Niepotrzebne	
Znalezienie projektanta plakatu	Niepotrzebne	Twórcze pomysły, profesjonalny grafik	
Kampania reklamowa	Plakaty, informowanie znajomych	Druk plakatów, osoby, które rozesłały informację do znajomych	
Obsługa koncertu	Niepotrzebne	Wolontariusze	
Podziękowania dla zespołów	Jeszcze nie wiemy	Pomysły	

Gdzie szukać partnera?

Kiedy już wiadomo, jakie wsparcie będzie potrzebne do przeprowadzenia konkretnych działań, czas wytypować potencjalnych partnerów. Nie ma żadnych w okolicy? Nieprawda – wystarczy tylko chwilę się zastanowić i wykonać proste ćwiczenie.



Ćwiczenie 2

Wypisz na kartce wszystkie grupy, do których należysz. Może to być klasa, drużyna sportowa, chór czy koło miłośników książek w lokalnej bibliotece. Pamiętaj: im więcej grup wypiszesz, tym lepiej. Nie muszą to być tylko grupy formalne, ale też np. paczka przyjaciół z podwórka, grupa dyskusyjna na forum internetowym czy ludzie, z którymi ćwiczysz od czasu do czasu w lokalnej siłowni.

Osobno wypisz wszystkie miejsca (instytucje, sklepy, firmy, skwery, itd.), które:

- znajdują się blisko twojego domu,
- ostatnio odwiedziłeś,
- odwiedzasz przynajmniej raz w tygodniu,
- lubisz,
- zawsze chciałeś odwiedzić, ale nigdy nie starczyło ci czasu,
- mijasz codziennie w drodze do szkoły,
- odwiedzają twoi rodzice i dziadkowie.

Wypisane miejsca mogą się powtarzać, jednak im więcej ich będzie, tym lepiej. Ważne też, aby ćwiczenie wykonał każdy z członków zespołu realizującego projekt – to szansa na wniesienie nowych grup znajomych i nowych miejsc.

Kolejnym krokiem jest uzupełnienie czwartej kolumny z poprzedniego ćwiczenia, czyli dopasowanie potencjalnych partnerów z listy do form działania i wsparcia wskazanych podczas analizy potrzeb projektu. Z kim warto pracować? Do jakiej instytucji się zwrócić? Kto ma dobre pomysły? Tymi pytaniami należy kierować się przy łączeniu partnerów z działaniami. Jeśli w tabeli jakaś instytucja czy grupa pojawi się kilka razy przy okazji różnych działań – najprawdopodobniej jest to właśnie partner, którego szukacie.

Warto się dobrze zastanowić, który z partnerów może się sprawdzić przy kilku różnych działaniach. Szersza współpraca z jednym partnerem będzie łatwiejsza niż szukanie nowego do każdej akcji. Poza tym w partnerstwie ważniejsze jest współtworzenie projektu niż korzyści materialne.

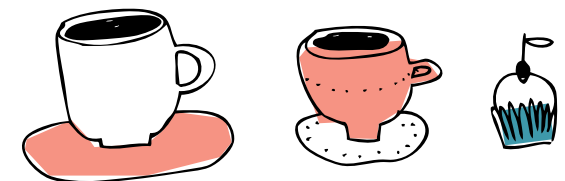
Kiedy mamy już listę potencjalnych partnerów, warto zastanowić się nad mocnymi i słabymi stronami każdego z nich. Do najważniejszych pytań, jakie trzeba sobie zadać, należą:

- Czy znamy bezpośrednio naszego potencjalnego partnera?
- Czy wcześniej już współpracowaliśmy, a jeśli tak – to jak układała się współpraca?
- Czy mamy bezpośredni dostęp do partnera?

- Czy mamy szansę na prawdziwą partnerską relację z daną grupą lub instytucją?
- Czy nasz potencjalny partner zna się na tym, do czego chcemy go zaprosić?
- Czy ma dobre pomysły i prowadzi ciekawe działania?
- Czy będzie się nam dobrze razem pracować?
- Czy mamy szansę zainteresować partnera naszym pomysłem?
- Czy cele i działania partnera są zbieżne z naszymi?

Jeśli większość odpowiedzi jest pozytywnych – to potencjalny partner, z którym warto nawiązać kontakt!

Warto wytypować kilku kandydatów do zawarcia partnerstwa, jednak najlepiej ostatecznie współpracować tylko z jednym lub najwyżej dwoma. Pozwoli to łatwiej utrzymywać kontakt, szybciej podejmować decyzje, wprowadzać zmiany i reagować na sytuacje kryzysowe. Współpraca z wieloma partnerami przy jednym projekcie wymaga też dużo większej pracy koordynacyjnej oraz umiejętności godzenia różnych stanowisk i pomysłów. Dlatego rozmowy z potencjalnymi partnerami trzeba zaczynać od tego najbardziej pożądanego do współpracy. Lepiej też nie rozmawiać z wieloma partnerami równocześnie, ponieważ wtedy być może trzeba będzie odrzucić jednego z nich, co może popsuć relacje z daną grupą czy instytucją w przyszłości.



Jak zawrzeć partnerstwo?

Po wytypowaniu potencjalnych partnerów czas zmierzyć się z kwestią pozyskania ich do swoich działań. Bez względu na sposób dotarcia do kandydata na partnera należy pamiętać o jednej rzeczy: liczy się pierwszy kontakt. To właśnie od niego będzie zależało, czy ktokolwiek zainteresuje się propozycją współpracy.

Warto zatem przygotować ofertę wstępną dla partnera. Należy pamiętać, iż jest to oferta dla kogoś, kto jeszcze nic nie wie o projekcie, a im łatwiej będzie mu zrozumieć koncepcję, tym chętniej podejmie współpracę. Oferta powinna zawierać krótki opis projektu – kilka zdań o działaniu i o tym, dlaczego warto je zrealizować.

Najważniejszym elementem jest wskazanie możliwości wzajemnej współpracy – przedstawienie oczekiwań, ale także, co bardzo ważne, tego, jakie korzyści z tej współpracy może odnieść nasz partner. Warto wymienić zarówno możliwość udziału w ciekawym projekcie, zrobienia czegoś dobrego, jak i szansę na rozgłos, zdobycie doświadczenia czy jakiejś korzyści materialnej. Należy uzasadnić, dlaczego to właśnie z nim chcemy współpracować.

Jakie korzyści można zaproponować partnerowi? Poniżej zestawienie tych najpopularniejszych:

Korzyść	Przykład	Rodzaj partnera
Realizacja wspólnego celu	Partner, który działa w tym samym obszarze co wy, prawdopodobnie chętnie włączy się w działania, jeśli będzie mógł przy okazji zrealizować swoje cele, pokrywające się w dużej mierze z waszymi.	Każdy działający w tym samym obszarze, co wy.
Reklama	Informowanie o udziale partnera w projekcie na stronach internetowych, w trakcie publicznych działań – np. koncertów, spotkań; rozdawanie ulotek partnera, wsparcie jego akcji reklamowej.	Sklepy, firmy, stowarzyszenia, fundacje.
Korzyści finansowe	Partner będzie mógł przeprowadzić zbiórkę publiczną w trakcie organizowanej przez was imprezy.	Stowarzyszenia, fundacje.
Zwiększenie liczby odbiorców	Dzięki wspólnemu działaniu partner zyska więcej widzów, czytelników, klientów.	Biblioteki, domy kultury, muzea, sklepy.
Wsparcie partnera w jego innych działaniach	Propozycja wymiany usług – partner wspiera waszą akcję, a jednocześnie wy oferujecie mu wsparcie przy jego działaniu.	Biblioteki, domy kultury, muzea, sklepy, stowarzyszenia, fundacje.



Oferta powinna być krótka i mieścić się na jednej kartce. Nie trzeba pisać elaboratów – często krótkie hasło lepiej trafi do odbiorcy. Przed złożeniem warto ją dać do przeczytania komuś (np. znajomemu, sąsiadowi), kto nie wie o tym, co robicie. Jeśli okaże się to dla niego zrozumiałe i ciekawe – oferta jest dobrze napisana. Dla poszczególnych partnerów powinny zostać przygotowane osobne, różne oferty – każdy ma inne potrzeby i może go zainteresować coś innego.

Pierwszy kontakt

Telefon, wizyta czy pismo? Każdy z tych sposobów kontaktu jest dobry, jednak żaden z nich nie zadziała osobno. Najlepiej postarać się o spotkanie z potencjalnym partnerem. Dopiero wtedy będzie możliwa prawdziwa rozmowa o projekcie i pomysłach. Jednak, w zależności od rodzaju partnera, spotkanie należy najpierw przygotować. Jeśli mamy do czynienia z instytucją lub przedsiębiorstwem (np. biblioteką, domem kultury czy sklepem), najlepiej zacząć od przesłania waszej oferty pocztą tradycyjną lub e-mailem. Ważne, żeby nie czekać na odpowiedź, ale po kilku dniach nawiązać kontakt – najlepiej zadzwonić lub, jeśli to możliwe, wybrać się osobiście i poprosić o ustalenie terminu rozmowy.

Oprócz oficjalnej ścieżki dobrze jest też szukać innych sposobów kontaktu. Teoria sześciu uścisków dłoni mówi, że między dwoma dowolnie wybranymi osobami istnieje tylko sześciu pośredników, co oznacza, że najprawdopodobniej znacie kogoś, kto zna kogoś, kto ma znajomego, który zna osobę pracującą czy działającą w danej organizacji, przedsiębiorstwie czy instytucji. W lokalnej społeczności droga ta może być jeszcze krótsza, np. żeby umówić się na spotkanie z dyrektorką biblioteki, można zwrócić się do nauczyciela, który zna bibliotekarkę, która z kolei ma bezpośredni dostęp do dyrektorki.

Forma pierwszego kontaktu powinna odpowiadać stylowi działania potencjalnego partnera. W wielu przypadkach wstępną ofertę można złożyć ustnie i w sposób nieformalny, np. kiedy chcecie zaprosić lokalny zespół muzyczny do wspólnych działań. Jednak także w tym przypadku oferta musi być przemyślana i po prostu zaciekawic drugą stronę.



Jak zaplanować partnerstwo krok po kroku?

Kiedy już partner został wstępnie pozyskany, czas zaplanować wspólne działania i ustalić podział obowiązków. Należy pamiętać, że partnerstwo to relacja, w której obie strony mają takie same prawa, a także powinny w nią wkładać tyle samo zaangażowania i osiągać porównywalne korzyści. Nie zawsze jest to jednak możliwe, np. kiedy partnerem jest duża instytucja albo partner nie ma czasu, by w pełni się zaangażować, ale jest chętny do współpracy. Wtedy często planowanie i większość działań leży po stronie inicjatora współpracy, a drugi włącza się np. udostępniając odpowiednie środki.

Planowanie partnerstwa należy zacząć od wyznaczenia jego celów. Warto znaleźć jak najwięcej celów wspólnych, które staną się podstawą współpracy, np. przeprowadzenie ciekawego działania (organizacja koncertu, spotkania, wystawy), ale także dokonanie zmiany w lokalnej społeczności (np. działania związane z ekologią, wsparciem osób potrzebujących, rozwiązaniem konkretnego problemu). Celem może być też współpraca przy rozmowach z instytucjami, które mogą wesprzeć wasz projekt – takie rozwiązanie jest przydatne, kiedy chcemy zwrócić się

do dużych potencjalnych darczyńców (np. grupa młodzieży działająca w partnerstwie z lokalnym stowarzyszeniem ma większe szanse na współpracę z urzędem gminy, niż gdyby występowała samodzielnie).



Oprócz wspólnych celów każdy z partnerów będzie miał też własne. Warto je również przedstawić. Ważne, żeby od początku obie strony wiedziały, dlaczego dany partner angażuje się w działania. Chroni to przed nieporozumieniami, a także pozwala lepiej zrozumieć drugą stronę. Np. biblioteka udostępniającej salę na koncert może bardziej niż na promowaniu muzyki zależeć na tym, by przyciągnąć ludzi i pokazać, że dzieje się tutaj coś ciekawego. Jednak obie strony odniosą korzyści z tej współpracy.

Drugą ważną kwestią są środki, które pozwalają razem działać, a które można sobie wzajemnie udostępnić. To zarówno użyczenie sali, przekazanie zasobów materialnych, jak i wsparcie wolontariuszy czy ekspertów ze strony jednego lub obu partnerów. Dobrze jest sporządzić dokładną listę działań i określić tam sposób zaangażowania każdej ze stron. Pozwoli to uniknąć nieporozumień i zaplanować działania partnerów.



Ważne, żeby obie strony angażowały równorzędne środki. Każda ze stron powinna być przekonana, że uzyskuje odpowiednio dużo w zamian za swoje wsparcie. Zawsze warto pytać partnera, czy jest zadowolony z warunków współpracy i czy ewentualnie należy jeszcze coś zmienić.

Już na początku współpracy obie strony powinny się umówić na końcowe podsumowanie działań. Jeśli w planach jest dłuższe partnerstwo, warto się zastanowić nad ewaluacją jeszcze podczas trwania projektu. Dobrze jest na wstępie ustalić, że po konkretnym czasie albo etapie działań partnerzy spotkają się, by omówić dotychczasowe efekty pracy i zastanowić się wspólnie, co warto zmienić i ulepszyć.



O czym należy pamiętać, współpracując i komunikując się z partnerem? Jak utrzymać partnerstwo?

Samo zawarcie partnerstwa jest tylko połową sukcesu. Reszta zależy od przebiegu współpracy, a także od tego, czy uda się je utrzymać i zrealizować wszystkie założone punkty. Aby partnerstwo miało szanse na rozwój, należy pamiętać o kilku podstawowych zasadach:

- **Stały kontakt z partnerem i informowanie go o wszystkich działaniach** – ważne, żeby partner cały czas wiedział, co robimy, realizując wspólne cele. Nawet jeśli wasze działania są oczywiste, informujmy o nich drugą stronę. Będzie to mobilizować do pracy obie strony.
- **Rzetelne wypełnianie postanowień umowy** – choć ten warunek partnerstwa wydaje się oczywisty, trzeba cały czas o nim pamiętać. Przed przystąpieniem do kolejnego etapu działania należy się zastanowić, czy planowany sposób realizacji jest zgodny z oczekiwaniami partnera.
- **Szybka reakcja** – partnerzy muszą wiedzieć, że zawsze mogą na siebie liczyć. Dlatego bardzo ważna jest szybka reakcja – zarówno w sytuacjach kryzysowych, jak i w codziennym działaniu. Bezzwłoczne odpisywanie na maile, oddzwanianie czy podejmowanie działań podniesie komfort każdej współpracy. Warto też przyjąć zasadę, że jeśli partner prosi o coś, to nawet jeśli zamierzamy szybko spełnić jego prośbę, informujemy go o tym w jeszcze krótszym czasie.
- **Pełna jawność** – wszystkie wspólne działania partnerskie muszą być jasne i zrozumiałe dla drugiej strony. W tym celu dobrze jest informować partnera o wszelkich podjętych krokach, a zwłaszcza tych, które bezpośrednio dotyczą wspólnych celów. Warto pamiętać, że nie zawsze wasz pomysł na wykonanie danego zadania musi być w pełni akceptowany przez partnera. Dlatego trzeba działać w sposób przejrzysty i jawny, co pozwoli uniknąć wielu nieporozumień.
- **Informowanie o sukcesach i problemach** – należy pokazywać partnerowi, co udało się razem zrobić. Każde działanie we wspólnym projekcie może być kolejnym drobnym sukcesem i zawsze warto przy takiej okazji przypomnieć o tym partnerowi. Jednocześnie nie należy unikać mówienia o problemach – im szybciej poinformujemy o nich drugą stronę, tym większa szansa, że znajdziemy dobre rozwiązanie.
- **Drobne gesty budujące partnerstwo** – należy pamiętać o tym, że partnerstwo to coś więcej niż tylko wspólne dążenie do celu. Warto budować relację partnerską nie tylko na podstawie wspólnych postanowień, ale też chwalić partnera przed innymi, przysyłać mu najnowsze informacje, które mogą mu pomóc w realizacji innych jego działań, złożyć życzenia w ważnym dniu, ułatwić kontakt z kimś dla niego interesującym – to tylko niektóre pomysły na budowanie dobrych relacji.



Sposoby radzenia sobie z trudnościami

Partnerstwo to nie tylko wspólne sukcesy, ale także wspólne przezwyciężanie trudności. Trzeba pamiętać, że żadne wspólne działanie nie obędzie się bez gorszych chwil i nieprzewidywanych sytuacji. Żeby nie wpłynęły one negatywnie na partnerstwo, warto pamiętać o kilku zasadach:

- **Informowanie partnera o trudnościach** – im wcześniej partner otrzyma informację o tym, co nie wychodzi lub jest zbyt trudne, tym lepiej. Jest duża szansa, że znajdzie wyjście z sytuacji, a problem, który wydawał się nie do rozwiązania, zniknie.
- **Proponowanie własnych rozwiązań, tak by partner nie musiał sam borykać się z problemami** – w obliczu trudności ważne jest, by zaproponować sposób rozwiązania problemu. Nie zawsze musi być on w pełni trafny, warto jednak, aby partner widział, że druga strona stara się pomóc, a być może ta propozycja doprowadzi go do innego pomysłu na przezwyciężenie kryzysu. Czasami wyrażenie troski i sama deklaracja wsparcia są równie istotne jak konkretna pomoc. Partner musi wiedzieć, że zawsze może liczyć na zaangażowanie drugiej strony.
- **Mówienie o tym, co się nie podoba (im wcześniej, tym lepiej)** – nie warto odkładać na później trudnych i drażliwych kwestii. Trzeba informować partnera o tym, że jego działanie, sposób komunikacji czy załatwienia sprawy nie wydaje się nam do końca odpowiedni. Brak reakcji utwierdza partnera w przekonaniu, że wszystko jest w porządku.
- **Rozmowa, rozmowa, rozmowa** – tylko w ten sposób można wspólnie znaleźć rozwiązanie trudnych sytuacji.
- **Wiara w dobre intencje partnera** – czasami po prostu coś nie wychodzi lub ktoś czegoś nie zauważa. Lepiej założyć przypadkową pomyłkę partnera niż jego złą wolę. Pozwoli to uniknąć wielu przykrych sytuacji.
- **Przewidywanie trudności (jednak bez przesady z fatalizmem, by nie wystraszyć partnera)** – najlepszy sposób, by uniknąć problemów, to przewidzieć je zczasu, nim staną się na dobre widoczne. Jednak zanim przedstawimy swoje obawy partnerowi, warto się zastanowić, czy na pewno są one słuszne i czy nie da się rozwiązać problemu w prosty sposób, bez niepokojenia drugiej strony. Partner, który nieustannie przewiduje kłopoty, może stać się obciążeniem zamiast wsparciem.

Jak odpowiednio zakończyć współpracę?

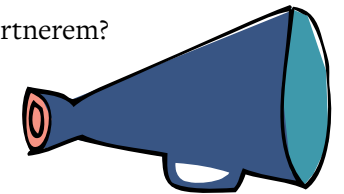
Warunkiem dobrej współpracy są nie tylko wspólne działania, ale także odpowiednie ich zakończenie. Wpłynie to zarówno na sukces projektu, jak i otworzy przed partnerami nowe możliwości współpracy. O czym należy pamiętać?

- **Podziękowania** – ważne, by doceniać partnera na każdym etapie współpracy, jednak szczególnie istotne są podziękowania na koniec projektu. Należy wówczas jeszcze raz pokazać wszystko, co udało się osiągnąć dzięki partnerstwu i podkreślić zasługi partnera.
- **Otwarcie furtki do dalszej współpracy** – udany projekt otwiera możliwości dalszej współpracy. Warto o tym wspomnieć na zakończenie, nawet jeśli nie ma jeszcze sprecyzowanych planów. Warto też zapytać partnera, czy planuje jakieś działania, do których można by było się przyłączyć.
- **Niewracanie do ewentualnych błędów czy zaniedbań partnera** – nawet jeśli współpraca nie zawsze układała się pomyślnie, nie warto tego przypominać na zakończenie. Ważne, żeby partner zapamiętał to partnerstwo pozytywnie – może to zapoczątkować w przyszłości.

W jaki sposób ocenić efekty partnerstwa?

Ewaluacja partnerstwa to nic innego jak próba odpowiedzi na pytanie: czy wszystko przebiegało jak należy? Warto ją przeprowadzać jeszcze podczas działań, a na pewno po ich zakończeniu. Pomocnych będzie kilka pytań:

- Czy udało się zrealizować wszystkie zaplanowane działania?
- Czy partnerzy wywiązali się ze swoich zobowiązań?
- W jaki sposób nasza strona zrealizowała ustalenia z partnerem?
- Jak przebiegała komunikacja między partnerami?
- Co można uznać za największy sukces?
- Co było najtrudniejsze we współpracy z partnerem?
- Co warto usprawnić w przyszłości w tej współpracy?



Więcej o ewaluacji partnerstwa można znaleźć na stronach:

www.frse.org.pl/sites/.../ewaluacja-w-pracy-pajp-czesc-4-pdf-35184.pdf

<http://www.ceo.org.pl/pl/mlodyobywatel/news/warsztatowe-metody-ewaluacji>

<http://www.ikm.gda.pl/wp-content/uploads/2014/02/MaterialyPoSzkoleniuEwaluacja.pdf>



Z oceny wspólnych działań muszą wynikać konkretne wnioski i zalecenia. Nie zawsze łatwo je wypracować. Najtrudniej będzie jednak wprowadzić je w życie. Jeśli przeprowadzacie ewaluację jeszcze podczas wspólnych działań, zmiany będą prostsze, bo można je wprowadzić na bieżąco. Jeśli oceniacie projekt dopiero po jego zakończeniu, warto pamiętać o tym, że przy okazji kolejnej współpracy z tym samym partnerem należy wrócić do zaleceń, jakie wynikły z tej oceny. Wyniki ewaluacji warto też brać pod uwagę przy podejmowaniu współpracy z innym partnerem – pozwoli to wypracować lepsze wstępne warunki partnerstwa.

Poradnik prawny

Umowa (porozumienie partnerskie) między partnerami jest jedną z podstaw dobrej współpracy. Nie zawsze ma moc prawną, ale zawsze jest ważnym elementem wyznaczającym ramy działania. Choć w niektórych przypadkach wystarczy umowa ustna, to jednak najczęściej warto ją spisać – nawet jeśli nie będzie miała skutków prawnych. W każdym przypadku zobowiązuje ona obie strony do konkretnych działań, a przede wszystkim pomaga te działania uporządkować. To dzięki porozumieniu będziecie mogli wskazać, który z partnerów jest odpowiedzialny za wykonanie i koordynację jakiegoś zadania. Tak spisane porozumienie będzie też pomocne podczas ewaluacji partnerstwa.

Najważniejsze elementy dobrej umowy:

- informacja o partnerach zawierających porozumienie (nazwa partnera, osoba reprezentująca, siedziba),
- okres, na jaki zawierane jest partnerstwo,
- cel współpracy (np. przeprowadzenie konkretnej akcji czy projektu),
- konkretne działania obu partnerów,
- ewentualne koszty finansowe po obu stronach,
- formy komunikacji (np. telefoniczna, mailowa, spotkania),
- sposób monitorowania i ewaluacji współpracy.



Umowa partnerska powinna być dostosowana do form działania i możliwości partnera. Nadmierne sformalizowanie współpracy nie zawsze dobrze jej służy. Inaczej należy skonstruować umowę np. z zaprzyjaźnioną grupą artystyczną, a inaczej z urzędem gminy czy lokalnym przedsiębiorcą. Warto pamiętać, że podstawą dobrej współpracy jest wzajemne zaufanie i chęć współdziałania, a nie zapisy na papierze. Umowa służy przede wszystkim przygotowaniu dobrych warunków współpracy, a nie ewentualnemu wyciąganiu konsekwencji wobec partnera.

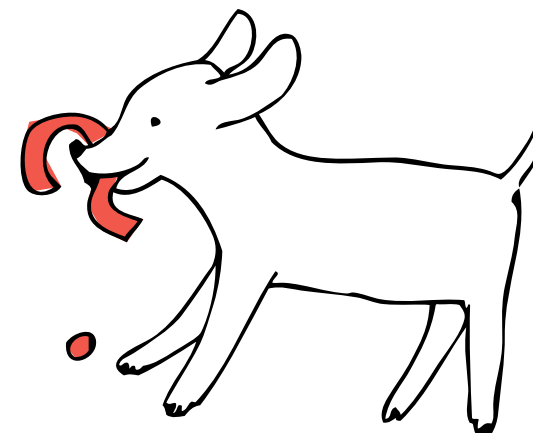
Na stronach zawierających umowę ciąży obowiązek jej dotrzymania. Należy pamiętać, że nie zawsze jest to obowiązek prawny; w wielu przypadkach ma on wymiar etyczny, a także wizerunkowy.

Porozumienie niosące ze sobą skutki prawne można podpisać tylko wtedy, kiedy stroną są osoby mające zdolność do czynności prawnych. W przypadku osób fizycznych muszą to być osoby pełnoletnie. W przypadku osób prawnych powinna to być instytucja mająca zdolność do czynności prawnych, reprezentowana przez konkretną osobę dorosłą. Jeśli jesteście członkami organizacji mającej zdolność do czynności prawnych (np. klubu sportowego czy drużyny harcerskiej), warto poprosić jej władze, aby formalnie to ona była stroną porozumienia partnerskiego.

W wielu przypadkach umowę o współpracy partnerskiej może podpisać też grupa nieformalna czy organizacja młodzieżowa niemająca osobowości prawnej, np. samorząd uczniowski danej szkoły. Zależy to w dużej mierze od dobrej woli potencjalnego partnera, który może wyrazić zgodę, aby druga strona była reprezentowana np. przez osobę niepełnoletnią.

Należy pamiętać, że niedotrzymanie postanowień porozumienia partnerskiego bardzo często nie będzie miało skutków prawnych. Jednak może mieć inne, dużo bardziej dotkliwe konsekwencje – uniemożliwi podjęcie współpracy w przyszłości. Jest też bardzo prawdopodobne, że zawiedziony partner będzie zniechęcał innych do współdziałania z kimś nierzetelnym, kto nie dotrzymuje słowa. Może to oznaczać, że grupie (a także jej członkom), która naruszyła zasady porozumienia, będzie znacznie trudniej działać w lokalnym środowisku.

Przy konstruowaniu umowy i określaniu ról partnerów nie należy obiecywać czegoś, czego raczej nie uda się dotrzymać. To zabezpieczy przed przykrymi skutkami ewentualnego niewypełnienia warunków porozumienia.



Wzór umowy między samorządem uczniowskim a lokalnym stowarzyszeniem

UMOWA O WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ

Przy realizacji zadania o nazwie:,

zwanego dalej Zadaniem

zawarta dnia w na czas od do

pomiędzy:

1. Stowarzyszeniem....., z siedzibą:,

reprezentowanym przez,

zwanym dalej Partnerem 1

a

2. Samorządem uczniowskim szkoły,

reprezentowanym przez,

zwanym dalej Partnerem 2

łącznie zwanymi dalej Partnerami.

§ 1

Zakres i cel Umowy

1. Przedmiotem niniejszej umowy, zwanej dalej Umową, jest uregulowanie wzajemnych praw i obowiązków Partnerów w związku z realizacją Zadania. Umowa określa zasady funkcjonowania Partnerstwa – współpracy między Partnerami przy realizacji Zadania.
2. Partnerzy stwierdzają zgodnie, że Partnerstwo zawiązane zostało w celu realizacji Zadania. Główne cele Zadania to:.....

§ 2

Obowiązki i uprawnienia Partnerów

1. Na mocy Umowy Partnerzy zobowiązują się do współpracy przy realizacji i osiągnięciu celów Zadania.

2. Obowiązki Partnerów polegają na realizacji Zadania zgodnie z ustalonym harmonogramem.
3. Partner 1 zobowiązuje się do przeprowadzenia i nadzorowania następujących działań:
..... oraz do wniesienia dodatkowego wkładu w postaci
4. Partner 2 zobowiązuje się do przeprowadzenia i nadzorowania następujących działań:
..... oraz do wniesienia dodatkowego wkładu w postaci
5. Partnerzy wyznaczają osoby odpowiedzialne za realizację Zadania:
 1. Ze strony Partnera 1 –
 2. Ze strony Partnera 2 –

§ 3

Sposób reprezentacji

Na okres trwania Partnerstwa opisanego w § 1, ust. 3 Umowy do reprezentowania Partnerów we wszystkich sprawach związanych z realizacją Zadania i sprawozdaniem z realizacji Zadania upoważnieni są działający łącznie:

1. ze strony Partnera 1 –
2. ze strony Partnera 2 –

§ 4

Zasady współpracy

1. Partnerzy zobowiązani są do wzajemnego przekazywania sobie informacji o postępach w działaniach, a także trudnościach i przewidywanych problemach.
2. Partnerzy pozostają w stałym kontakcie telefonicznym i mailowym, a przynajmniej raz w tygodniu spotykają się w celu omówienia bieżących działań.

§ 5

Monitoring i kontrola

1. Partnerzy zobowiązują się przeprowadzić monitoring wspólnych działań w połowie realizacji Zadania.
2. Realizacja Zadania zostanie zakończona wspólną ewaluacją.
3. Monitoring i ewaluacja odbędą się w czasie specjalnych spotkań Partnerów.

§ 6

Zmiana umowy

Umowa może zostać zmieniona przez zgodne oświadczenia Partnerów wyrażone w formie pisemnej.

§ 7

Rozwiązywanie sporów

Partnerzy będą dążyli do polubownego rozwiązywania sporów powstałych w związku z realizacją Umowy.

§ 8

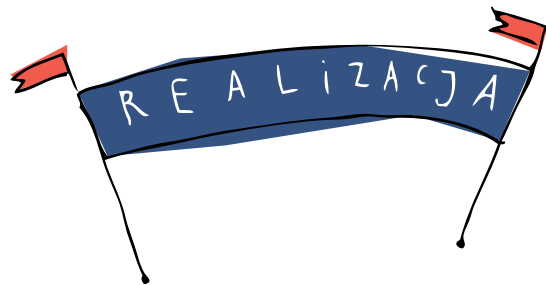
Postanowienia końcowe

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszą Umową stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego i innych właściwych przepisów prawa krajowego.
2. Umowa została sporządzona w 2 jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdego Partnera.

Podpisy:



Nie każde partnerstwo wymaga rozbudowanej i sformalizowanej umowy. Często wystarczy, jeśli partnerzy spiszą swoje obowiązki oraz zadania, które mają zrealizować na potrzeby wspólnego projektu.



Zbigniew Głęb – doktor nauk humanistycznych, menedżer NGO, fundraiser, wykładowca, autor materiałów edukacyjnych, współtwórca zajęć oraz koordynator i pracownik projektów związanych z historią, edukacją obywatelską oraz wolontariatem i tematyką niepełnosprawności. Współpracuje m. in. z Uniwersytetem Łódzkim, Dziecięcym Uniwersytetem Ciekawej Historii, Fundacją Aktywizacja, Centrum Edukacji Obywatelskiej, Instytutem Działań Społecznych, Fundacją Nauk Humanistycznych.

WSPÓŁPRACA
LOKALNA

WSPÓŁPRACA
ZE SZKOŁĄ



Szkoła może być ważnym partnerem dla grupy młodych ludzi podczas realizacji projektu na rzecz środowiska lokalnego. Dlaczego? Argumentów jest kilka:

- **Młodzi łatwiej jest dotrzeć do partnera, którego już znają i który zna ich.** Uczniowie zazwyczaj wiedzą, kto jest kim, z kim chcieliby współpracować, a z kim nie – kto spojrzy na nich życzliwym okiem i wesprze, a kto powie, że nie ma czasu. Pewne rzeczy w szkole są dla nich oczywiste. Mimo to warto przeprowadzić dokładną diagnozę zasobów ludzkich i materialnych szkoły – a nuż coś uczniom umknęło?
- **Szkoła ma wiele zasobów, które mogą być przydatne dla młodzieży chcącej działać lokalnie.** Dzięki nim może ona np. wykorzystać szkolne boisko jako miejsce spotkań, zorganizować przedstawienie teatralne czy prezentację kuchni wegetariańskiej poprzez poczęstunek dla mieszkańców. U szkolnych ekspertów – nauczycieli – młodzież może zasięgnąć merytorycznej porady. Szkoła jest instytucją, która ma duże znaczenie dla środowiska lokalnego. Poza tym, że wychowuje i edukuje młodych, jest płaszczyzną kontaktów między różnymi grupami tworzącymi społeczność lokalną. Dlatego współpracując ze szkołą, młodzieży często łatwiej jest dotrzeć do środowiska lokalnego.
- **W skład szkolnej społeczności wchodzi różnorodny skład grup,** w których młodzież, w zależności od planu działania, może znaleźć wartościowego sojusznika. Są to np.:

1. Rada Samorządu Uczniowskiego

Rada Samorządu Uczniowskiego jest reprezentacją wszystkich uczniów danej szkoły. Dlatego może wesprzeć uczniowskie inicjatywy. Zdarza się, że głos Rady SU jest lepiej słyszalny przez dyrekcję szkoły czy nauczycieli. Ponadto zgłaszając swój pomysł do Rady SU, młodzież może skorzystać z jej formalnych kompetencji, zapisanych w regulaminie samorządu. Czasem młodzi inicjatorzy, zwracając się z prośbą o partnerstwo do Rady SU, mogą mieć obawy, że ich projekt zostanie przywłaszczony przez władze SU. Wtedy warto już na początku omówić zasady współpracy między grupą projektową a Radą SU.

2. Nauczyciele (rada pedagogiczna)

Nauczyciele mogą być dużym wsparciem dla działań podejmowanych przez młodzież. Ale jednocześnie mają oni dużo obowiązków, przede wszystkim terminowe zrealizowanie zaplanowanego materiału. Dlatego, chcąc pozyskać ich jako partnerów, warto szukać powiązań swoich działań z podstawą programową, zalecanymi warunkami jej realizacji i np. z koncepcją pracy szkoły. Pewną przeszkodą w podjęciu partnerstwa między nauczycielem a uczniami może być brak zaufania czy brak wiary nauczycieli w możliwości, umiejętności i siłę sprawczą młodych ludzi. Dobrze zaplanowane działania (np. szczegółowy harmonogram, wykres Gantt) oraz prezentacja umiejętności uczniów (np. w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych) powinny te wątpliwości rozwiązać.

3. Dyrekcja szkoły

Podjmując jakiegokolwiek działania w szkole, trudno uniknąć kontaktu z dyrekcją. Dyrekcję, podobnie jak nauczycieli, można sobie zjednać, prezentując swoje kompetencje i przygotowanie do realizacji projektu. Warto również informować władze szkoły o postępach w pracy nad projektem, a czasem też o zaistniałych trudnościach. Dzięki temu mogą one mieć więcej możliwości rozwiązania danego problemu, a jednocześnie poczuć się współodpowiedzialne za całe działanie. Dobrze jest też znać najważniejsze cele i zadania szkoły oraz zwrócić uwagę na bieżące priorytety ministerialne czy samorządowe. Proponując współpracę, warto już mieć konkretny plan – harmonogram działań z opisanymi korzyściami dla szkoły i uczniów. Warto wiedzieć, w których punktach można negocjować, jeżeli dyrekcja będzie miała swoje pomysły. Jeżeli cele obu stron są wspólne, np. dążenie do remontu szkolnego boiska, partnerzy mogą wspólnie zaplanować działania i ich efekty. Potencjalnym zagrożeniem może być zdominowanie działań młodzieży przez władze szkoły. By tego uniknąć, warto ustalić zasady współpracy przed jej rozpoczęciem.

4. Rodzice (rada rodziców)

W zależności od szkoły (sytuacji, środowiska) uczniowie mogą dążyć do współpracy z rodzicami albo jej unikać. Nauczycielka czy nauczyciel powinien jednak zachęcać uczniów do poszukiwania sojuszników wśród rodziców. Rodzice to wielki potencjał, w wielu szkołach niewykorzystany. Często to oni finansują inicjatywy młodzieżowe z pieniędzy rady rodziców i służą wsparciem w wielu działaniach, np. użyczając samochodu czy piekąc ciasto na kiermasz. Rodzice to również skarbnica bardzo przydatnych umiejętności i kompetencji. Angażowanie rodziców w działania pozwala im poczuć, że oni również są członkami szkolnej społeczności.

5. Personel szkoły

Wśród pracowników szkoły można często znaleźć prawdziwą perłę i złotą rączkę, ale zwykle ich potencjał jest niedoceniany. Warto pamiętać, że pracownicy obsługi odgrywają bardzo ważną rolę w organizacji życia codziennego szkoły i są niezbędni do jej dobrego

funkcjonowania. Może się okazać, że by zbudować skomplikowaną scenografię teatralną, niezbędna będzie pomoc pana konserwatora, panie kucharki wesprą imprezę plenerową pysznymi przekąskami, a pracownicy sekretariatu ułatwią komunikację z innymi pracownikami szkoły. W przypadku rozliczeń finansowych nieoceniona będzie natomiast pomoc szkolnej księgowej.



Młodzież jako partner dla szkoły

Szkoła, wspierając inicjatywy młodzieżowe, powinna zwrócić szczególną uwagę na autonomiczność grupy młodzieży, szczególnie w sytuacji, kiedy młodzi partnerzy są jej uczniami. Dobrze jest oprzeć współpracę na zasadach wzajemnego zaufania i współodpowiedzialności za projekt. To na szkole jako partnerze zwykle spoczywa odpowiedzialność za poprawność projektu od strony formalnej i prawnej (brak osobowości prawnej młodych ludzi) i bezpośrednio za bezpieczeństwo młodzieży. Zawierając partnerstwo z grupą młodych ludzi, szkoła musi jednak pamiętać, że mają oni naturalne prawo do błędów wynikających z braku doświadczenia i wiedzy (np. prawniczej). Zarazem to młodzież często posiada umiejętności, których brak pracownikom szkoły (np. obsługa konkretnych programów komputerowych) i, co istotne, jej część pochodzi zwykle z okolic placówki – czyli zna lepiej środowisko lokalne niż np. mieszkający na drugim końcu miasta pedagog. Obie strony mogą zyskać na współpracy, np. uczeń poprowadzi warsztat z projektowania graficznego dla grona pedagogicznego, a dyrekcja udzieli zgody na organizację imprezy plenerowej na terenie szkoły.

Mysząc o partnerstwie między szkołą a młodzieżą, należy zacząć od analizy tego, jaki jest wpływ młodych ludzi na to, co się dzieje w szkole. Czy często podejmują inicjatywy? Czy współdecydują we wszystkich sprawach? Na co wpływu nie mają i dlaczego tak jest? Czy dzięki partycypacji utożsamiają się ze szkołą, z jej społecznością i samorządem uczniowskim? Warto zasugerować młodzieży, żeby zadała sobie pytanie: w jakich warunkach chciałaby podejmować samodzielne inicjatywy na rzecz społeczności lokalnej w partnerstwie ze szkołą jako instytucją? Młodzi ludzie mogą tu wymienić m.in. poczucie wpływu na szkolną codzienność, odpowiadanie szkoły i środowiska na ich potrzeby oraz zachęcanie do zmieniania rzeczywistości wokół.

Ważne, by opiekunowie projektu:

- **zachęcali uczniów do podejmowania inicjatyw**, współpracy z różnymi podmiotami szkoły oraz współdecydowania – dzięki temu młodzi ludzie lepiej poznają funkcjonowanie szkoły, poczuć się współodpowiedzialni za całą społeczność szkolną i jej działania, a partnerstwo będzie trwalsze;
- **pamiętali, że uczniowie to partnerzy**, którym należy się zaufanie i szacunek, a relacje partnerskie motywują ich do działania i wpływają na wzrost ich poczucia własnej wartości i odpowiedzialności za dane przedsięwzięcie;

- **chwalili, chwalili i jeszcze raz chwalili**, wskazując, dlaczego konkretne działanie, pomysł, stwierdzenie mają dużą wartość dla wspólnego przedsięwzięcia;
- **byli mentorami uczniów**, pozwalali im poszukiwać i dawali prawo do popełniania błędów, zachęcali do trudnych zadań bez obaw, że ich nie wykonają, bo dają one uczniom poczucie współodpowiedzialności za cały projekt;
- **dbali o poczucie bezpieczeństwa uczniów** – młodzi ludzie łatwiej podejmą nowe wyzwania, gdy wiedzą, że mogą liczyć na wsparcie swoich nauczycieli;
- **wspierali uczniów przy nauce nowych umiejętności**, np. to szkoła zgłasza do odpowiednich władz organizację imprezy masowej, ale uczniowie poznają przy okazji procedury załatwiania tego typu spraw;
- **pamiętali o jasnej i czytelnej komunikacji**, nie pozostawiali niedomówień, bo kto będzie później odpowiedzialny za ich skutki?

Szkoła a miejscowość

Znaczenie szkoły w środowisku lokalnym zwykle jest inne na wsi, a inne w dużej aglomeracji miejskiej. W małych miejscowościach i gminach wiejskich szkoła ma z pewnością wyższy status, a jej oddziaływanie jest szersze – często np. współorganizuje imprezy okolicznościowe dla całej okolicy. Ale nawet w dużym mieście szkoła jest znaczącym punktem na lokalnej mapie i np. ma sporo możliwości dotarcia do mieszkańców osiedla, na którym działa.

Korzyści ze współpracy młodzieży ze szkołą na rzecz społeczności lokalnej

Młodzież:

- **może korzystać z tego, co ma w zasięgu ręki** – młodzi ludzie mogą wykorzystywać zasoby szkoły, np. szkoła jako podmiot może wnioskować o dofinansowanie realizowanych inicjatyw z różnych źródeł (ale należy pamiętać, że szkoły w Polsce nie posiadają osobowości prawnej, mają ją organy prowadzące),
- **dobrze zna swojego potencjalnego partnera** – może realizować projekt w znajomym środowisku,
- **zna potencjał szkoły, płynące z niego korzyści**, a dzięki temu w dużym stopniu może przewidzieć trudności w realizacji działań,
- **wie, z kim warto współpracować**,

- **wie, że w szkole pracują osoby, które mają szerokie kompetencje** – młodzież może liczyć na wsparcie osób decyzyjnych, mających formalny wpływ na społeczność lokalną, współpracujących z władzami samorządowymi (szczególnie w małych środowiskach),
- **otrzymuje lekcję obywatelskości w praktyce** – realizacja projektu może stać się integralną częścią procesu nauczania i kształtowania umiejętności obywatelskich.

Szkoła:

- **wypełnia swoją misję** – dzięki inicjatywom młodzieżowym realizowanym metodą projektu szkoła spełnia wymagania ministerialne i wytyczne organu prowadzącego (realizacja podstawy programowej z zapewnieniem zalecanych warunków jej realizacji i wysoka aktywność w środowisku lokalnym),
- **chwali się swoimi działaniami** – działania młodych ludzi promują szkołę i budują jej pozytywny wizerunek jako miejsca odpowiadającego zarówno na potrzeby środowiska lokalnego, jak i uczniów – dbającego o ich samodzielny rozwój poprzez podejmowanie nowatorskich działań, rozwijającego kreatywność, samodzielność myślenia, umiejętność podejmowania decyzji i działania w zespole; budującego w młodych ludziach poczucie wpływu na to, co się wokół nich dzieje,
- **otrzymuje dobre noty ewaluacyjne** – szkoła jest poddawana ewaluacji zewnętrznej, w ramach której może wiele zyskać dzięki zaangażowaniu się w życie społeczności lokalnej i wspieraniu młodzieży w działaniach na forum lokalnym. Ewaluacja obejmuje m.in. wspieranie nowatorstwa, inicjatywy młodzieżowej, partycypacji, przyswajania norm społecznych przez uczniów.

Komunikacja

To niezwykle ważny element partnerstwa. Bez bezpośredniej i otwartej komunikacji zagrożone może być całe przedsięwzięcie. Dlatego już na etapie zawierania współpracy powinno się ustalić wiążące zasady komunikowania się partnerów. Przyjęcie takich ustaleń na początku może zapobiec rozmyciu się odpowiedzialności za podejmowane decyzje. Warto, by zarówno dyrekcja szkoły, jak i grupa projektowa wyznaczyły osoby, z którymi partner będzie mógł się kontaktować. Nauczyciel powinien zwrócić uwagę, aby uczniowie, planując zawarcie partnerstwa ze szkolnym podmiotem, nie zapomnieli:

- **Poinformować o swoich działaniach dyrekcję szkoły**. W jaki sposób przekazać wiadomość dyrekcji? Z jakim wyprzedzeniem? Czy warto napisać pismo, czy raczej umówić się na spotkanie?

- **Ustalić, jak często komunikować się z partnerami w szkole.** Czy sposoby komunikacji i jej częstotliwość warto umieścić w umowie?
- **Zdecydować, w jakiej formie chcą zawrzeć partnerstwo.** Czy z każdym podmiotem chcą podpisać umowę partnerską albo kontrakt? Czy może wystarczy umowa słowna i wspólne stworzenie harmonogramu działań?

Przykładowe obszary współpracy młodzieży i szkoły w działaniach na rzecz społeczności lokalnej:

- **imprezy sportowe, inicjatywy kulturalne**, których celem jest integracja społeczności lokalnej przy wykorzystaniu zasobów szkoły oraz potencjału intelektualnego i kreatywności młodych ludzi;
- **wolontariat** – wsparcie środowiska lokalnego poprzez organizację wolontariatu (znany przykładem jest Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, w którą jako kwestujący włączają się co roku tłumy młodych ludzi, a na terenie szkoły odbywa się impreza wspierająca akcję);
- **społeczność obywatelska** – inicjatywy młodzieżowe rozwijające postawy obywatelskie wśród członków społeczności lokalnej, np. organizowanie w szkole debat, lokalnych konsultacji społecznych, itp.

Partnerstwo młodzieży ze szkołą może dotyczyć przeprowadzenia całego projektu – wtedy współpraca obejmuje wszystkie etapy, począwszy od planowania, przez realizację, po finał i ewaluację końcową (podsumowanie). Młodzi ludzie mogą również podjąć współpracę tylko na wybranych etapach działania lub w jednym z obszarów, np.:

- **wykorzystanie zasobów materialnych szkoły:** pracowni komputerowej do przeprowadzenia warsztatów w ramach projektu, sali gimnastycznej lub boiska na uroczysty finał działań, itp.;
- **skorzystanie z potencjału ludzkiego:** nauczyciel jako ekspert w danej dziedzinie, np. nauczycielka biologii wspiera młodzież w przygotowaniu merytorycznym projektu ekologicznego „Promocja ekożycia w społeczności lokalnej”.

Dobre praktyki

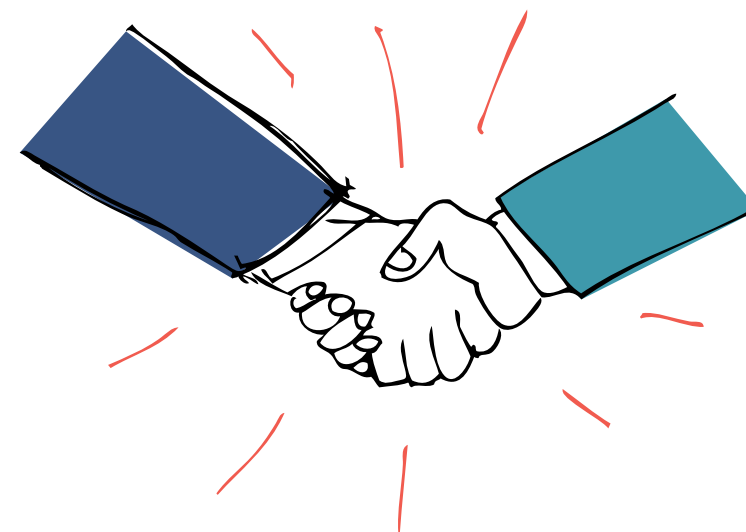
Projekt „Internet dla seniorów” realizowany na rzecz społeczności lokalnej przez grupę młodzieży w partnerstwie ze szkołą

Młodzież jednego z gimnazjów w Łodzi zainicjowała i zrealizowała projekt na rzecz mieszkańców łódzkiego osiedla. Najliczniejsze są tam dwie grupy: osoby w wieku emerytalnym oraz młodzi ludzie, w opinii mieszkańców: „głośni, imprezujący i zbuntowani”. Celem projektu miała być poprawa wizerunku tej młodzieży, a także próba integracji społeczności. Grupka

młodych ludzi zwróciła się do dyrekcji swojej szkoły z prośbą o wsparcie w realizacji projektu „Internet dla seniorów”. Szkoła miała zasoby pozwalające na realizację takich działań: nauczycieli informatyki, pracownię informatyczną, a przede wszystkim „zbuntowaną młodzież”, która miała służyć wsparciem seniorom podczas warsztatów. Przez pół roku w szkole odbywały się zajęcia, na których mieszkający w okolicy seniorzy poznawali internet pod okiem młodych prowadzących. Dzięki temu zniknęły wzajemne uprzedzenia i bariery między sąsiadami. Korzyścią dla szkoły była jej promocja i poprawa wizerunku w środowisku lokalnym. Wolontariusze dzięki projektowi nauczyli się cierpliwości i wzmocnili poczucie własnej wartości, służąc wiedzą starszym. Ponadto młodzieżowa grupa inicjatywna, koordynując projekt, rozwinęła swoje kompetencje organizacyjne, a starsi mieszkańcy zmienili wyobrażenia o młodszych sąsiadach.

Projekt „Zabawa w teatr” realizowany na rzecz społeczności lokalnej przez grupę młodzieży w partnerstwie ze Specjalnym Ośrodkiem Szkolno - Wychowawczym

Grupa młodzieży gimnazjalnej podjęła współpracę ze Specjalnym Ośrodkiem Szkolno-Wychowawczym, którego większość wychowanków jest głuchoniema lub z dużą wadą słuchu. Pomysł polegał na wspólnym przygotowaniu spektaklu i zaprezentowaniu go podczas lokalnej imprezy. Placówka udostępniła realizatorom projektu swoje zasoby materialne (sala prób) i ludzkie (nauczyciele – opiekunowie, którzy koordynowali pracę młodzieży z niepełnosprawnościami). Celem projektu było zintegrowanie młodzieży z niepełnosprawnościami ze społecznością lokalną poprzez jej aktywny udział w imprezie. Taka współpraca młodych ludzi z ośrodkiem trwała kilka lat, a znajomości i przyjaźnie przetrwały o wiele dłużej. Dzięki inicjatywie młodzieży ośrodek otrzymał ogromne wsparcie w działaniach edukacyjno-wychowawczych. Osoby niesłyszące, występując na scenie przed publicznością, zyskały nie tylko pewność siebie, ale i siłę oraz motywację do podejmowania kolejnych przedsięwzięć, przez co same zaczęły inicjować imprezy w ośrodku. Jeden z projektów polegał na wymianie z młodzieżą ukraińską dotyczącej historii, tradycji i kultury obu narodów.



SCENARIUSZ ZAJĘĆ

Temat: Szkoła jako partner w działaniach młodzieży na rzecz społeczności lokalnej

Wstęp:

Nauczyciel staje przed wyzwaniem, jakim jest wsparcie młodzieży w przygotowaniach do nawiązania współpracy partnerskiej z całą szkołą lub z jej poszczególnymi podmiotami. Młodzież chce zrealizować projekt w środowisku lokalnym i potrzebuje do tego partnerstwa szkoły; jest aktywna – ma zapał do działania, jednak nie do końca wie, z jakich zasobów szkoły mogłaby skorzystać, jacy partnerzy byliby najbardziej pomocni w realizacji zaplanowanych celów.

Poniższy scenariusz zajęć pozwoli młodzieży zaplanować, z kim ze szkoły warto podjąć współpracę przy realizacji działań lokalnych. Ponadto przygotowuje uczniów do nawiązania takiej współpracy z poszczególnymi podmiotami szkolnymi.

Czas: 90 min.

Cel ogólny:

- Przygotowanie uczniów do nawiązania i kontynuacji współpracy ze społecznością szkolną lub jej wybranymi podmiotami w celu zrealizowania wspólnego przedsięwzięcia na rzecz środowiska lokalnego.

Cele szczegółowe:

Po zajęciach uczeń potrafi:

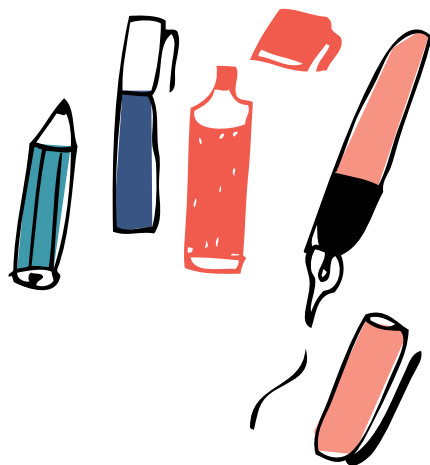
- zdiagnozować zasoby ludzkie i materialne szkoły,
- określić korzyści płynące ze współpracy z podmiotami szkoły,
- przewidzieć ewentualne przeszkody we współpracy ze szkołą.

Metody pracy:

- praca w grupach,
- burza mózgów,
- wykład.

Środki dydaktyczne:

- flipchart lub tablica
- karteczki samoprzylepne typu post-it,
- markery.



Uczestnicy:

Zajęcia można przeprowadzić z grupą projektową, która zainicjowała działania lokalne i wyraziła chęć współpracy ze szkołą, np. 5–6 uczniów, ale może to być również 15–20 osób. Wtedy praca odbywa się z podziałem na zespoły, w zależności od liczby uczestników 2–5-osobowe.

Przebieg zajęć:

1. Zapoznanie uczniów z celami lekcji i zdefiniowanie pojęcia „partner” (10 min.)

Nauczycielka mówi uczniom o celach spotkania. Następnie pyta o ich oczekiwania względem zajęć. Co ma być ich efektem? Odpowiedzi spisuje na tablicy. Nauczycielka pyta grupę o jej skojarzenia z pojęciem „partner” (burza mózgów). Pomysły spisuje na tablicy. Na koniec razem z uczniami tworzy definicję „partnera”, którą będą się posługiwać w trakcie współpracy ze szkołą. Może także podać definicję słownikową, np. za Słownikiem języka polskiego PWN:

Partner

- «współuczestnik gry, rozmowy, zabawy lub jakiegoś przedsięwzięcia»
- «osoba, którą traktuje się jak równą sobie»

2. Kapitał ludzki i zasoby materialne szkoły – diagnoza (30 min.)

Szkoła to kto? Nauczycielka prosi uczniów, aby na karteczkach wypisali wszystkie osoby, które tworzą społeczność szkolną, np. dyrekcja, pani woźna, samorząd szkolny, koło teatralne, itd. Następnie prosi wszystkie zespoły o przyklejenie karteczek na tablicy. Nauczycielka zwraca uwagę, które pomysły pojawiają się najczęściej. Pyta młodzież, jaki może być według nich powód?

Jakie „miejsca” i „rzeczy” występują w szkole? W podobny sposób nauczycielka prosi o wypisanie znajdujących się w szkole miejsc i przedmiotów, które mogą przydać się w realizacji projektu, np. sklepik szkolny, sala gimnastyczna, pomieszczenia gospodarcze, sprzęt multimedialny czy sportowy, itp. Po wypisaniu ich na tablicy nauczycielka pyta grupę, kto według niej jest odpowiedzialny za ich udostępnienie, np. salą gimnastyczną zarządza wuefistka, a pomieszczeniem gospodarczym – konserwator. Na koniec nauczycielka prosi uczniów, aby wybrali takie osoby z listy, które mogą być potencjalnymi partnerami przy realizacji projektu.

Uwaga! To ćwiczenie można wykonać na kilka sposobów, w zależności od liczebności grupy. W sytuacji, gdy cały zespół jest podzielony na grupy, każda z nich może wykonać inne zadanie: zając się osobami, miejscami lub przedmiotami. Ważne jest jednak, by na koniec wszystko wspólnie omówić, tak by pozostałe grupy mogły zgłosić dodatkowe propozycje.

3. Pobudzacz (energizer) (5 min.)

Dobre, całościowe zaplanowanie realizacji projektu to żmudne zajęcie. Młodzi ludzie, przychodząc do nauczyciela z inicjatywą, mogą nie zdawać sobie sprawy z tego, jak dużo pracy ich

czeka. Dlatego warto urozmaicać spotkania grup roboczych przez tzw. pobudzacze, które rozweselają grupę, pobudzają umysł i dają chwilę wytchnienia. Sporo pomysłów można znaleźć na stronie poprzednika programu Erasmus+:

<http://www.mlodziarz.org.pl/publikacje/wymiana-mlodziarzy-pomysly-metody-dzialania-energizery>

Przykład

Bardzo energetyczny, a przy tym krótki (na kilka minut) pobudzacz. Młodzież staje naprzeciw sobie w parach i zaczyna na przemian liczyć do trzech. Po kilku rundach nauczyciel prosi, aby zamiast „jeden” uczniowie klaskali w dłonie; po kilku kolejnych – aby zamiast „dwójki” klaskali w uda, a w końcu, by zamiast „trójki” podskakiwali. W pewnym momencie zacznie się to mylic grupie, co doprowadzi ją do wybuchów śmiechu.

4. Plusy i minusy potencjalnych partnerów (30 min.)

Nauczycielka wyjaśnia uczniom, że w tej części zajęć dokonają wstępnego wyboru osób ze szkoły, które są potencjalnymi partnerami w projekcie. Prosi grupę o wybór 4–5 podmiotów.

Następnie nauczycielka mówi młodzieży, że będą teraz tworzyć tzw. karty potencjalnych partnerów. W tym celu dzieli uczniów na grupy i każdej przydziela wybranego wcześniej potencjalnego partnera. Zespoły dzielą tablicę na cztery części i uzupełniają je o informacje:

- Jakie korzyści mogą płynąć ze współpracy właśnie z tym podmiotem? (plusy) (A)
- Co na tej współpracy zyska podmiot?(B)*
- Jakie są możliwe zagrożenia (słabe strony) współpracy z danym podmiotem? (minusy) (C)
- W jaki sposób można tym zagrożeniom zapobiec? (D)

*Warto, aby uczniowie zastanowili się tutaj, jak przekonać do współpracy dany podmiot i wypisane korzyści wykorzystali jako argumenty w rozmowie z przyszłym partnerem.

Przykład

Dyrektorka

- Dyrektorka decyduje o wszystkim w szkole i może zlecać zadania (A).
- Promocja szkoły w środowisku lokalnym (B).
- Dyrekcja może zdominować projekt – podejmować wszystkie decyzje sama (C).
- Spisanie zasad współpracy i zobowiązanie się wszystkich stron do ich przestrzegania (D).

Kto zostanie naszym partnerem? (5 min.)

Nauczyciel wspólnie z uczniami analizuje karty szkolnych partnerów i podejmuje decyzję, którym osobom w szkole młodzież zaproponuje współpracę. Na tym etapie warto również przypomnieć grupie o spisie miejsc i rzeczy oraz osób za nie odpowiedzialnych – czy będzie on miał znaczenie przy wyborze partnerów?

5. Podsumowanie zajęć (10 min.)

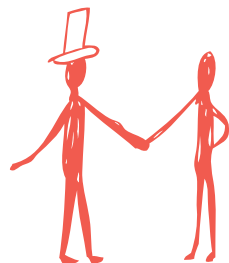
Nauczycielka krótko podsumowuje, co udało się wypracować podczas zajęć. Może zadać młodzieży poniższe pytania:

- Co zrobiliśmy podczas zajęć?
- Co okazało się według was sukcesem warsztatowego spotkania?
- Czy podczas zajęć pojawiła się jakaś trudność, o której uniknięciu warto w przyszłości pamiętać?



Ewa Buchman – nauczycielka historii i WOS w IX LO w Łodzi, działaczka Fundacji Platan, w której wspiera lokalne inicjatywy młodzieżowe, mentorka Centrum Edukacji Obywatelskiej w projekcie Szkoła Demokracji. Orędowniczka wszelkich działań, które wpływają na świadomy rozwój obywatelski młodych ludzi w Polsce.

WSPÓŁPRACA
Z WŁADZĄ
LOKALNĄ



Jak zaplanować skuteczną współpracę młodzieży z władzami lokalnymi?

Kwestie związane z dziećmi i młodzieżą stanowią jeden z najbardziej istotnych obszarów działalności gmin w Polsce. Widać to m.in. w strukturze wydatków samorządów, gdzie znaczny procent (często ponad połowę budżetu) stanowią środki na edukację. Efektywne ich wydatkowanie zależy w dużej mierze od dialogu władz z młodymi ludźmi, który sprawi, że inwestycje będą odpowiadały rzeczywistym potrzebom młodych oraz stworzą właściwe warunki do ich rozwoju zawodowego i osobistego.

Nawiązanie partnerskiej relacji z lokalnymi władzami i instytucjami odpowiedzialnymi za sprawy młodzieży stanowi jeden z warunków powodzenia większości inicjatyw podejmowanych przez młodych ludzi. Na co należy zwrócić uwagę przy współpracy z władzami lokalnymi?

- **Poznać realia funkcjonowania administracji samorządowej.** Po pierwsze, należy poznać zakres kompetencji i odpowiedzialności poszczególnych instytucji, tak aby trafnie adresować pomysły i potrzeby. Dobrze jest mieć świadomość możliwości finansowych i prawnych potencjalnego partnera, jak również zapoznać się z podstawowymi dokumentami regulującymi funkcjonowanie lokalnej społeczności. Merytoryczne przygotowanie do kontaktu pozwoli przekonać urzędników, że współpracują z poważnym i godnym zaufania partnerem.
- **Mieć jasno sformułowany cel współpracy** oraz własne oczekiwania i jednoznacznie je komunikować, unikając przy tym postawy roszczeniowej.
- **Zdawać sobie sprawę z możliwości i ograniczeń partnera** (np. prawnych i finansowych), których nie uniknie się we współpracy z urzędem – tutaj każda decyzja wymaga więcej czasu i formalności. W cierpliwość należy uzbroić się szczególnie w większych miejscowościach, gdzie struktura administracyjna jest bardziej rozbudowana i czasem

niełatwo dotrzeć do osoby decyzyjnej. Zarazem jednak w większych miastach, z uwagi na większy budżet, łatwiej jest uzyskać np. wsparcie finansowe.

Jak komunikować się z władzami?

- Dobłą praktyką jest **nawiązanie stałej współpracy z władzami**, np. wydziałem urzędu gminy odpowiedzialnym za sprawy młodzieży. Chodzi o to, by być w stałym kontakcie i informować się regularnie (np. raz na 1 lub 2 miesiące) o najważniejszych inicjatywach obu stron, a nie odzywać się tylko wtedy, gdy ma się konkretną prośbę czy propozycję współpracy dla urzędników.
- Warto pamiętać o tym, że **język używany przez obie grupy może znacząco się różnić**, szczególnie gdy dotyczy tematów prawnych lub finansowych. Aby uniknąć ewentualnych nieporozumień, już na początku można umówić się np. na nieco mniej formalny sposób komunikacji.
- Podobnie prostym i skutecznym rozwiązaniem zmniejszającym dystans w dyskusji jest **wyjście z urzędowych gabinetów**. Można zorganizować spotkanie w szkolnej świetlicy czy sali warsztatowej, gdzie np. siedząc w kole, łatwiej zbudować partnerską relację. Przestrzeń i język dyskusji są szczególnie istotne we współpracy podejmowanej w większych miejscowościach, ponieważ młodzież na co dzień nie ma kontaktu z decydentami i samo spotkanie np. z prezydentem może być dla niej dużym przeżyciem.
- Aby w inicjatywę włączyły się lokalne władze, należy przede wszystkim **zorientować się, która instytucja jest najbardziej odpowiednia do współpracy**. Zazwyczaj pierwszym krokiem jest wysłanie oficjalnego pisma z prośbą o spotkanie, by można było przedstawić pomysł i przedyskutować możliwości jego realizacji. W miarę możliwości warto zadbać o równoczesne przekazanie informacji także drogą mniej formalną, wysyłając maila lub kontaktując się telefonicznie. W mniejszych miejscowościach urzędnicy są zazwyczaj dosyć znani w społeczności lokalnej, więc można wykorzystać kontakty i przedstawić swój pomysł przy okazji nieformalnego spotkania.
- Podczas pierwszego kontaktu **należy jasno zarysować cel całej inicjatywy**, przedstawić wszystkie strony zaangażowane w realizację, a także sformułować oczekiwania wobec urzędników. Bardzo ważne jest, by przedstawić wszystkie prawne i finansowe aspekty danej akcji, bo często są one kluczowe dla podjęcia decyzji przez instytucje publiczne. Należy pamiętać, by przygotować na spotkanie również prezentację na piśmie, co na pewno ułatwi potencjalnym partnerom zapoznanie się ze szczegółami pomysłu.
- Jeżeli lokalne władze zgodzą się na udział w projekcie, trzeba pamiętać o kilku rzeczach. Po pierwsze, dobrze jest ustalić szczegółowy zakres obowiązków wszystkich uczestniczących instytucji, a także ich ramy czasowe (można to spisać w formie porozumienia o współpracy). Po drugie, warto poprosić o wskazanie osoby, która będzie odpowiedzialna za kontakt z ramienia urzędu z koordynatorem projektu ze strony młodzieży. W trakcie

projektu należy zadbać, by informacja o tym, że jest on realizowany przy wsparciu lokalnych władz, znalazła się we wszelkiego rodzaju materiałach prasowych, informacyjnych, stronach internetowych i w innych kanałach komunikacji. Warto pamiętać także o tym, by na ważniejsze wydarzenia projektu zapraszać przedstawicieli partnerów, nawet gdy nie są oni bezpośrednio zaangażowani w jego realizację.

- Po zakończonym działaniu warto **przygotować spotkanie podsumowujące**, na którym grupa projektowa i przedstawiciele władz zastanowią się wspólnie nad osiągniętymi rezultatami, a także przebiegiem współpracy. Celem takiego spotkania powinna być szczerą dyskusja obu stron na następujące tematy:

Co było celem współpracy? Jaki efekt udało się osiągnąć? Czego nauczyła się każda ze stron? Co można zrobić inaczej przy okazji następnej współpracy?

Podczas spotkania można poruszyć także temat współpracy przy kolejnych działaniach oraz umówić się na następne spotkanie i kontakt mailowy lub telefoniczny. Warto pamiętać również o formalnych podziękowaniach za współpracę, to zawsze jest miły gest dla wspierających młodzież władz lokalnych.

Z kim można współpracować?

Najważniejsze lokalne instytucje, z którymi młodzież może wspólnie działać przy realizacji swoich pomysłów, to:

- **Urząd gminy/miasta, starostwo powiatowe** – a w szczególności wydziały odpowiedzialne za sprawy oświaty, sportu, kultury, promocji czy zdrowia. Warto skorzystać z doświadczenia urzędników np. w dziedzinie współpracy międzynarodowej (w tym projektów z miastami partnerskimi, czyli takimi, które podpisały deklaracje o współpracy w zakresie np. kultury, sportu, gospodarki) czy projektów unijnych dotyczących młodzieży. Jeśli w danej gminie jest urzędnik zajmujący się współpracą z organizacjami pozarządowymi, to może on być dobrym partnerem do dyskusji o finansowaniu inicjatyw lokalnych czy organizacji młodzieżowych.
- **Rada gminy** – lokalny organ władzy uchwałodawczej, dlatego współpraca z radnymi może być przydatna, jeśli inicjatywa ma na celu zmianę prawa lub struktury finansowania np. szkoły. W przypadku działań młodzieżowych najbardziej odpowiednie do współpracy będą komisje edukacji, kultury, sportu oraz bezpieczeństwa i porządku publicznego.
- **Ośrodek kultury** – podmiot finansowany przez władze samorządowe i miejsce, w którym mogą odbywać się różnego typu wydarzenia aktywizujące młodych ludzi, a zarazem wpisujące się w ich pasje i zainteresowania. Dobrą praktyką jest nie tylko samodzielne organizowanie tu wydarzeń kulturalnych, ale także wpływanie na ofertę i działalność ośrodka, np. poprzez konsultowanie rocznego programu pracy. Podobnego typu współpracę można nawiązać z instytucjami publicznymi działającymi na polu sportu (np. ośro-

dek sportu) czy zdrowia i profilaktyki (np. lokalna przychodnia czy świetlica środowiskowa).

- **Zakład komunikacji** – instytucja ważna dla wszelkiego rodzaju inicjatyw związanych z publicznym transportem, rowerami, zrównoważonym rozwojem (np. obchodami dnia bez samochodu). Jest to także cenny partner, który może wziąć pod uwagę opinię młodzieży dotyczącą np. rozkładu jazdy linii autobusowych – czy jest on dostosowany do godzin zakończenia lekcji?
- **Zakład komunalny** – może być pomocny przy realizacji akcji dotyczących przestrzeni miejskiej, ekologii, np. sprzątnięcia świata, sadzenia kwiatów wokół szkoły.

Jakie korzyści daje współpraca młodzieży i władz lokalnych?

Korzyści dla młodzieży:

- poznanie realiów działalności organów samorządowych,
- rozwijanie sztuki prezentacji i argumentacji, by zjednać sojuszników dla swoich pomysłów,
- zyskanie możliwości komunikowania swoich potrzeb i problemów władzom,
- zyskanie możliwości realizacji pomysłów uatrakcyjniających życie w swojej miejscowości,
- lepszy przepływ informacji między młodzieżą a władzami,
- bardziej adekwatne decyzje podejmowane przez urzędników dzięki uwzględnianiu opinii młodzieży.

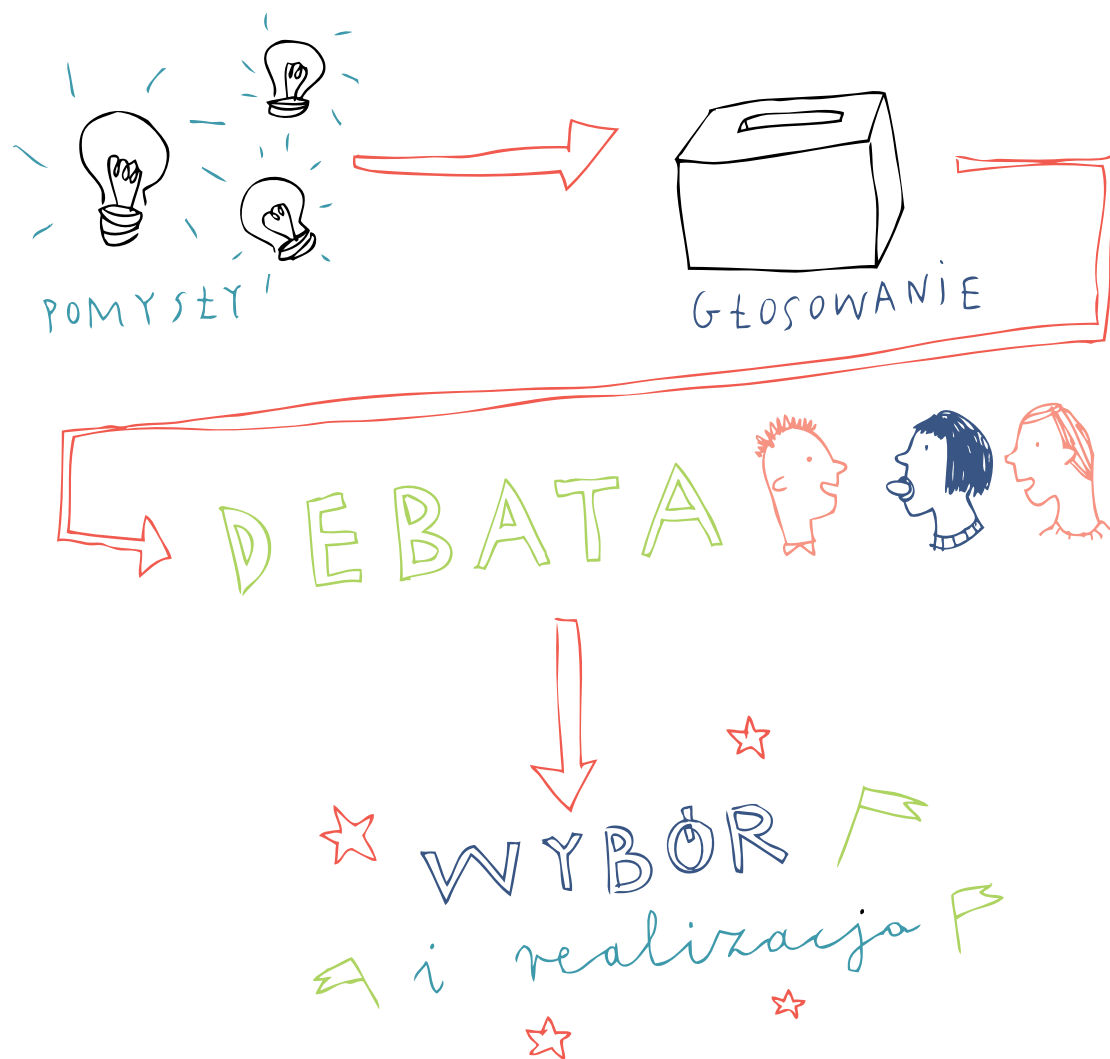
Korzyści dla administracji lokalnej:

- zwiększenie efektywności działań prowadzonych na rzecz młodzieży, dzięki możliwości konsultowania planów z jej przedstawicielami,
- lepsze zrozumienie potrzeb młodzieży,
- lepsze poinformowanie młodych ludzi o pracy władz lokalnych i jej efektach,
- zyskanie przez władze partnera w realizacji projektów.

Dobra praktyka Młodzieżowa Rada Gminy Piaseczno

W gminie Piaseczno (woj. mazowieckie) Młodzieżowa Rada Gminy zaangażowała się w stały dialog z władzami, którego efektem było stworzenie tzw. budżetu młodzieżowego. W ramach wyznaczonych środków udało się zrealizować aż cztery inwestycje (pomimo początkowej obietnicy realizacji jednej), których główną grupą docelową są młodzi ludzie: siłownia na powietrzu, kino plenerowe, zadaszenie skateparku oraz poszerzenie sieci bezprzewodowego internetu. Co sprawiło, że udało się odnieść taki sukces? Po kilku latach działalności i wielu udanych akcjach młodzieżowa rada stała się ważnym uczestnikiem aktywności społecznej w Piasecznie, co zbudowało zaufanie u władz. Do powodzenia działań znacząco przyczyniły się regularne

(raz w miesiącu) spotkania młodych radnych z władzami. Warto podkreślić, że sam moment decyzji o wybraniu poszczególnych inwestycji był końcowym elementem dłuższego procesu, w ramach którego wszyscy uczniowie piaseczyńskich szkół mieli okazję wypowiedzieć się na temat tego, co chcieliby zmienić w swoim mieście. W pierwszym etapie w szkołach zebrano pomysły na inwestycje młodzieżowe, następnie odbyło się wstępne głosowanie, w wyniku którego wybrano 10 najciekawszych projektów (w całym projekcie wzięło udział ponad 2600 uczniów z 14 szkół). Ostatnim etapem była debata z udziałem ponad setki młodych ludzi, w efekcie której wybrano najważniejsze inwestycje do realizacji. Cały proces, razem z debatą, trwał nieco ponad miesiąc. W opisanym przykładzie prawdopodobnie jeszcze lepsze rezultaty przyniosłoby przeprowadzenie na początkowym etapie analizy zasobów i potrzeb lokalnej społeczności, co pozwoliłoby skupić się nie tylko na nowych inwestycjach, ale również na tych problemach i potrzebach, które można zaspokoić bez większych wydatków. Warto podkreślić bardzo duże zaangażowanie zarządów samorządów uczniowskich w przeprowadzenie głosowania na terenie szkół oraz przedstawianie opinii kolegów i koleżanek podczas finałowej debaty.



SCENARIUSZ ZAJĘĆ

Temat: Jak współpracować z władzami lokalnymi?

Scenariusz do wykorzystania podczas pracy z grupą realizującą projekt edukacyjny. Najlepiej sięgnąć po niego w momencie, gdy uczniowie mają już konkretny pomysł na działanie i dojdą do wniosku, że współpraca z lokalnymi władzami może być jego ważnym elementem.

Czas: 90 min.

Cel ogólny:

- Przygotowanie młodzieży do nawiązania i kontynuacji współpracy z lokalnymi władzami przy realizacji projektów na rzecz społeczności.

Cele szczegółowe:

Po zajęciach uczeń potrafi:

- nawiązać współpracę z przedstawicielami władz lokalnych w celu zrealizowania projektu,
- uzasadnić konieczność przeprowadzenia wybranego projektu przed potencjalnym partnerem,
- ustalić, jakiego wsparcia od władz lokalnych oczekuje w związku z wybranym przedsięwzięciem.

Metody pracy:

- dyskusja,
- burza mózgów,
- symulacja.

Środki dydaktyczne:

- tablica, flipchart,
- kartki,
- małe, kolorowe karteczki typu post-it,
- długopisy, markery.

Przebieg zajęć:



I – faza wprowadzająca (15 min.)

Nauczyciel wita uczniów i zapisuje na tablicy nazwę realizowanego przez nich projektu. Rozdaje kolorowe karteczki i prosi, żeby każdy z uczniów wypisał najważniejsze elementy, które kojarzą mu się z ich przedsięwzięciem. Następnie prosi, by każdy z nich kolejno podszedł i przykleił swoje karteczki do tablicy, krótko charakteryzując zapisane hasła. Nauczyciel podsumowuje zadanie. Odnosi się do podanych propozycji. Wykonanie tego ćwiczenia pozwoli poznać projekt z perspektywy poszczególnych uczniów i uczennic oraz przypomni prowadzącemu jego najważniejsze założenia.

II – faza właściwa (25 min.)

Nauczyciel wyjaśnia młodzieży, że celem tej lekcji jest przygotowanie się do spotkania z przedstawicielami władz lokalnych w celu nawiązania współpracy przy realizacji projektu. Dzieli uczniów na 3 grupy. Wyjaśnia, że za pomocą burzy mózgów (młodzież przedstawia pomysły, liczą się wszystkie wypowiedzi, nauczyciel niczego nie ocenia i nie odrzuca) każda z grup ma odpowiedzieć na kartce na jedno z poniższych zagadnień:

- Jaki jest cel spotkania? Co chcemy dzięki niemu osiągnąć?
- Jakie pytania chcemy zadać podczas spotkania z przedstawicielami władz?
- Co może stanowić największe wyzwanie lub największą trudność podczas spotkania i jakie są możliwe rozwiązania takich sytuacji?

Na wykonanie tego zadania młodzież ma 15 minut. Kolejnym krokiem będzie prezentacja wypracowanych odpowiedzi, zapisanych na tablicy. Grupy mają na to około 3 minut. Uwaga, nauczyciel powinien starać się, by w czasie prezentacji każdy miał okazję do wypowiedzi. Na zakończenie podsumowuje pracę trzech grup.

III – faza symulacji (25 min.)

W drugiej części lekcji uczniowie odegrają czekające ich spotkanie z przedstawicielami władzy lokalnej. Nauczyciel tłumaczy im, że jeśli odegrają ją w bezpiecznych, laboratoryjnych warunkach, a następnie wyciągną z tego wnioski, na pewno dużo łatwiej będzie im się odnaleźć podczas właściwego spotkania. Do przeprowadzenia symulacji można wykorzystać materiał z Załącznika nr 1. W Załączniku nr 2 znajdują się przykładowe rodzaje wsparcia, jakiego może udzielić grupie młodzieży władza lokalna.

IV – faza podsumowania i planowania dalszych działań (25 min.)

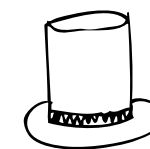
Po zakończeniu symulacji koniecznie trzeba omówić to doświadczenie i wyciągnąć z niego wnioski. Rozmowę z grupą można przeprowadzić, korzystając z pytań zawartych w Załączniku nr 3.

Nauczyciel musi pamiętać, że w ostatniej fazie dyskusji powinien wspólnie z grupą zastanowić się nad możliwymi dalszymi działaniami we współpracy z władzami lokalnymi. Dba o to, by

najważniejsze wątki rozmowy na forum zostały spisane – może przydzielić 2–3 osobom funkcję sekretarza.



Załączniki do scenariusza



Załącznik nr 1.

Nauczyciel wybiera spośród grupy osoby, które wcielą się w następujące role:

- burmistrza,
- naczelnika wydziału spraw społecznych,
- trójki uczniów – organizatorów projektu.



Pozostałe osoby pełnią rolę obserwatorów scenki i notują na karteczkach swoje spostrzeżenia. Nauczyciel wskazuje połowę grupy odpowiedzialną za obserwację władz lokalnych i drugą, która przypatrywać się będzie młodzieżowym organizatorom projektu.

Następnie prosi uczniów odgrywających role organizatorów projektu, by przedstawili scenkę, korzystając z następujących wskazówek:

Wyobraźcie sobie, że jesteście członkami organizacji młodzieżowej „Młodzież dla naszej gminy” i zaczęliście realizować projekt związany z aktywnością obywatelską ze środków programu Erasmus+. Waszym głównym celem jest zorganizowanie miejskiej dyskusji o prawach ucznia we wszystkich szkołach. Przed wami spotkanie z przedstawicielami władz lokalnych, których chcecie przekonać do wsparcia waszej inicjatywy. Potrzebujecie zgody na bezpłatne wykorzystanie sali posiedzeń urzędu miasta oraz dofinansowania poczęstunku dla uczestników. Przez 5 minut przygotujcie się do spotkania, pamiętając o takich elementach jak:

- przedstawienie siebie i swojej organizacji,
- opisanie założeń projektu,
- informacja o planowanej debacie,
- zaproponowanie współpracy władzom,
- przedstawienie swoich oczekiwań i zaplanowanie dalszego kontaktu.

Załącznik nr 2

Przykładowe formy wsparcia, jakiego może udzielić lokalna władza organizatorom projektu młodzieżowego:

- zapewnienie miejsca na spotkania organizacyjne projektu,
- wsparcie finansowe,
- promocja projektu poprzez kanały informacyjne gminy (np. gazetę lokalną, stronę internetową),
- objęcie patronatu nad wydarzeniem,
- merytoryczna opieka ze strony właściwego wydziału urzędu,

- pomoc w kontakcie np. ze szkołami lub innymi instytucjami miejskimi,
- pomoc w obsłudze finansowej/księgowej projektu,
- wsparcie transportowe/logistyczne,
- zapewnienie sprzętu niezbędnego do realizacji projektu (w zależności od posiadanych zasobów),
- współpraca przy zapewnieniu porządku publicznego podczas lokalnych imprez o charakterze masowym.

Załącznik nr 3

Oto przykładowe pytania pomocne przy omówieniu symulacji spotkania z władzami lokalnymi. Nauczyciel musi pamiętać o zachowaniu ich kolejności. Nie trzeba zadawać wszystkich pytań – przebieg omówienia zależy od tego, jak wyglądała symulacja: czy wywołała dużo emocji, czy dyskusja była merytoryczna, itd.

- Jakie jest wasze samopoczucie po tej symulacji?
- Jakie emocje towarzyszyły wam w trakcie odgrywania swoich ról?

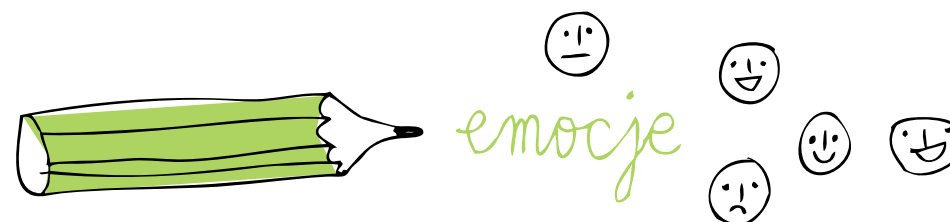
Poniższe pytania kierowane są wyłącznie do osób, które brały udział w scenie.

- Jaki przebieg miała symulacja? Co się działo po kolei?
- Czy mieliście przygotowaną jakąś taktykę postępowania?
- Co was zaskoczyło?
- Który moment symulacji był dla was najtrudniejszy?
- Co było dla was najłatwiejsze i najprzyjemniejsze?

W dyskusji tej mogą już uczestniczyć wszyscy uczniowie. Nauczyciel pamięta o tym, by pytać obserwatorów o ich wnioski i zachęcać do aktywnego udziału w dyskusji. Dbaj o właściwe przekazywanie informacji zwrotnej uczniom odgrywającym role. Pamiętaj, by położyć nacisk na elementy pozytywne, które ich wzmocnią. Zadając pytania, warto nawiązywać do konkretnych momentów symulacji i doceniać młodzież za trafne wypowiedzi, np.: „Podobało mi się, Olu, jak jasno przedstawiłaś wasze oczekiwania, pomimo że pan dyrektor przerywał twoją wypowiedź”.

- Czego nauczyliście się podczas symulacji?
- Co z tego, co się przed chwilą wydarzyło, chcecie wykorzystać podczas prawdziwego spotkania z władzami?

Zadając powyższe pytania, nauczyciel zachęca młodzież, by nazwała to, czego się nauczyła, bo tylko wtedy to doświadczenie będzie miało charakter edukacyjny. Na koniec warto, aby nauczyciel podsumował całość zadania i wypisał najważniejsze wnioski z symulacji.



Jakub Radzewicz – przewodniczący zarządu Polskiej Rady Organizacji Młodzieżowych, trener i koordynator projektów w Fundacji Civis Polonus oraz stażysta w zespole trenerskim Narodowej Agencji Programu Erasmus+. Student ISNS UW – specjalizacja organizacje pozarządowe, autor pracy licencjackiej na temat kryteriów skuteczności działania młodzieżowych rad gmin. W ramach pracy w Fundacji Civis Polonus zajmuje się wspieraniem młodzieżowych rad gmin i samorządów uczniowskich oraz doradza w obszarze zarządzania strategicznego w organizacjach młodzieżowych. Absolwent Szkoły Moderatorów organizowanej przez Stowarzyszenie Szkoła Liderów oraz Młodzieżowej Akademii Lokalnych Liderów.

WSPÓŁPRACA Z MEDIAMI LOKALNYMI



Media, czyli kto, co, gdzie, kiedy, jak, dlaczego i po co?

O tych podstawowych pytaniach, które zadaje każdy dziennikarz, warto pamiętać, gdy chce się współpracować z mediami. We współczesnym świecie media odgrywają szczególnie ważną rolę. Mogą być cennym sprzymierzeńcem również w działaniach lokalnych i warto wiedzieć, jak się o to postarać. Obojętność wobec mediów czy wręcz niechęć w stosunku do dziennikarzy mogą sprawić, że nawet najbardziej udany projekt zostanie przedstawiony w złym świetle lub nikt o nim nie usłyszy.

Jak nakłonić media do partnerstwa? Na początek jak najwięcej się o nich dowiedzieć. W badaniu środowiska medialnego w najbliższym otoczeniu nie chodzi tylko o to, aby sprawdzić, kto w szkole zajmuje się wydawaniem gazety czy prowadzeniem radiowęzła.

Jeśli projekt skierowany jest do społeczności lokalnej, warto się zorientować, jakie gazety wydawane są w mieście i regionie, czy funkcjonują tu jakieś lokalne czy regionalne stacje radiowe i telewizyjne. Oczywiście nie można zapomnieć o internecie – coraz więcej w nim serwisów i portali prowadzonych przez pasjonatów. To wszystko są potencjalni partnerzy medialni.

Warto też wiedzieć, co interesuje media. Dziennikarka czy dziennikarz nie pracuje dla siebie, ale dla swoich czytelników. Często realizatorom projektów lokalnych wydaje się, że w ich działaniach trudno o newsy. Cotygodniowe zebranie w szkole w celu zaplanowania dalszych działań w projekcie raczej nie wzbudzi zainteresowania, ale czy ciekawą wiadomością nie jest np. fakt, że macie tysięcznego uczestnika projektu i do tego jest to znana osoba? A obietnica władz lokalnych, że powstanie skatepark? Wystarczy przestać myśleć kategoriami mediów ogólnopolskich i skupić się na tym, co jest ważne dla społeczności lokalnej.

Informacja warta uwagi mediów i ich odbiorców to informacja, która:

1. Jest aktualna – czyli jest nowa i dotyczy bieżących spraw. Oczywiście największy sukces odniesie dziennikarz, który poda ciekawy news jako pierwszy. Trzeba zatem pamiętać, że informację trzeba dostarczyć z odpowiednim wyprzedzeniem.

Złota zasada brzmi: nie informuje się mediów o tym, co się zdarzyło, tylko o tym, co się dopiero wydarzy. Poza tym w innym rytmie pracuje regionalny dziennik, a w innym lokalne radio

– należy poznać sposób działania partnera i dostosować się do niego na każdym etapie pracy nad projektem.

2. Dotyczy wielu osób – przy budowaniu partnerstwa z mediami warto zadać sobie pytanie, czy to, co robimy, będzie miało wpływ na wiele osób, czy tylko na małe, określone grono. Pomocze to podjąć decyzję, z którymi mediami budować partnerstwo, a które jedynie poinformować o tym, co się robi.

3. Jest ciekawa, wyróżnia się – media nie lubią sztampy i nudy. Warto spojrzeć na projekt pod kątem atrakcyjności medialnej – może osiągnięte efekty da się ciekawie pokazać na nagraniu?

Jakich informacji szukają dziennikarze?

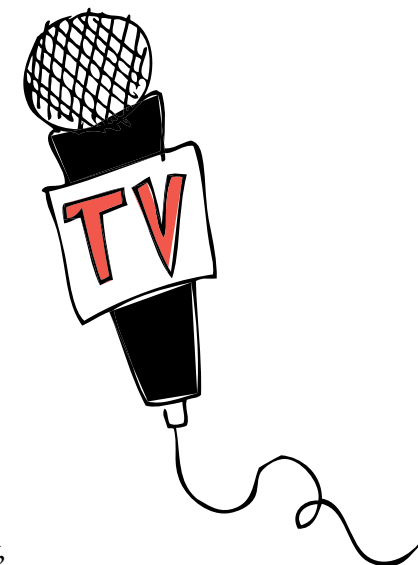
Dla dziennikarza największą wartość mają informacje:

- aktualne – media oczekują newsów,
- zwięzłe i konkretne,
- dotyczące własnych społeczności,
- dotyczące konkretnych grup,
- neutralne – chodzi o fakty, a nie oceny,
- przedstawiające konkretnych, „żywych” ludzi,
- dotyczące konfliktów i realnych problemów,
- intrygujące, ciekawe, niezwykle,
- przemawiające obrazami.

Jak pracują dziennikarze?

Dziennikarz wykonuje swoją pracę:

- pod presją czasu,
- pod presją szefów,
- często mając zlecenie na konkretny temat,
- pod presją działu reklamy,
- zgodnie z profilem medium, w którym jest zatrudniony,
- zazwyczaj specjalizując się w jednej tematyce.



Współpraca z mediami, czyli jak mówić, jak pisać, jak się komunikować.

Nawiązanie kontaktu z mediami (a najlepiej z konkretnym dziennikarzem czy dziennikarką) wydaje się bardzo trudne. Aby to zrobić, najpierw warto dobrze się zastanowić nie tylko nad korzyściami dla projektu, ale też nad tym, co na tej współpracy mogą zyskać media. Ciekawe materiały o ważnym społecznie przedsięwzięciu? Głos ekspertów komentujących działania w projekcie? Dostęp do znanych osób, które są ambasadorami projektu? Materiał o ludziach będących interesującą grupą dla reklamodawców, których musi pozyskiwać większość mediów? Korzyści może być więcej. Nawet w przypadku najmniej zobowiązującego partnerstwa, czyli patronatu, zanim zwrócicie się do lokalnej stacji radiowej czy tygodnika, trzeba sobie odpowiedzieć na pytania: co chcecie dzięki patronatowi osiągnąć oraz jakie media was interesują?

(Więcej o patronacie w Załączniku nr 1).

Nawet jeśli projekt nie został objęty patronatem mediów, warto zadbać o komunikację z dziennikarzami. Kolejna złota zasada na ich temat brzmi: dziennikarze są z jednej strony zajęci, a z drugiej – leniwi. Co to oznacza? Jeśli chcemy, aby mówiono o naszym projekcie, trzeba mozolnie wydeptywać ścieżki – być w kontakcie, zapraszać, dzwonić, przypominać o wydarzeniach, inspirować artykuły prasowe, służyć jako źródło informacji lub wypowiedzi eksperckich, umawiać wywiady. Czasem trzeba nawet... wykonać pracę za dziennikarzy i np. wybrać spośród uczniów kogoś, kto stanie się reporterem – będzie notować, robić zdjęcia, rozmawiać z pozostałymi o tym, co robią, a potem stworzyć z tego materiał medialny, którym spróbujemy zainteresować media.

Najlepszym sposobem, by dostarczyć prasie materiału, który będzie chciała opublikować, jest podanie newsa. Kilka pomysłów na newsy z projektów:

- Wybory lidera projektu.
- Rocznica startu projektu.
- Wręczenie nagrody uczestnikom projektu.
- Konkurs.
- Młodzież pisze list do władz.
- Otrzymanie odpowiedzi od władz.
- Debata na istotny dla społeczności lokalnej temat.

To przykładowe tematy materiałów medialnych, które można przygotować. A jaką powinny mieć formę? Najczęściej komunikatu prasowego.

Komunikat prasowy

Komunikat prasowy (notatka prasowa) to tekst przygotowany w formie gotowej do druku. Powinien być wysyłany regularnie i kierowany imiennie do tej samej kompetentnej osoby. Jest zbudowany według zasady odwróconej piramidy, czyli najważniejsze informacje znajdują się na samej górze i odpowiadają na pytania: kto, co, gdzie, kiedy, jak, dlaczego, po co? Schemat piramidy znajduje się w scenariuszu zajęć.

O czym jeszcze warto pamiętać, przygotowując materiał medialny?

- Pierwszy akapit – lead (kto?, co?, kiedy?, gdzie?) – powinien być pogrubiony. Kolejne akapity (dlaczego?, jak?, z kim?, po co?, co z tego wynika?) mają charakter informacji uzupełniającej i powinny dawać się skracać od tyłu bez szkody dla całości. Im mniej pracy ma redaktor z materiałem, tym większa szansa, że informacja ukaże się szybko i bez nieścisłości.
- Każdy akapit powinien składać się z nie więcej niż trzech zdań, a pierwszy nawet z jednego czy dwóch. Notatka czy tekst powinny być krótkie (maks. 2 strony).
- Sformułowania użyte w tekście powinny być jasne i jednoznaczne.
- Komunikat powinien zawierać dane osoby wysyłającej, z telefonem kontaktowym – może ktoś będzie chciał o coś dopytać.

- Warto dołączać cytaty z wypowiedzi wymienionej z nazwiska osoby znanej w środowisku lokalnym.
- Trzeba unikać niepotrzebnych i powtarzających się zwrotów w rodzaju: „mamy przyjemność poznać” czy „pragniemy poinformować”.
- Należy unikać oficjalnego, zawilego stylu i zbyt wielu szczegółów, które mogą odciągać uwagę od głównego przesłania.
- Należy unikać specjalistycznego słownictwa.
- Dobrze jest nie używać przymiotników w stopniu najwyższym oraz określeń hiperbolicznych, takich jak „najlepszy” czy „pierwszorzędny”.
- Jeśli do informacji dołączane jest zdjęcie, trzeba się upewnić, że jest ono właściwie opisane oraz odpowiedniej jakości do publikacji. To samo dotyczy plików filmowych.

Jak widać, form komunikacji i sposobów budowania partnerstwa z mediami jest dużo. Najważniejsze, by twórczo z nich korzystać. Czasem trzeba też stanąć z mediami twarzą w twarz. Nie należy się tego bać. Aby podtrzymać kontakt, warto co jakiś czas udzielić wywiadu, a także zaprosić media i pokazać, co obecnie dzieje się w projekcie czy zorganizować konferencję prasową, gdy np. jest podsumowywany jakiś etap lub wydarzyło się coś ważnego.

Jak rozmawiać z mediami?

- **Mówić zrozumiale** – pytająca dziennikarka może mieć szeroką wiedzę, ale czytelnicy niekoniecznie. Dlatego realizatorzy projektu (eksperci) powinni mówić tak, aby zrozumiał ich nie tylko fachowiec – unikać żargonu zawodowego i hermetycznych sformułowań.
- **Mówić krótko** – dziennikarz zwykle ma niewiele miejsca i czasu. Skomplikowaną kwestię trzeba wyrazić w trzech zdaniach. Zacząć od tego, co najważniejsze.
- **Podawać przykłady, ciekawostki** – to ubarwia przekaz, media chętnie to wykorzystują.
- **Reagować szybko** – na pytania i prośby dziennikarzy o wypowiedź odpowiadać najlepiej tego samego dnia.
- **Kontrolować to, co się mówi** – nie żądać autoryzacji, to budzi nieufność i nie przyczynia się do budowania partnerstwa.



Konferencja prasowa



Szczególnym rodzajem komunikacji z mediami jest konferencja prasowa. Nie trzeba mieć sali konferencyjnej, wystarczy szkolna klasa. Najważniejsze jest to, co się powie i w jaki sposób.

I. Przygotowania do spotkania

Wstępne ustalenia – bardzo ważne, by określić cel i temat spotkania, a także to, z czym dziennikarze mają wyjść z konferencji.

Czas – należy wybrać taki termin, który nie pokrywa się z innymi atrakcyjnymi wydarzeniami. Warto także wziąć pod uwagę godziny pracy dziennikarzy. Złym momentem jest na ogół piątkowe popołudnie, bo wtedy wiele osób wybiera się już na weekend.

Zaproszenia – adresuje się je do konkretnych osób, ponieważ wysyłane bezosobowo zazwyczaj gubią się wśród nawału korespondencji. W zaproszeniu należy poprosić o potwierdzenie obecności. Powinno ono dotrzeć do mediów około 10 dni przed konferencją, a najważniejszym gościom należy kilka dni wcześniej przypomnieć o wydarzeniu telefonicznie.

Plan akcji i próba generalna – należy sporządzić dokładny program konferencji, z podziałem ról oraz wyborem osoby prowadzącej. Ustalić wcześniej, kto gdzie siada, kto wita gości, kto i kiedy będzie zabierał głos lub odpowiadał na pytania zainteresowanych. Warto również przeprowadzić próbę generalną i zobaczyć, ile czasu zajmie wygłoszenie najważniejszych tekstów.

Pakiety prasowe

Każdy dziennikarz w czasie spotkania powinien otrzymać tzw. pakiet prasowy, który najczęściej zawiera: streszczenie tematu konferencji w formie informacji prasowej, skrót prezentacji, zdjęcia, folder organizacyjny, ewentualnie gadżety.

Oprawa

Należy pamiętać o umieszczeniu w tle logo organizacji.

Kiedy program konferencji jest już gotowy, warto zadbać o odpowiedni ubiór. Spotkanie z dziennikarzami bardzo często oznacza bowiem obecność kamer, a te rejestrują każdy drobny szczegół.

II. Przebieg konferencji prasowej

Na wstępie prowadzący powinien przedstawić temat, uczestników oraz określić, kiedy będzie czas na pytania. Trzeba pamiętać o złotej zasadzie komunikacyjnej: „nie nudzić” – unikać prezentacji dłuższych niż 5–7 minut. Łącznie wystąpienia nie powinny przekraczać 30 minut. Dzięki temu goście będą mogli skupić się na kluczowych aspektach przekazu. Zainteresowani będą mogli uzyskać więcej informacji dzięki przygotowanym dla nich materiałom oraz podczas tury pytań.

Warto stosować różnorodne przerywniki, takie jak plansze, filmy i slajdy.

Okazją do swobodniejszych rozmów jest poczęstunek. Daje on szansę na nawiązanie bardziej bezpośrednich relacji z dziennikarzami.

III. Po konferencji

W budowaniu partnerstwa z mediami ważny jest również czas po spotkaniu. Warto pytać dziennikarzy o losy przekazanych im materiałów i udzielonych wywiadów. Zaraz po konferencji należy też przesłać informacje i zdjęcia dziennikarzom, którzy nie mogli wziąć w niej udziału. Trzeba dopilnować, aby bezzwłocznie zrobione zostało wszystko, co obiecano na konferencji (np. przesłanie zdjęć, plików filmowych czy dodatkowych danych).

Po spotkaniu aktualizuje się listę mailingową i bazę mediów, a później także archiwizuje materiały, które ukazały się w mediach po konferencji.

Co powinno zawierać zaproszenie dla mediów?

- Zaproszenie pisemne dla mediów jest ważne, ale nie najważniejsze. Niektórzy wychodzą z założenia, że uroczysty charakter zaproszenia, na przykład drogi papier, kolorowy wydruk, przyciągną media. Tak to nie działa, liczy się utrzymywanie regularnych kontaktów, a wtedy papierowe zaproszenie może w ogóle nie być potrzebne.
- Zaproszenie powinno zawierać podstawowe informacje dotyczące projektu. Kto go realizuje i dla kogo? Jakie są podstawowe cele i grupy docelowe, gdzie odbędzie się wydarzenie i o której godzinie?
- Nie warto pisać zbyt długich informacji! Dziennikarze rzadko mają czas, aby je dokładnie przeczytać.
- Nie można zapomnieć o podaniu kontaktów. Numery telefonów koordynatorów czy realizatorów projektu są bardzo ważne.
- Po szczegółowe informacje należy odsyłać na stronę internetową.
- W zaproszeniu warto podkreślać aktualność wydarzenia oraz jego znaczenie dla odbiorców, ale za pomocą konkretnych, a nie ogólników.

Internet i media społecznościowe sprawiają, że oprócz budowania i rozwijania partnerstwa z mediami grupy młodzieży same mogą pełnić funkcje medialne. Strona internetowa projektu, a do tego informowanie o działaniach na Facebooku czy Twitterze to teraz żaden problem. Jeśli grupa projektowa postanowi korzystać również z tych kanałów, powinna pamiętać, aby były to miejsca żywej komunikacji. Często aktualizowana strona internetowa, ciekawe i różnorodne wpisy w portalach społecznościowych, na które nie trzeba czekać tygodniami, to standard komunikacji.

Przy tak wielu możliwościach warto się zastanowić, gdzie i w jaki sposób mają trafiać konkretne informacje. Media, także lokalne i regionalne, coraz chętniej szukają informacji również w internecie. Dlatego, jeśli grupa młodzieżowa zamierza budować partnerstwo z mediami, nie może umieszczać w sieci informacji, którymi chce zainteresować media, bo nie są to już dla nich newsy.

Dobra praktyka

Lokalne media partnerem piaseczyńskiej młodzieży

Gdy wpisze się do wyszukiwarki internetowej hasło „młodzieżowa rada miasta Piaseczno”, wyników nie brakuje. Łatwo też się zorientować, że młodzi aktywiści dbają o komunikację poprzez media na różne sposoby: można znaleźć publikacje z prasy, informacje z serwisów internetowych, nagrania z lokalnej TV, itd. „Od początku staraliśmy się współpracować z jak największą liczbą różnorodnych mediów. To się udało. I to warto polecić” – mówi Michał Iwan z młodzieżowej rady. Zaczęło się od szukania odpowiedzi na pytanie, jak dotrzeć do mediów w sposób nieformalny. Dość szybko okazało się, że nie jest to takie trudne. „W niedużych miejscowościach każdy każdego zna albo przynajmniej zna znajomego kogoś, kto zna dziennikarza” – mówi Iwan. Tą drogą przedstawiciele MRM trafili bezpośrednio do dziennikarzy lub zdobyli ich numery telefonów i zostali poleceni. Na początku w nieoficjalnych rozmowach opowiadali o tym, co planują zrobić, zachęcali do przyścia na spotkania. Jednocześnie do redakcji wysyłali oficjalne informacje i zaproszenia. Podobnie robią do dziś, z tą tylko różnicą, że od pewnego czasu dziennikarze sami ich pytają, czy planują coś ciekawego, o czym warto poinformować społeczność.

Młodzież z Piaseczna idzie równolegle dwiema medialnymi ścieżkami. Dzięki regularnym i ciekawym wpisom na profilu na Facebooku co miesiąc o jej działaniach dowiaduje się od kilku do kilkunastu tysięcy głównie młodych ludzi. Obecność w mediach społecznościowych pozwala im na regularną komunikację z rówieśnikami, wolontariuszami, potencjalnymi aktywistami. Prasa, telewizja lokalna, portale służą do komunikacji ze starszymi mieszkańcami.

Współpraca z każdym medium ma inny charakter, dopracowany w trakcie komunikacji. Dla niektórych lokalnych tytułów młodzi ludzie sami piszą teksty, które ukazują się po niewielkiej redakcji, innym udzielają wywiadów poprzedzonych wysłaniem tzw. briefu, z którego w 5–10 zdaniach dziennikarz dowiaduje się, o co chodzi. „Na pewno trzeba być otwartym i dużo mówić o tym, co się dzieje. Pokazywać, zapraszać na akcje” – radzi Iwan. A jednocześnie przestrzega przed traktowaniem mediów jako miejsca, do którego przychodzi się tylko ze sprawą. Jego zdaniem partnerstwo buduje się poprzez gotowość do pomocy mediom, czyli np. reagując natychmiast na ich potrzeby (gdy trzeba z dnia na dzień napisać tekst albo przygotować materiał zdjęciowy, nawet jeśli nie zdarzyło się nic szczególnego).

Młodzi aktywiści z Piaseczna zawsze też pamiętają o publicznych podziękowaniach dla partnerów. Każda informacja o działaniach rady, która pojawia się w mediach, jest podlinkowywana we wszystkich kanałach prowadzonych przez samą młodzież – przede wszystkim w mediach społecznościowych, dzięki czemu media te zyskują młodych odbiorców, korzystających głównie z internetu.



Młodzieżowa Rada Gminy Piaseczno



SCENARIUSZ ZAJĘĆ



Temat: Jak zdobyć i utrzymać partnera, czyli współpraca z mediami w projekcie lokalnym.

Czas: 135 min.

Cel ogólny:

- Przygotowanie młodzieży do nawiązania i kontynuacji współpracy z mediami lokalnymi w celu przeprowadzenia wspólnego przedsięwzięcia na rzecz środowiska lokalnego.

Cele szczegółowe:

Po zajęciach uczeń potrafi:

- stworzyć mapę „otoczenia medialnego”, czyli mediów, z którymi młodzież może współpracować przy realizacji projektu,
- wskazać podstawowe zasady rządzące światem mediów, przydatne w budowaniu z nimi partnerskiej relacji,
- użyć najważniejszych narzędzi komunikacji z mediami, niezbędnych do współpracy z nimi.

Metody pracy:

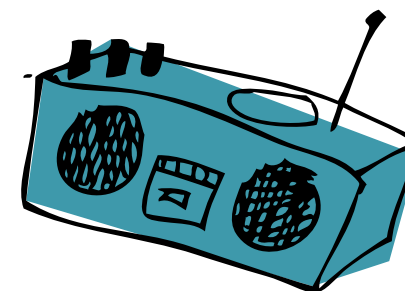
- praca grupowa i indywidualna,
- wykład,
- dyskusja, burza mózgów,
- symulacja.

Środki dydaktyczne:

- markery,
- tablica, flipchart,
- materiały do pisania,
- komputer z rzutnikiem (najlepiej z dostępem do internetu),
- gazety lokalne,
- materiały do ćwiczeń (patrz – załączniki do scenariusza).

Przebieg zajęć:

Okolo tygodnia przed planowaną lekcją nauczyciel prosi uczniów, aby dokładnie sprawdzili, jakie media działają w ich otoczeniu. Chodzi o wszystkie ich rodzaje: gazety, radio, telewizję, portale internetowe. Następnie sugeruje grupie, by na lekcję przyniosła gazety, zanotowane adresy portali lub zrzuty ekranowe stron internetowych.



Część I (45 min.)

1. Sprawdzenie obecności i wyjaśnienie celu lekcji (5 min.)

2. Ćwiczenie A (20 min.)

Praca w grupach z materiałami przyniesionymi przez uczniów, mająca na celu uporządkowanie ich wiedzy na temat środowiska medialnego, z którym mieliby współpracować w czasie realizacji projektu. Uczniowie wymieniają się informacjami na temat mediów lokalnych oraz zastanawiają się, które z nich mogą być zainteresowane partnerstwem przy młodzieżowym projekcie społecznym.

Grupy przygotowują kartę mediów – partnerów.

Karta ma 4 kolumny:



Tytuł i rodzaj mediów

Może/nie może być partnerem

Dlaczego?

Namiary na konkretnego dziennikarza

Opis do karty mediów:

Kolumna 1: Nazwa/tytuł i rodzaj medium, częstotliwość wydawania, np. „Kurier Chełmski”, tygodnik lokalny.

Kolumna 2: Decyzja.

Kolumna 3: Uzasadnienie. Dlaczego może być partnerem, np. pojawiają się tam informacje o projektach unijnych w okolicy, materiały społeczne. Dlaczego nie może być partnerem – np. publikuje tylko reklamy i ogłoszenia; gazeta jest tubą propagandową lokalnej władzy.

Kolumna 4: Kontakt do właściwego dziennikarza lub dziennikarki, np. e-mail, telefon (jeśli uczniowie jeszcze nie wiedzą, kto zajmuje się tematyką społeczną, mogą to uzupełnić później).

Następuje podsumowanie pracy w grupach oraz omówienie na forum dokonanych wyborów. Nauczyciel zobowiązuje kilku uczniów do uporządkowania powstałych kart mediów – partnerów, aby przygotować pełną bazę. Na pewno się przydadzą w przyszłości.

3. Krótka dyskusja dotycząca form współpracy z mediami.

Nauczyciel pyta młodzież o to, w jaki sposób może jako grupa projektowa współpracować z mediami?

Przykładowe odpowiedzi:

- media mogą być patronem działań grupy,
- media mogą publikować teksty, nagrywać audycje, reportaże,
- media mogą przeprowadzać wywiady z realizatorami projektu i beneficjentami działań grupy.

Ćwiczenie B (20 min.)

Praca w grupach. Nauczyciel prosi grupę o przeczytanie krótkiego tekstu „Patronat medialny – o co chodzi” (Załącznik nr 1), a zaraz potem poniższej informacji na temat projektu:

Stowarzyszenie „Pro Lingua” rozpoczyna prowadzenie kursów językowych. Przez cały tydzień 30 wolontariuszy stowarzyszenia przez 3 godziny dziennie będzie uczyć mieszkańców stolicy Podkarpacia języków obcych. To wyjątkowa akcja, część programu edukacyjnego finansowanego przez Unię Europejską.

Następnie nauczyciel prosi grupę o przygotowanie szkicu listu z prośbą o patronat medialny. Pytania pomocnicze:

- Co możecie zaproponować mediom?
- Do czego możecie się zobowiązać?
- Czego oczekujecie od mediów?

Uczniowie odczytują swoje propozycje. Wspólnie z nauczycielem zastanawiają się, jak powinno wyglądać dobrze skonstruowane pismo do mediów – jakie informacje dotyczące projektu powinny się w nim znaleźć. Jakie są podobieństwa i różnice między patronatem medialnym i publikacją w mediach?

Podobieństwo:

Celem obu działań jest aktywność mediów w danej sprawie, rozpowszechnianie informacji na jej temat.

Różnica:

Patronat ma najczęściej charakter formalny, umowa zobowiązuje media do publikacji. Brak patronatu oznacza, że inicjatorzy projektu za każdym razem muszą zabiegać, aby powstał materiał na temat ich działań.

Następnie nauczyciel i młodzież zastanawiają się, w jaki sposób zaproponować mediom zaangażowanie się w ich inicjatywę – wysłać zaproszenie do mediów z opisem działań czy poprosić o patronat medialny?

Część II (45 min.)

Podstawowy element współpracy z mediami to przygotowanie przeznaczonych dla nich materiałów. W formie wykładu lub burzy mózgów nauczyciel pokazuje uczniom, co powinien zawierać poprawnie przygotowany pakiet materiałów medialnych:

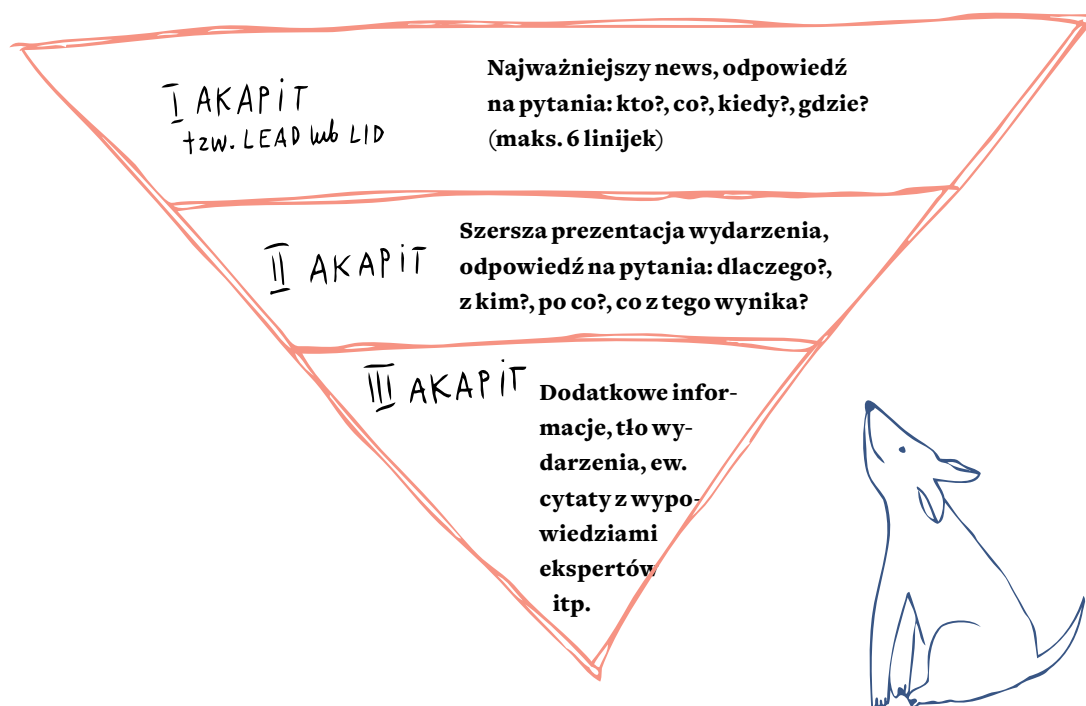
- komunikat prasowy,
- notatkę problemową przedstawiającą szersze tło zagadnienia,
- zdjęcia,
- ewentualnie gadżety.

W formie wykładu lub burzy mózgów nauczyciel pokazuje uczniom, co to jest komunikat prasowy.

Schemat komunikatu prasowego:

- **Nadawca:** logo, pełna nazwa organizacji.
- **Odbiorca:** konkretny dziennikarz w redakcji.
- **Typ informacji:** informacja prasowa, komunikat, zawiadomienie itp.
- **Tytuł:** możliwie krótki (maks. 5 słów) – powinien być opisowy.
- **Kontakt:** dane osoby kompetentnej w tej sprawie. Podajemy zarówno telefon do pracy, jak i numer, pod którym można daną osobę zastać po godzinach.

Treść komunikatu prasowego jest zbudowana według zasady odwróconej piramidy:



Ćwiczenie C (20 min.)

Następnie uczniowie wykonują ćwiczenie umieszczone w Załączniku nr 2.

Nauczyciel omawia z młodzieżą napisany materiał. Jeszcze raz powtarza informacje na temat zasad pisania komunikatów dla mediów.

Ćwiczenie D (25 min.)

Do przeprowadzenia ćwiczenia należy wykorzystać Załącznik nr 3. „Rozmowa z mediami – czas na wywiad”.

Najpierw w formie burzy mózgów nauczyciel rozmawia z uczniami na temat najważniejszych kwestii związanych z kontaktem z mediami. Nauczyciel dzieli uczniów na 3-osobowe zespoły w składzie: dziennikarka, działacz, obserwatorka – w ramach których przeprowadzają ze sobą krótkie rozmowy.

Po ćwiczeniu osoby pełniące role dziennikarzy przygotowują teksty oparte na tych rozmowach i informacjach otrzymanych na konferencji prasowej. Pozostali sporządzają notatki na temat doświadczeń płynących z kontaktu z mediami – jak się czuli w swojej roli, czy korzystali ze świeżo zdobytej wiedzy i w jakim zakresie? Nauczyciel omawia z młodzieżą teksty i notatki, które powstały. Odnosi je do wcześniej przekazanych informacji.

Część III (45 min.) Zaproszenie mediów – organizacja konferencji prasowej

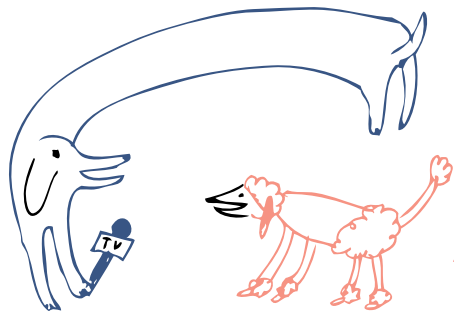
Najpierw w formie krótkiego wykładu lub burzy mózgów nauczyciel rozmawia z uczniami na temat najważniejszych kwestii związanych z organizacją spotkania z mediami (można użyć do tego wcześniej zaproponowanych materiałów). Następnie przechodzi do Ćwiczenia E.

Ćwiczenie E (40 min.)

Do wykonania ćwiczenia niezbędny jest Załącznik nr 4. Uczniowie losowo wybierają role organizatorów konferencji prasowej i dziennikarzy różnych mediów. Nauczyciel daje im kilka minut na wcielenie się w role, a następnie prosi, by przygotowali i przeprowadzili spotkanie z mediami.

Po inscenizacji omawia ją pod kątem organizacji i jasności przekazu. Jeśli wystarczy czasu, może poprosić o przygotowanie notatek z uwagami, jak w Ćwiczeniu D.





Załączniki do scenariusza



Załącznik nr 1.

Patronat medialny

Patronat odpowiedniego medium z pewnością pomoże nagłośnić wydarzenie, wypromować je, dotrzeć do potencjalnych odbiorców. Atrakcyjny patronat medialny podnosi również prestiż działań, ale warto pamiętać, że i dla mediów ich logo figurujące obok ważnych firm i instytucji nie jest bez znaczenia.

Jak stworzyć dobrą ofertę patronacką? Uczestnicy projektu nie muszą być znawcami marketingu i PR, aby wiedzieć, że dobra oferta powinna zawierać informacje o:

- **projekcie** (o co chodzi, co, gdzie i kiedy będzie się działo);
- **organizatorze** (kto za tym stoi, jakie ma doświadczenie);
- **innych organizacjach, partnerach;**
- **korzyściach dla patrona medialnego** (co zyska patron, wspierając to wydarzenie – nie tylko „logo na ulotkach”, ale „logo na 1000 ulotek rozdanych wśród uczniów wszystkich szkół w powiecie”);
- **konkretnych oczekiwaniach wobec patrona medialnego** (kiedy i czego się spodziewa partner – im konkretniej to określili, tym lepiej).

Oferta powinna być atrakcyjna (pokazywać, czym ten festyn różni się od wielu innych), przekonująca (udowodnić, że to właśnie tę inicjatywę warto wesprzeć) i poprawna technicznie (1–2 pliki wysłane e-mailem, niezbyt ciężkie, list skierowany do właściwej osoby). Taka oferta jest wizytówką projektu. Przy okazji badania otoczenia medialnego pod kątem partnerstwa warto dowiedzieć się, kto w danej redakcji zajmuje się patronatami medialnymi i do tej osoby skierować pismo. Często wystarczy e-mail, ale czasem dobrze jest zadzwonić i uprzedzić o wysyłce oferty. Powinna być ona dopasowana do medium (specyfiki, zasięgu, itp.).

Profesjonalna umowa z patronem medialnym zawiera wzajemne zobowiązania – bardzo ważna jest terminowość w ich realizacji: trzeba pamiętać, kiedy wysłać informacje do patrona; poprosić go z odpowiednim wyprzedzeniem o logo do umieszczenia w materiałach projektu.

Równie ważna jest forma podsumowania i zakończenia współpracy przy danym projekcie. Warto pamiętać o tym, by wysłać podziękowanie za wsparcie medialne oraz podsumowanie współpracy – tu dobrze jest pokazać, co konkretnie zawdzięcza się patronowi (np. „Dzięki informacji w Państwa czasopiśmie o warsztatach dowiedziało się 1000 osób”). Jeśli chce się kontynuować współpracę – warto napisać o planach i oczekiwaniach na przyszłość.

Jedną z trudności przy staraniach o patronat są wzajemne relacje mediów. Często patronat jednej redakcji wyklucza wsparcie ze strony innej.

Załącznik nr 2.



Ćwiczenie C

Przykład 1.

Na podstawie poniższych informacji przygotuj komunikat dla mediów, wykorzystując zasadę odwróconej piramidy. Co jest najważniejsze, a z czego można zrezygnować?

1. Nasz młodzieżowy popołudniowy klub opieki „Misiek” funkcjonuje już od 3 lat.
2. Do klubu trafiają dzieci z całego miasta w wieku od 3 do 6 lat.
3. Dzieci przebywają w klubie popołudniami przez kilka godzin; dla części z nich jest to namiastka przedszkola, do którego nie chodzą.
4. W czasie pobytu tutaj dzieci bawią się i uczą.
5. W naszym klubie codziennie pracuje kilku wolontariuszy – uczniów lokalnych szkół i studentów studiów pedagogicznych.
6. Codziennie przychodzi do nas kilkanaścioro dzieci.
7. Roczny koszt utrzymania klubu to 50 000 złotych.
8. Władze miasta, które finansują w całości klub, chcą nam odebrać dotację.
9. Wolontariusze marzą o wyremontowaniu niszczonego budynku obok klubu i rozwinięciu działalności.

Cytaty:

1. „Taki klub jest bardzo ważny, szczególnie w sytuacji, gdy liczba miejsc w przedszkolach jest ograniczona, a nie wszystkich stać na placówki prywatne” – mówi Teresa Nowak, matka 4-letniego Krzysia.
2. „Takie miejsca są lokalnie potrzebne. Klub spełnia rolę przedszkola, choć nim nie jest. Pozwala odciążyć rodziców. Dzieciakom daje wiele radości, a wolontariuszom konkretne umiejętności, które mogą się przydać w przyszłej pracy zawodowej” – mówi Jan Kowalski, dyrektor lokalnego klubu wolontariatu.
3. Władze samorządowe odmówiły komentarza w tej sprawie.

Wzór dla nauczyciela

Władze miasta chcą odebrać pomoc finansową klubowi opieki „Misiek”. Wolontariusze, którzy od 3 lat codziennie zajmują się kilkanaścioro dziećmi, ucząc je i bawiąc się z nimi, alarmują, że klub ma zostać pozbawiony 50 000 zł dotacji, co w praktyce będzie oznaczało jego likwidację. Władze samorządowe odmówiły komentarza w tej sprawie. „Taki klub jest bardzo ważny, szczególnie w sytuacji, gdy liczba miejsc w przedszkolach jest ograniczona, a nie wszystkich stać na placówki prywatne” – mówi Teresa Nowak, matka 4-letniego Krzysia, który spędził w „Miśku” wiele popołudni. W czasie pobytu w klubie dzieci bawią się i uczą pod okiem kilku wolontariuszy, uczniów lokalnych szkół i studentów pedagogiki. „Takie miejsca są lokalnie potrzebne. Klub spełnia rolę przedszkola, choć nim nie jest. Pozwala odciążyć rodziców. Dzieciakom daje wiele radości, a wolontariuszom konkretne umiejętności, które mogą się przydać

w przyszłej pracy zawodowej” – mówi Jan Kowalski, dyrektor lokalnego klubu wolontariatu. Jeszcze niedawno wolontariusze z klubu marzyli o wyremontowaniu niszczonego budynku obok i rozwinięciu działalności. Tymczasem obecnie muszą liczyć się z zamknięciem swojej placówki.

Przykład 2.

Przeczytaj poniższą informację. Spróbuj ją poprawić w taki sposób, aby spełniała kryteria poprawnie skonstruowanej informacji prasowej.

Zawiązanie inicjatywy służącej powołaniu białostockiej chorągwi husarii.

W dniu 19 marca chorągwie husarskie uczestniczyły w apelu jasnogórskim, wzbudzając podziw licznie zgromadzonych pielgrzymów. Została odprawiona specjalna msza św. w kaplicy cudownego obrazu, której towarzyszyło gorące w patriotycznej wymowie kazanie o. Horacego.

Delegacja Rycerstwa Św. Kazimierza Królewicza i Fundacji Obowiązek Polski uczestniczyła 19–20.03.2011 r. w pielgrzymce husarzy na Jasną Górę. W niedzielę zwiedzono wyjątkową w skali europejskiej bibliotekę klasztorną i bastion św. Rocha.

W nawiązaniu do bogatych tradycji Białostoczczyzny, szczególnie XVII-wiecznych, jednostka przyjmie nazwę Białostockiej Chorągwi Husarskiej Króla Zygmunta Augusta.

Jednocześnie w dniu 19.03.10 r., którego wyjątkowe znaczenie podkreślała uroczystość św. Józefa, patrona mężczyzn i rodzin, oficjalnie zawiązała się inicjatywa służąca powstaniu chorągwi husarii w Białymstoku. Inicjatorzy, Dariusz Wasilewski i Karol Kramkowski, zawierzyli zamierzone dzieło Maryi Królowej Polski.

Z wyrazami szacunku
Dariusz Wasilewski

Wzór dla nauczyciela

W dniu 19 III 2010 r. w Częstochowie została zawiązana inicjatywa służąca powołaniu chorągwi husarii w Białymstoku. W nawiązaniu do bogatych XVII-wiecznych tradycji Białostoczczyzny jednostka przyjmie nazwę Białostockiej Chorągwi Husarskiej Króla Zygmunta Augusta. Inicjatorzy, Dariusz Wasilewski i Karol Kramkowski, zawierzyli to dzieło Maryi Królowej Polski. Odbyło się to w czasie pielgrzymki Rycerstwa Św. Kazimierza Królewicza i Fundacji Obowiązek Polski na Jasną Górę.

Załącznik nr 3.

Ćwiczenie D

Nauczyciel dzieli uczniów na 3-osobowe zespoły i przydziela im role: dziennikarki, działacza, obserwatora, w ramach których przeprowadzają krótkie rozmowy, wykorzystując otrzymane informacje.

Role:

Dziennikarka

W twojej miejscowości inwestorzy planują wybudowanie multipleksu z kilkunastoma salami

kinowymi. Pod względem strategicznym to świetna inwestycja, problem polega jednak na tym, że aby powstał okazały budynek, trzeba wyburzyć zabytkowy teatr, w którym teraz spotykają się młodzi ludzie. Mieszkańcy są podzieleni. Część chce nowoczesnego kina, część jest oburzona, że wydano zgodę na wyburzenie zabytku i zapowiada protesty. Są wśród nich przedstawiciele grupy młodzieżowej. Twoim zadaniem jest przeprowadzić z nimi rozmowę i spisać to, czego się dowiedziało.

Przedstawiciel protestujących

W twojej miejscowości inwestorzy planują wybudowanie multipleksu z kilkunastoma salami kinowymi. Pod względem strategicznym to świetna inwestycja, problem w tym, że aby powstał okazały budynek, trzeba wyburzyć zabytkowy teatr, w którym teraz spotykają się młodzi ludzie. Mieszkańcy są podzieleni. Część chce nowoczesnego kina, ty jednak należysz do osób oburzonych tym, że wydano zgodę na wyburzenie zabytku. Wraz z innymi mieszkańcami zawiązałeś komitet protestacyjny. Nie rozumiesz, czemu urzędnicy nie zapytali mieszkańców, w tym młodzieży, o opinię. Uważasz, że to bardzo ważne miejsce dla młodych ludzi z twojego miasta. Dziennikarka lokalnych mediów poprosiła cię o rozmowę na ten temat. Postaraj się przekonać go do swoich racji.

Obserwatorka

Twoim zadaniem jest przyglądanie się rozmowie dziennikarki i przedstawiciela protestujących. Notuj uważnie, jakie pytania i odpowiedzi pojawiły się w jej trakcie. Czy protestującemu udało się przekonać dziennikarkę do swoich racji? Jakich argumentów używał? Jakie pytania zadawała dziennikarka? Jak się zachowywali rozmówcy?

Po przeprowadzeniu rozmów oraz spisaniu najważniejszych wątków przez dziennikarkę oraz wynotowaniu spostrzeżeń przez obserwatorkę, nauczyciel analizuje z zespołem powstałe materiały pod kątem omawianych wcześniej zasad rozmawiania z mediami.

Załącznik nr 4.

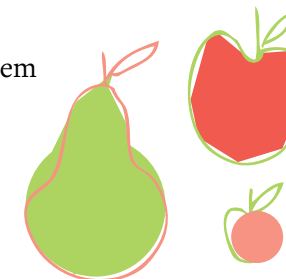
Ćwiczenie E

Każdy z uczniów losuje jedną z poniższych ról. Następnie wszyscy otrzymują zaproszenie na konferencję prasową, na której wcielają się w swoje role. Drugą część lekcji nauczyciel poświęca na analizę scenki i odegranych ról oraz tekstów, które powstały w efekcie ćwiczenia.

Zaproszenie na konferencję prasową

Grupa młodzieżowa „Dookoła zielono”
zaprasza na konferencję prasową na temat akcji pod hasłem
„Recykling daje owoce”

Czas: 25 III, godz. 10.30
Miejsce: OHP Człuchów

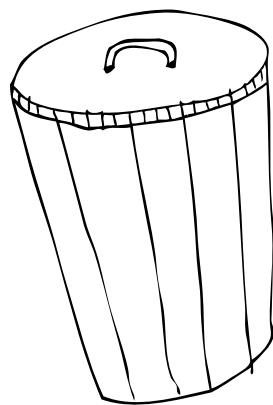


Na spotkaniu poinformujemy o pierwszej tak owocnej eko-akcji w naszym mieście. Już w najbliższy weekend człuchowianie (i nie tylko) będą mogli zamienić np. zużyte świetlówki na gruszki, butelki plastikowe na jabłka, a makulaturę na śliwki. Jednym słowem: różne domowe odpady zamieniamy na owoce. Cel akcji jest oczywisty – ekologia to przecież zdrowie! Jeżeli zatem będziemy dbać np. o czystość i stosować recykling, to równocześnie zadamy o swoje zdrowie.

Na czym to polega?

Jedna osoba będzie mogła dostać 1 kg owoców, jeżeli przyniesie jeden z wymienionych rodzajów surowców wtórnych:

- 10 szklanych butelek lub słoików,
- 10 butelek lub kubków plastikowych,
- 10 puszek aluminiowych po napojach,
- 10 kartonów po napojach (mleku, sokach),
- 10 zużytych baterii,
- 5 kg makulatury,
- 5 sztuk sprzętu elektrycznego małego (suszarka, mikser),
- 1 sztukę sprzętu elektrycznego dużego (telewizor, lodówka).



Szczegóły akcji na www.czuchow-recykling.pl

Organizator:.....
imię nazwisko, funkcja, telefon, e-mail

Role do Ćwiczenia E. Materiał do wycięcia i rozdania.

(Liczba kopii ról przedstawicieli mediów jest zależna od liczby wcielających się w nich uczniów).

Działacze

Jesteś prezeską organizacji młodzieżowej

W czasie przygotowań do konferencji prasowej koordynujesz pracę działaczy i działaczek organizacji – ustalasz treść przekazu dla mediów w oparciu o przygotowany materiał (tym celu można sięgnąć po informacje z internetu). Przygotowujesz 5 zdań zawierających najważniejsze treści, jakie grupa chce przekazać mediom na spotkaniu.

Podczas konferencji zabierasz głos i odpowiadasz na pytania.

Jesteś prowadzącym konferencję

W czasie przygotowań do spotkania z mediami pracujesz w porozumieniu z prezeską i ekspertką. Podczas konferencji witasz wszystkich, przedstawiasz temat spotkania, kierujesz przebiegiem konferencji (kolejnością wypowiedzi i zadawania pytań).

Jesteś ekspertką grupy

W czasie przygotowań do konferencji prasowej pracujesz w porozumieniu z prezeską nad treścią przekazu dla mediów oraz nad uzupełnieniem/wzbogaceniem wypowiedzi prezesa (należy w tym celu sięgnąć po informacje z internetu).

Podczas konferencji zabierasz głos, udzielasz odpowiedzi na pytania dziennikarzy.

Jesteś odpowiedzialna za przygotowanie materiałów na konferencję

Przed spotkaniem pracujesz, wykorzystując otrzymane materiały, nad komunikatem dla mediów.

Zapisz na kartce, jakie jeszcze materiały (w pakiecie prasowym) powinni dostać dziennikarze przed, w czasie i po konferencji.

Jesteś odpowiedzialna za przygotowanie miejsca konferencji i kontakty z mediami

Pracujesz nad wyglądem sali, ustawieniem krzeseł, stołu konferencyjnego, recepcją, wręczeniem komunikatów mediom, zebraniem listy mediów.

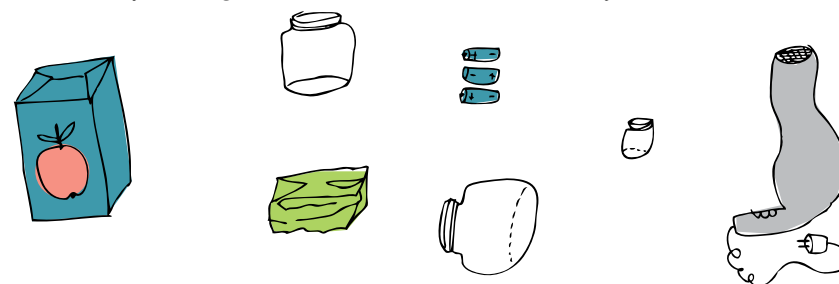
Media

Jesteś dziennikarką

W czasie przygotowań do konferencji prasowej zapoznasz się z zaproszeniem, które otrzymałaś. Następnie przygotowujesz pytania, które potem zadajesz na spotkaniu. Możesz zaproponować komuś z organizatorów krótki wywiad po konferencji, a następnie go przeprowadzić. Na koniec opracowujesz materiał o tym, czego się dowiedziałas na konferencji.

Jesteś dziennikarzem

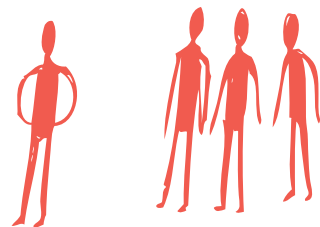
W czasie przygotowań do konferencji prasowej zapoznasz się z zaproszeniem, które otrzymałeś. Następnie przygotowujesz pytania, które potem zadajesz na spotkaniu. Na koniec opracowujesz materiał o tym, czego się dowiedziałeś na konferencji.



Marcin Grudzień – trener i animator edukacji medialnej, przez wiele lat dziennikarz i redaktor. Absolwent Szkoły Trenerów Organizacji Pozarządowych STOP i Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego (kierunek dziennikarstwo).

Współautor bryka dla liderów warsztatów medialnych i poradnika dotyczącego netografii. Uczy dziennikarstwa internetowego na Społecznej Akademii Naukowej w Warszawie, ekspert Centrum Edukacji Obywatelskiej, współpracownik Centrum Cyfrowego. Prowadzi blog o edukacji i nowych mediach: <http://technoedukacja.blogspot.com/>; członek grupy Superbelfrzy: <http://www.superbelfrzy.edu.pl/>.

WSPÓŁPRACA Z ORGANIZACJAMI OBYWATELSKIMI I GRUPAMI NIEFORMALNYMI



Ułożenie jak najwyższej piramidy z plastikowych kubków w jak najkrótszym czasie to proste czy trudne zadanie? Ta dyscyplina to speed stacks, czyli szybkie kubki – sport i zabawa, do Polski przybyła ze Stanów Zjednoczonych. Grupa młodych ludzi z Zespołu Szkół Ogólnokształcących Mistrzostwa Sportowego w Raciborzu promuje swoją miejscowość właśnie poprzez ten nietypowy sport. Pomaga im w tym Fundacja Wspierania Aktywności „ProAktywni”, która w szkolnym konkursie młodych talentów funduje nagrody i współorganizuje Mistrzostwa Polski w tej dyscyplinie.

Jak widać, można skutecznie promować miejscowość dzięki współpracy szkoły z organizacją obywatelską lub grupą nieformalną, które inicjują współpracę lokalną lub się w nią włączają.

Wśród organizacji obywatelskich (tzw. trzecim sektorze) można wymienić: stowarzyszenia, fundacje, organizacje społeczne, organizacje pracodawców, organizacje samorządu gospodarczego i zawodowego, związki zawodowe, organizacje i instytucje społeczne mające kościelną osobowość prawną, partie polityczne oraz podmioty sektora gospodarki społecznej: spółdzielnie i towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych. Jednak w tym materiale będzie mowa głównie o organizacjach pozarządowych takich jak stowarzyszenia czy fundacje oraz grupach nieformalnych.

Co wyróżnia lokalne organizacje pozarządowe lub grupy nieformalne na tle innych partnerów?

- **Misja** – określa cel społeczny, dzięki któremu ludzie się zebrali i chcą wspólnie działać. Może to być np. zmiana sposobu żywienia się uczniów w szkole.
- **Działania** – odpowiednie do realizacji wybranych celów, często innowacyjne, ponieważ organizacje i grupy mają dużą swobodę wyboru formy aktywności, gdy chcą odpowiedzieć na potrzeby grupy, dla której działają, np. promowanie uprawiania ogródków szkolnych, picia świeżo wyciskanych soków, wprowadzenia do sklepiku szkolnego ciemnego pieczywa i owoców.
- **Forma prawna** – dotyczy tylko organizacji. Jej członkowie wybierają taką formę, która pozwoli im najlepiej osiągnąć cel, który sobie wybrali i odpowiada warunkom, w jakich funkcjonują (mają osoby chętne do działania, ale nie mają środków – wtedy mogą założyć np. stowarzyszenie). Funkcjonowanie poszczególnych form organizacji jest regulowa-

ne przez prawo. Organizacje muszą być zarejestrowane w urzędzie, dzięki czemu mogą otrzymywać dotacje, darowizny, zatrudniać pracowników czy wynajmować lokal.

- **Kontakt ze społecznością** – ponieważ organizacje lub grupy powstają w odpowiedzi na potrzeby czy problemy społeczności, mają bezpośredni kontakt z jej członkami. Dzięki temu dowiadują się szybko, co zmienia się w otoczeniu za sprawą ich działań.
- **Nieformalne relacje w zespołach** – kontakt między członkami organizacji czy grupy jest często znacznie bardziej bezpośredni, partnerski niż w innych instytucjach, co tworzy dobrą atmosferę pracy.
- **Wybór zarządu** – w porównaniu z innymi partnerami organizacje mają zwykle bardziej demokratyczną formę wyboru zarządu, np. przez wszystkich członków na walnych zebraniach. Jednak sposób wybierania władz reguluje też forma prawna danego podmiotu – jak w przypadku fundacji, gdzie zarząd jest wybierany przez fundatora. Zarząd reprezentuje organizację i może podpisywać ważne dokumenty, jest też zgłoszony do Krajowego Rejestru Sądowego. Grupy nieformalne również mogą mieć swojego lidera, ale najczęściej jego wybór nie musi być usankcjonowany prawnie.
- **Finansowanie działalności** – środki na działanie pochodzą ze składek członkowskich, z dotacji (grantów), z darowizn, ze zbiórek publicznych, z 1% podatku dla organizacji pożytku publicznego, z własnej działalności (odpłatnej lub gospodarczej), a także z inwestycji finansowych.

Funkcje organizacji pozarządowych i grup nieformalnych

Organizacje pozarządowe i grupy nieformalne pełnią bardzo wiele funkcji, zależnie od formy i celu działania danego podmiotu, np.:

- **z własnej inicjatywy** podejmują działania na rzecz dobra publicznego, kierując się względami społecznymi, a nie w celu osiągnięcia zysku, (np. prowadzą projekty integrujące mieszkańców miejscowości, organizują warsztaty dla seniorów z obsługiwanym komputerem, zapewniają bezpłatne poradnictwo prawne dla określonych grup)
- **produkują dobra i usługi, często innowacyjne** (np. sprzedają ekologiczne warzywa i owoce, projektują strony internetowe, organizują gry i zabawy dla dzieci, ich pracownicy prowadzą przedszkola, szkoły, stołówki, warsztaty, drukarnie, prowadzą badania, opiekują się chorymi czy osobami z niepełnosprawnością),
- **bronią praw i interesów grup**, które potrzebują ich wsparcia (np. wstawiają się za pracownikami, którym grozi zwolnienie, bronią lokatorów zagrożonych eksmisją, chodzą na spotkania komisji sejmowych, by wpływać na zapisy ustaw),

- umożliwiają wspólne działanie i wypowiedzenie się w różnych sprawach (np. zwołują spotkania w sprawie obrony drzew przeznaczonych do wycinki, lokalnie pracują nad strategią rozwoju turystyki, tworzą petycje, np. w sprawie budowy skateparku czy zwiększenia częstotliwości kursowania autobusów).

Grupy nieformalne to grupy osób, które zbierają się i działają w celu rozwiązania wspólnego problemu (np. by ograniczyć zbyt duże natężenie ruchu w centrum miejscowości czy powstrzymać zakusy dewelopera na miejski park) lub zaspokojenia wspólnych potrzeb (np. grupa rodziców organizuje czas dzieciom, młodzi ludzie chcą stworzyć ścieżki rowerowe). Grupy takie nie rejestrują się w urzędach, a przez to zarówno ich cele, jak i sposoby działania oraz liderzy czy członkowie mogą się zmieniać i nie trzeba tego nikomu zgłaszać. Jednak niesformalizowany charakter i brak rejestracji ogranicza im możliwości pozyskiwania środków finansowych na działalność w porównaniu do organizacji pozarządowych.

Możliwość współpracy z organizacją pozarządową czy grupą nieformalną może być naprawdę dużo, ale organizacje zwykle mają jasno określony profil, więc wystarczy ustalić, czego się dokładnie potrzebuje i znaleźć taką, która może udzielić pomocy. Organizacje są zwykle nastawione na współpracę z ludźmi, otwarte na kontakt i chętnie udzielają wsparcia. Na terenach wiejskich stowarzyszenia czy fundacje zwykle działają w miejscowości, gdzie jest siedziba gminy lub powiatu i skupiają się na wspieraniu mieszkańców okolicznych terenów. Bardziej widoczne mogą być tam działania grup nieformalnych.

Zasoby organizacji i grup

Organizacje pozarządowe i grupy nieformalne dysponują wieloma zasobami, z których warto skorzystać:

- Doświadczeni pracownicy** – którzy mają różne umiejętności. Jeśli uczniowie, realizując projekt, potrzebują praktycznej porady – mogą skorzystać z wiedzy osób z organizacji, np. jeśli planują lokalny festyn albo grę terenową, potrzebują ludzi do poprowadzenia spotkania czy warsztatów. Może pomysły uczniów uda się połączyć z działaniami pracowników i uda się zorganizować coś naprawdę wyjątkowego?
- Kontakty** – dzięki temu, że działają dłużej, organizacje znają teren, na którym pracują, wiedzą, kto co robi, mają doświadczenie we współpracy i kontakty do sprawdzonych ludzi w innych organizacjach i instytucjach. W razie potrzeby mogą polecić grupę projektową lub wypromować jej działania. Jeśli np. poszukiwany jest ktoś, kto może opowiedzieć innym o historii miejscowości, a uczniowie nie wiedzą, do kogo się zwrócić – mogą iść do poznanej już organizacji czy grupy i podpytać o kontakt do odpowiedniej osoby.
- Specjalistyczna wiedza** – to wiedza na temat lokalnych potrzeb, problemów, struktury władzy lokalnej (czyli kto w miejscowości podejmuje decyzje), sponsorach, pisaniu pism czy wniosków, ale też po prostu dotycząca tego, jak coś skutecznie załatwić, np. zorganizować zbiórkę publiczną. Równie cenna jest też merytoryczna wiedza związana z obszarem działalności danej organizacji, np. sportem, wspieraniem działań lokalnych, pracą

z osobami z niepełnosprawnością. Przykładowo, jeśli uczniowie mają pomysł na założenie miejskiego ogródka czy szukają ciekawostek do prezentacji o historii miejscowości, z pewnością mogą im pomóc członkowie lokalnej grupy ekologicznej (jakie rośliny i kiedy zasiać) i towarzystwa przyjaciół miejscowości (jakie ciekawe osoby tu dawniej mieszkały).

- Rzeczy lub miejsca** – organizacje lub grupy mogą dysponować salą na spotkanie poza szkołą czy lokalną prezentację, a także rzutnikiem i komputerem z internetem, niezbędnymi do pracy nad projektem, ksero do powielania ulotek czy ankiet, miejscem, gdzie można powiesić plakat, by wypromować działanie wśród społeczności.
- Środki finansowe** – niektóre organizacje np. fundusze lokalne, lokalne grupy działania, organizacje, które pracują z młodymi ludźmi (np. Polska Fundacja Dzieci i Młodzieży) lub działają przy dużych firmach, mogą prowadzić projekty, w ramach których przekazują niewielkie środki finansowe na działania lokalnych grup. Osoby, które chcą skorzystać z tych środków, muszą dokładnie opisać, na czym polega planowany projekt, a po jego zaakceptowaniu podpisać porozumienie. Podstawą do wydawania środków jest budżet projektu, uzgodniony wspólnie z grantodawcą.

Jak współpracować z organizacjami pozarządowymi lub grupami nieformalnymi?

- Przed wszystkim należy przemyśleć, **co z wymienionych powyżej zasobów organizacji lub grup jest nam potrzebne**. Jakiego rodzaju wsparcie przydałoby się planowanym działaniom na rzecz społeczności? Na przykład: uczniowie tworzą trasę tematyczną i szukają osób, które odpowiedzą jakies ciekawostki o okolicznych miejscach.
- Następnie należy się zastanowić, **która organizacja albo lokalna grupa może zajmować się tym tematem** (np. koło miłośników historii miejscowości, klub seniora, koło gospodyń wiejskich). Jeśli młodzież tego nie wie – może zapytać nauczycieli, rodziców, osoby z już poznanych organizacji, grup, instytucji. Już planując działania, dobrze jest wypisać zasoby, jakimi dysponuje kilka organizacji czy grup. Wtedy łatwiej będzie szukać nowego partnera, gdy jeden z nich odmówi wsparcia.
- Poza zapytaniem znajomych osób **można wyszukać organizację przez internet**, wpisując miejscowość i obszar tematyczny na stronie www.bazy.ngo.pl. Nie wszystkie organizacje czy grupy zostały w niej ujęte, najlepiej pytać o kolejne grupy, kiedy odwiedzi się pierwszą z nich. Jeśli organizacja ma stronę internetową – na niej można poczytać o jej działaniach.
- Jeśli to, co uczniowie chcą robić lub czego potrzebują, różni się z celem, misją czy obszarem działania grupy lub organizacji, może ona nie udzielić potrzebnego wsparcia. Dlatego ważne jest, by wcześniej **zdożyć informacje o profilu jej działań**. Jednak nawet jeśli trafimy pod niewłaściwy adres, warto wykorzystać okazję i zapytać, czy w danej organizacji znają może kogoś, kto może pomóc – i skorzystać z lokalnej sieci kontaktów.

- **Jak się umówić na spotkanie i uzyskać pomoc?** Na początku trzeba przygotować się do rozmowy – zapisać na kartce, co dokładnie jest potrzebne, a co można dać w zamian. Następnie zadzwonić do organizacji albo pójść tam osobiście. Przedstawić się, powiedzieć, co się robi i dlaczego się przychodzi czy dzwoni. Najlepiej spróbować dotrzeć do osoby, która podejmuje decyzje w danej sprawie, gdy np. potrzebna jest zgoda na wykorzystanie sali czy ksero. Jeśli konieczne jest spotkanie z ekspertem, trzeba zapytać, z kim można porozmawiać na dany temat, np. o historii miejscowości. Najlepiej jest szczerze opowiedzieć o tym, dlaczego projekt jest dla nas ważny, co chcemy zrobić i dlaczego. Warto przedstawić korzyści płynące z danej akcji dla społeczności, a potem wyjaśnić, dlaczego tak ważne jest, żeby dana grupa lub organizacja włączyła się do tych działań, jakie będzie mieć z tego korzyści. Przez telefon można umówić się na konkretny termin spotkania. To zwykle nie trwa długo, ale trzeba zarezerwować ok. 30–60 minut. Po spotkaniu należy zostawić potencjalnemu partnerowi kontakt telefoniczny i mailowy.
- Przygotowanie do rozmowy z potencjalnym sojusznikiem z grupy czy organizacji zależy od tego, kim jest rozmówca. Na spotkanie **warto przynieść wydrukowane informacje o projekcie** (kto, po co, co chce zrobić, gdzie, kiedy, z kim) – po jednej kopii dla każdego z potencjalnych współpracowników z danej organizacji lub grupy. Czasem może pomóc prezentacja multimedialna, przedstawiająca dotychczasowe działania. Może się sprawdzić w kontakcie z dużą organizacją, która ma być jednym z ważniejszych sojuszników. Warto wtedy zostawić kopię lub przynieść wydrukowaną wersję prezentacji.
- Warto pomyśleć, **czego taka lokalna organizacja czy grupa może potrzebować, w czym można ją wesprzeć**. Można zaproponować jej promocję na plakatach i ulotkach poprzez zamieszczenie logo lub nazwy, wymienienie jej wśród sojuszników podczas udzielania wywiadu dla mediów i w czasie prezentacji lokalnej, zamieszczenie informacji na Facebooku czy stronie projektu, udział w organizowanym przez nią wydarzeniu, przeprowadzenie ankiet wśród mieszkańców, pomoc w zdobyciu potrzebnych jej materiałów dzięki rodzinom i znajomym, zapewnienie stałego kontaktu ze szkołą i z rodzicami. W ten sposób znacznie łatwiej będzie skłonić lokalną organizację do współpracy.
- **Współpraca może być jednorazowa** (skupiona na jednym działaniu) **lub bardziej długoterminowa** (młodzież zacznie współpracować z organizacją lub grupą przy kolejnych inicjatywach).
- Ustalenia między młodzieżą a organizacją czy grupą mają często charakter umowy nieformalnej, wynikającej z wzajemnego zaufania, kiedy po prostu jedna i druga strona mówią, co robią i kiedy. **Można też podpisać umowę partnerską** albo porozumienie o współpracy, określające zobowiązania obu stron. W takim przypadku umowę podpisuje osoba dorosła albo instytucja reprezentująca młodzież, np. szkoła. Czasem warto zawrzeć taką umowę, żeby uniknąć nieporozumień co do zobowiązań każdej ze stron – wszystko zależy od wzajemnych relacji i wcześniejszych doświadczeń. W niektórych przypadkach umowa pisemna może być konieczna do przeprowadzenia określonych działań finansowo-prawnych, jak np. ubezpieczenie organizowanej imprezy.

- **Trzeba dbać o sojuszników.** Jeśli organizacja lub grupa, z którą uczniowie konsultowali działanie albo prosili ją o pomoc, poczuje się współtwórcą akcji, może zrobić dla jej powodzenia o wiele więcej, niż wynikało z pierwotnych planów. Będzie wyszukiwała nowych sojuszników, sponsorów, nagrody, promowała działanie w mediach itd. Dzięki temu uczniowie będą mogli o wiele więcej się nauczyć, a projekt da im wiele satysfakcji. W czasie trwania projektu można napisać do partnera maila o tym, co ważnego się wydarzyło, wysłać zdjęcia, pokazać stronę internetową lub blog z wymienioną nazwą jego organizacji czy grupy. To uruchamia zainteresowanie projektem. Należy wysłać partnerowi zaproszenie na finał wydarzenia, i przy tej okazji publicznie podziękować mu za pomoc, wykonać pamiątkowe wspólne zdjęcia itp. Może ktoś z organizacji będzie chciał zabrać głos? Aby dobrze zakończyć współpracę po działaniu, trzeba wysłać podziękowania – może to być dyplom, praca plastyczna, film, który powstał w wyniku wspólnej akcji. To buduje relacje i zachęca do współpracy przy kolejnym młodzieżowym projekcie (niekoniecznie realizowanym przez tę samą grupę).

Jakie korzyści wynikają ze współpracy młodzieży z organizacją pozarządową?

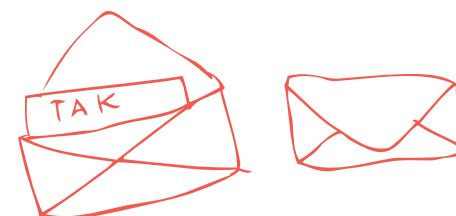
Taka współpraca to na pewno szansa dla młodzieży, by nauczyć się nowych rzeczy od ludzi z pasją, wiedzą i doświadczeniem. Dzięki połączeniu sił, wymianie kontaktów, większej promocji w mediach głos młodych ludzi jest lepiej słyszalny i mogą oni osiągnąć więcej – rośnie prestiż ich działania i często zaczynają się nim interesować władze lokalne. Taka współpraca pozwala efektywniej wykorzystywać zasoby lokalne, a uczniowie skuteczniej docierają do osób, na rzecz których pracują i lepiej rozumieją, jak funkcjonuje ich społeczność lokalna.

Korzyści dla organizacji czy grupy to z kolei: okazja do realizowania swojej misji, możliwość poznania perspektywy młodzieży, okazja do promocji i uzyskania jeszcze szerszego poparcia, co ułatwi realizację kolejnych działań. Współpraca taka buduje też na pewno lepsze relacje ze szkołą i pozwala dotrzeć do grupy uczniów, ich rodziców, nauczycieli, którzy mogą pomóc organizacji w działaniach w ramach innych projektów.

Jak przezwyciężać trudności, które mogą pojawić się we współpracy?

W Fundacji Wspierania Aktywności „ProAktywni” prezesem jest nauczyciel szkoły. Pojawiła się tam na początku trudność z wyodrębnieniem obszarów współpracy między organizacją a szkołą. Wystarczyła jednak rozmowa z dyrektorem szkoły i napisanie pisma, aby jasno rozdzielić obowiązki.

Może się zdarzyć, że pracownicy organizacji w natłoku innych spraw zapomną o tym, do czego się zobowiązali. Warto po spotkaniu wysłać maila z podsumowaniem i na bieżąco monitorować realizację działań przez partnerów. Sprzęty, które należą do organizacji czy grupy, też mogą się psuć. Trzeba być otwartym na zmianę planów czy szukanie zasobów w innych miejscach.



SCENARIUSZ ZAJĘĆ

Temat: Jak współpracować z organizacjami pozarządowymi i grupami nieformalnymi?

Cel ogólny:

- Przygotowanie uczniów do rozpoczęcia i/lub kontynuacji współpracy z lokalnymi organizacjami pozarządowymi w celu przeprowadzenia wspólnego przedsięwzięcia na rzecz środowiska lokalnego.

Cele szczegółowe:

Po zajęciach uczeń potrafi:

- Wskazać obszary działania organizacji pozarządowymi i grup nieformalnych.
- Nawiązać współpracę z organizacją pozarządową lub grupą nieformalną.

Czas: 45 min.

Metody pracy:

- rozmowa nauczająca,
- burza mózgów,
- praca w grupach,
- symulacja.

Środki dydaktyczne:

- informacje na temat organizacji pozarządowych i grup nieformalnych,
- kartki A4,
- długopisy,
- Załącznik nr 1, pocięty na 6 części,
- Załącznik nr 2, pocięty na 6 części,
- Załącznik nr 3 dla każdej grupy.



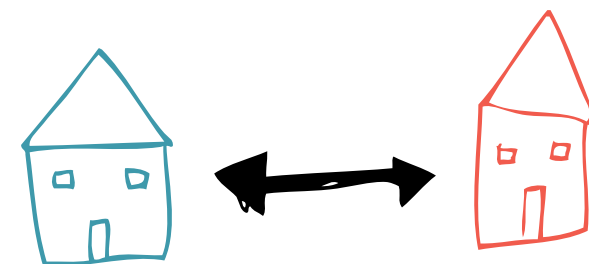
Przebieg zajęć:

Nauczyciel:

- Przedstawia uczniom cele zajęć: dowiedzą się, w jaki sposób nawiązać współpracę z organizacją pozarządową lub grupą nieformalną.
- Wyjaśnia, czym są organizacje pozarządowe i grupy nieformalne (rozmowa nauczająca – informacje z tekstu wprowadzającego do lekcji).
- Pyta, czy znają przykłady takich organizacji lub grup działających na terenie całej Polski i lokalnie (burza mózgów). Po zebraniu kilku odpowiedzi informuje, że będą się zajmować nawiązywaniem współpracy z takimi podmiotami.
- Dzieli uczestników na 6 grup. Każdy zespół dostaje kartkę A4 wraz informacją dla grupy (odpowiednie fragmenty Załącznika nr 1) i rozpoczyna pracę (praca w grupach). Zajmie ona ok. 5–7 minut.
- Po upływie tego czasu rozdaje grupom kartki pomocnicze z szerszymi opisami tego, jaki jest ich cel, jakie mają zasoby (Załącznik nr 2) i co zrobić, by spotkanie było owocne (Załącznik nr 3). Zadaniem uczniów jest przygotować się do spotkania, w czasie którego zdobędą potrzebne wsparcie. Czas 5–7 minut (praca w grupach).
- Spotkania odbywają się na forum (lub równolegle, jeśli jest mało czasu). Nauczyciel zaprasza kolejno: grupy spółdzielców i osoby od ogródka warzywnego, osoby od skateparku i konkursu sportowego, osoby od wystawy zdjęć i centrum rozwoju aktywności lokalnej. Grupy uczniów rozpoczynają rozmowę (scenki).
- Omówienie spotkań. Nauczyciel pyta o przebieg tych spotkań i o to, co udało im się ostatecznie ustalić.
- Nauczyciel zachęca do dyskusji, zadając pytanie: „O czym trzeba pamiętać przed i w trakcie spotkania? Co powinno się zdarzyć po spotkaniu?”. Zbiera odpowiedzi, zapisuje na tablicy, uzupełnia.
- Nauczyciel prosi, aby uczniowie wrócili do grup, w których pracowali. Mają teraz się zastanowić, jak tę współpracę utrzymać. Grupy zapisują pomysły na kartkach. Następnie uczniowie wspólnie omawiają wyniki pracy zespołów.
- Podsumowanie lekcji: chętne osoby mówią, czego się dowiedziały lub nauczyły podczas zajęć.

Praca domowa

Nauczyciel prosi uczniów, by znaleźli w okolicy 3 organizacje obywatelskie lub grupy nieformalne, np. spółdzielnie, grupy amatorów sportu, centra rozwoju aktywności. Następnie prosi grupę, by krótko napisała, co robią znalezione przez nią organizacje lub grupy na rzecz swojej społeczności.





Załączniki do scenariusza

Załącznik nr 1.



Grupa

Zadanie

1. Jesteście grupą uczniów. Chcecie założyć ogród warzywny w waszej miejscowości. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.
2. Jesteście grupą młodych osób, dobrze się znacie, spędzacie dużo wolnego czasu razem. Chcecie, aby w waszej miejscowości powstał skatepark. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.
3. Jesteście grupą uczniów z koła kulturalnego. Chcecie zorganizować wystawę starych zdjęć z waszej miejscowości. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.
4. Jesteście osobami z grupy nieformalnej. Udało wam się zbudować hopki do jazdy na rowerach BMX i teraz wszyscy zainteresowani mogą z nich korzystać. Chcecie zorganizować zawody dla młodych ludzi zakręconych na punkcie sportu. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.
5. Jesteście członkami organizacji obywatelskiej. Prowadzicie centrum rozwoju aktywności lokalnej, organizujecie u siebie różne wystawy. Ostatnio zauważyliście, że przychodzi do was mniej osób, a chcielibyście, żeby było ich więcej. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.
6. Jesteście członkami organizacji obywatelskiej – grupą rolników, która prowadzi spółdzielnię z sadzonkami. Chcecie promować współpracę i zdrowe odżywianie. Pomyślcie, dlaczego działacie? Co jest wam potrzebne, żeby zrealizować wasz pomysł? Zapiszcie odpowiedzi na kartce.

Załącznik nr 2.

Grupa

Cel, zasoby

1. Waszym celem jest nauczyć się, jak uprawiać warzywa, żeby potem móc je uprawiać samodzielnie. Może będziecie je później sprzedawać albo robić z nimi kanapki do szkolnego sklepiku?
Zasoby: Macie kontakt z innymi uczniami, rodzicami, gronem pedagogicznym i dyrekcją, znacie osoby, które prowadzą sklepik szkolny. Macie dużo zapłału.
Potrzebujecie: kawałka ziemi, sadzonek i nasion, wiedzy, jak przygotować ziemię pod uprawę i jak pielęgnować to, co wyrośnie.
2. Waszym celem jest aktywne spędzanie wolnego czasu, np. w skateparku. Macie pomysł, żeby powstał on w waszej miejscowości. Może służyć wszystkim fanom takiego sportu.
Zasoby: Macie kontakt z innymi młodymi ludźmi, rodzice jednej z osób z grupy prowadzą lokalną gazetę, a inna robi dobre zdjęcia.
Musicie się dowiedzieć, jak rodzą się nowe inwestycje w waszej miejscowości, co musicie zrobić i z kim się spotkać, żeby powstał skatepark.
3. Waszym celem jest przypomnienie innym mieszkańcom miejscowości o tym, jak bogata jest jej historia. Wymyśliliście, że najlepszą drogą do tego będzie wystawa starych zdjęć.
Zasoby: Możecie odwiedzać sąsiadów, poznawać ich rodzinne archiwa, spisywać historie, skanować zdjęcia. Znacie osobę, która pomoże wam zrobić podpisy do zdjęć.
Potrzebujecie: wydrukowania zeskanowanych zdjęć i miejsca, gdzie można będzie je powiesić, a następnie zaprosić mieszkańców na uroczyste otwarcie wystawy.
4. Waszym celem jest promocja sportu. Chcecie, żeby więcej ludzi skakało na BMX-ach jak wy albo uprawiało inne dyscypliny. Wymyśliliście, że zorganizujecie zawody sportowe.
Zasoby: Wiecie, że aby powstał tor BMX, musieliście dokładnie zaplanować, czego potrzebujecie, pójść do naczelnika gminy odpowiedzialnego za sport i przedstawić mu swój pomysł. Pomogło też zebranie podpisów wielu ludzi pod pismem popierającym budowę hopków.
Potrzebujecie: nagłośnienia zawodów, odpowiedniej liczby uczestników, nagród.
5. Waszym celem jest wspieranie różnych lokalnych inicjatyw – od budowy hopek, spotkań klubu seniora, po wystawy zdjęć. Na swoje działania dostaliście lokal od władz gminy.
Zasoby: macie nieco środków na organizację imprez lokalnych, w tym na druk zdjęć. Wiecie, jak zorganizować wydarzenie. Możecie używać lokalnym grupom salę na warsztaty, wystawy, spotkania.
Potrzebujecie: promocji waszego miejsca i tego, czym się zajmujecie.
6. Zależy wam, żeby mieszkańcy waszej miejscowości zdrowo się odżywiali, współprac-

wali ze sobą i kupowali wasze sadzonki.

Zasoby: wiecie, że przed sadzeniem należy przygotować teren i użyźnić glebę, dopiero wtedy można coś zasadzić.

Macie sadzonki drzew owocowych – jabłoni i wiśni, a także truskawek oraz nasiona marchewki, jarmużu i cukinii.

Potrzebujecie: dotarcia do większej grupy osób zainteresowanych zdrową żywnością oraz nawiązania współpracy z punktami, w których moglibyście sprzedawać wasze produkty.

Załącznik nr 3.

Przed rozmową z sojusznikiem


Na rozmowę trzeba przyjść dobrze przygotowanym. Wypada wcześniej przedyskutować i spisać sobie następujące kwestie:

- O co chcecie prosić waszego rozmówcę?
- Czego dana osoba może od was oczekiwać i co możecie jej zaoferować?
- Co jest atrakcyjnego, wyjątkowego w waszym projekcie? Jak może na nim skorzystać społeczność lokalna?
- Jak wsparcie waszego projektu wpłynie na wizerunek i pozycję waszego rozmówcy?
- Jakie pytania o projekt może wam zadać rozmówca? Jakich udzielicie na nie odpowiedzi?
- Jakie argumenty mogą przekonać drugą stronę? Przytaczajcie fakty, dane statystyczne; opinie uczniów, nauczycieli, wyniki badań, ankiet, wywiadów.
- Jakie mogą być konsekwencje nierozwiązanego problemu, którym się zajmujecie, dla firmy lub społeczności lokalnej (teraz lub w przyszłości)?
- Jaki jest plan rozmowy? Zastanówcie się, od czego chcecie zacząć, a na czym zakończyć.

Dobre przygotowanie się do rozmowy może zadecydować o wsparciu dla projektu, dlatego warto poświęcić na to trochę czasu. Na spotkanie trzeba też przygotować materiały informacyjne o projekcie – choćby w formie wydruku, który pozostawicie rozmówcy.

Podczas rozmowy z sojusznikiem należy:

- krótko i zrozumiale przedstawić swój pomysł i jego cele,
- używać sformułowań świadczących o przekonaniu do swoich racji: „jesteśmy przekonani”, „jesteśmy pewni”, „wierzymy” zamiast: „myślimy”, „sądzimy”, „przypuszczamy”,
- chwalić się dotychczasowymi sukcesami grupy.

 **Adam Markuszewski** – trener specjalizujący się w działaniach na rzecz społeczności lokalnych, szkolnych, dotyczących wzmocnienia kompetencji liderkich i animacyjnych. Pracował w Centrum Edukacji Obywatelskiej, gdzie był koordynatorem programów edukacyjnych związanych z rozwojem społeczności lokalnych i edukacją wyborczą. Obecnie działa na rzecz powstrzymania zmian klimatu. Gra na djembe, opowiada, nagrywa i montuje filmy, używa głosu do dokumentów i prezentacji edukacyjnych.

WSPÓŁPRACA
Z INSTYTUCJAMI
KULTURY



Zmiana, czyli co się dzieje w instytucjach kultury

W ciągu ostatnich lat instytucje kultury w Polsce, zarówno w centrach kulturalnych, jak i poza nimi, bardzo intensywnie się zmieniają. Rola domów kultury, bibliotek, teatrów, kin, muzeów, galerii sztuki oraz filharmonii w edukacji kulturalnej i obywatelskiej staje się przedmiotem coraz większej liczby badań, analiz, a przede wszystkim dyskusji zarówno praktyków i teoretyków kultury, jak i zwykłych mieszkańców, którzy uczestniczą w życiu kulturalnym swoich miejscowości.

Instytucje kultury poszukują nowej formuły działania, skutecznych sposobów na dotarcie do różnorodnych grup odbiorców i zaangażowanie ich we współtworzenie swojego programu. Taka sytuacja jest szansą dla młodych ludzi na nawiązanie współpracy z wybraną instytucją i zaproponowanie jej własnych pomysłów na inicjatywy.

Biblioteki to już nie tylko wypożyczalnie książek, w których panuje cisza, ale coraz częściej prężnie działające centra kultury. Muzea odchodzą od tradycyjnych form ekspozycji – wystawa ma zachęcać do interakcji i interpretacji, ma zadawać pytanie, czego odbiorca dowiedział się tu o sobie, jakie emocje budzą w nim te obiekty. Animatorzy kultury zaczynają rozumieć, jak ważne jest planowanie działań w odpowiedzi na rzeczywiste potrzeby mieszkańców – uczą się metod przeprowadzania diagnozy lokalnej. Teatry coraz częściej, oprócz zespołu artystycznego, zatrudniają pedagogów teatru, którzy prowadzą warsztaty towarzyszące spektaklom. Instytucje kultury przeobrażają się i otwierają. Powoli, jeszcze nie w każdym miejscu w Polsce, proces ten jednak postępuje i widać go coraz wyraźniej. Z jednej strony wydawać by się mogło, że taka sytuacja sprzyja nawiązywaniu współpracy, np. z młodzieżą. Z drugiej strony zmiana wiąże się z pewną niewiadomą – nie można przewidzieć, jakie będzie miała skutki. To sprawia, że do współpracy z instytucjami kultury należy się dobrze przygotować, by stać się częścią zmian i mieć wpływ na kształt i funkcjonowanie tych miejsc w niedalekiej przyszłości.

W ciągu ostatnich kilku lat pojawiło się kilka interesujących programów wspierających rozwój instytucji kultury i ich pracowników, m.in.: Narodowe Centrum Kultury prowadzi program Dom Kultury Plus (www.domkulturyplus.pl) Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego prowadzi Program Rozwoju Bibliotek (www.biblioteki.org), Instytut Teatralny i Stowarzyszenie Pedagogów Teatru promują ideę pedagogiki teatru, zachęcając teatry w całej Polsce do nawiązywania dialogu z widzami, m.in. poprzez prowadzenie warsztatów edukacyjnych do spektakli. Muzea i muzealnicy wspiera m.in. Małopolski Instytut Kultury, który od kilku lat prowadzi program Dynamika Ekspozycji (<http://muzeoblog.org/dynamika-ekspozycji/>).



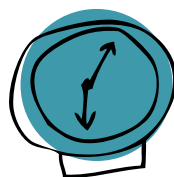
Kto jest kim w instytucji kultury

Działanie instytucji kultury reguluje Ustawa z 25 października 1991 o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej oraz jej nowelizacja z 31 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej oraz niektórych innych ustaw. Każda instytucja posiada swój statut – dokument, który określa jej ramy organizacyjne, cele i najważniejsze zadania. Statuty są zazwyczaj dokumentami ogólnodostępnymi i można do nich dorzeć, zaglądając np. na stronę internetową instytucji czy do biuletynu informacji publicznej. Niektóre instytucje, szczególnie te duże, o zasięgu ogólnopolskim (np. Muzeum Narodowe w Warszawie, Instytut Teatralny, Narodowy Instytut Audiowizualny, Filmoteka Narodowa), podlegają bezpośrednio Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Większość jednak zarządzana jest przez samorząd lokalny, co oznacza m.in., że to samorząd mianuje dyrektora, wprowadza zmiany do statutu, przyznaje coroczną dotację, która w dużej mierze decyduje o budżecie danej instytucji. Instytucje kultury pozyskują środki finansowe na działalność również z innych źródeł, np. biorąc udział w konkursach Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego czy programach fundacji wspierających funkcjonowanie instytucji kultury (np. Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego prowadzi Program Rozwoju Bibliotek). Coraz częściej zdobywają fundusze unijne, które przeznaczają zarówno na rozwój infrastruktury, jak i na działania społeczne i edukacyjne. Te i inne źródła dają im możliwość pozyskania środków na wspólne przedsięwzięcia z aktywną grupą młodzieży oraz społecznością lokalną.

Modeli współpracy instytucji kultury z samorządem jest tyle, ile samorządów. Część placówek kulturalnych ma sporą niezależność w realizowaniu wyznaczonych celów. Jednak w wielu gminach na instytucje kultury i kształt samej kultury próbują wpływać różne podmioty, czasem również takie, które z kulturą nie mają wiele wspólnego. O tym, co się dzieje np. w domu kultury, chcą decydować lokalni politycy, duchowni czy przedsiębiorcy, zamiast pracowników tej instytucji czy po prostu mieszkańców miejscowości. W takiej sytuacji należy bardzo dokładnie określić ramy współpracy i uważać, by działania młodzieży nie zostały bez jej wiedzy wykorzystane np. do promocji inicjatyw radnych.

Planując zatem współpracę z instytucją kultury, nie można zapominać, że funkcjonuje ona w sieci powiązań z samorządem lokalnym, innymi instytucjami, organizacjami pozarządowymi, różnymi grupami odbiorców, lokalnym biznesem, itd. Warto tę sieć poznać, sprawdzając, z kim dana instytucja współpracuje choćby przy organizowaniu wydarzeń. Jeśli się okaże, że np. bibliotekę wspiera lokalna drukarnia, to może uda się poprosić ją o wydrukowanie również plakatów czy ulotek informujących o waszej inicjatywie. Oczywiście trzeba też poznać samą instytucję. Niezależnie od tego, czy decydujecie się na współpracę z muzeum czy z biblioteką, należy wiedzieć m.in.:

- Kto pracuje w danej instytucji?
- Czym ona się zajmuje?
- Z jakimi grupami współpracuje?
- Jakie były ostatnie wydarzenia zorganizowane przez tę instytucję?
- W jakich godzinach jest otwarta?



Instytucja kultury to przede wszystkim ludzie, którzy ją tworzą. Warto się dowiedzieć, kto za co odpowiada – sprawdzając stronę internetową instytucji, pytając osób, które już z nią współpracowały, z kim najlepiej umówić się na spotkanie w konkretnej sprawie. Częsty błąd, jaki popełnia się przy nawiązywaniu współpracy, to zwracanie się z daną propozycją do niewłaściwych osób, np. bezpośrednio do dyrektora instytucji. Dyrektor czy dyrektorka zazwyczaj ma dużo obowiązków, odpowiada za realizację budżetu i planu merytorycznego, bierze udział w spotkaniach, reprezentuje instytucję na zewnątrz, co sprawia, że może być trudno osiągalny. Propozycją współpracy lepiej zainteresować kogoś z pracowników – animatorkę, bibliotekarkę, specjalistę ds. promocji czy kogoś z działu edukacji, jeśli taki istnieje. Może się jednak zdarzyć, że mimo starań, wysłanych maili i wykonanych telefonów, propozycja współpracy pozostanie bez odpowiedzi. Mimo to warto próbować dalej, kontaktując się z kimś innym, wysyłając maile do kolejnych osób albo przychodząc osobiście do wybranej instytucji. Ta ostatnia forma kontaktu bywa zazwyczaj najskuteczniejsza.

Instytucje kultury lubią konkrety. Zanim jednak dojdzie do kontaktu, należy się dobrze zastanowić, czego ma dotyczyć rozmowa i jak będzie wyglądać wasza propozycja współpracy. Najważniejszy jest oczywiście dobrze przemyślany i spisany pomysł na działanie (pisemną ofertę można zostawić po spotkaniu lub przesłać e-mailem). Im bardziej konkretny, tym większa szansa, że kogoś zainteresuje. Koncepcję można uporządkować, odpowiadając sobie na kilka kluczowych pytań:

- Co chcemy zrobić? (Jakie konkretne działania przeprowadzić?)
- Dlaczego chcemy to zrobić? (Jakie są nasze motywacje?)
- Do kogo ma być skierowane to działanie? (Czy będzie ono atrakcyjne dla wybranej grupy odbiorców?)
- Kiedy chcemy to zrobić? (Czy wybrany termin nie koliduje z innymi działaniami tej instytucji?)
- Jakie efekty chcemy osiągnąć? (Po czym poznamy, że udało się je zrealizować?)
- Jakiego wsparcia potrzebujemy od tej instytucji? (Czy oczekujemy wsparcia merytorycznego przestrzeni, sprzętu, sieci kontaktów?)
- Czego chcemy się dowiedzieć, nauczyć przy okazji tej współpracy?
- Co możemy zaoferować? Jakie korzyści ze współpracy z nami będzie miała wybrana instytucja? (Jakie mamy zasoby? Czy są one atrakcyjne dla tej instytucji?)

Warto zadbać, aby opis pomysłu był krótki i prosty, a po przeczytaniu kilku zdań stało się jasne dla odbiorcy, na czym dany projekt ma polegać. W opisie powinna się również znaleźć prezentacja grupy młodzieży, która chce rozpocząć współpracę, czyli należy zadbać o to, by przedstawić się wybranej instytucji. Jeśli działania młodzieży wspierane są przez inne osoby czy instytucje, można o tym wspomnieć. To pokaże potencjalnemu partnerowi, że propozycja współpracy została już przemyślana w większym gronie.

Uporządkowany opis świadczy o profesjonalizmie i zaangażowaniu, jest też oznaką szacunku dla pracowników instytucji, którzy poświęcają swój czas i energię na zapoznanie się z pomysłem. Planowanie wspólnych działań warto zacząć od czegoś prostego, co można przeprowadzić niewielkim nakładem sił i środków, np. zanim postanowimy wydawać gazetę we współpracy z bi-

blioteką, dobrze jest najpierw przygotować jej dwa wydania w wersji internetowej. Satysfakcja obu stron z pewnością będzie większa, jeśli efekty wspólnych działań da się szybko zauważyć.

Pomysł powinien w jakiś sposób wzbogacać i rozwijać działanie instytucji lub być czymś zupełnie nowym – akcją, która do tej pory nie odbywała się w ramach tej działalności. Instytucja może nie być zainteresowana wspieraniem organizacji np. warsztatów bębniarskich, jeśli w jej programie są już takie zajęcia. Jednak festiwal muzyczny, którego program uzupełnią takie warsztaty, może okazać się interesującą propozycją. Zazwyczaj nawiązanie nowego partnerstwa oznacza dużo dodatkowej pracy dla pracowników instytucji kultury, dlatego dobrze, jeśli pomysł na działanie wykracza poza jednorazową akcję. Lepiej pomyśleć o czymś, co w przyszłości można rozwijać, co ma szansę na dłużej zagościć w programie wybranego podmiotu.

Obszary współpracy z instytucjami kultury

Charakter współpracy z instytucją zależy od kilku rzeczy, m.in. od tego:

- **w czym specjalizuje się dana placówka** – czy jej głównie działania dotyczą np. wielokulturowości, historii Polski, współpracy międzypokoleniowej, teatru, muzyki czy może nowych technologii,
- **w jaki sposób pracuje** – czy skupia się na dużych, ogólnopolskich wydarzeniach wymagających wielomiesięcznych przygotowań (festiwalach, przeglądach), czy raczej na małych, lokalnych przedsięwzięciach integrujących społeczność,
- **jakie są indywidualne umiejętności, kompetencje i zaangażowanie** poszczególnych pracowników instytucji.

Z pewnością inne wydarzenia można zorganizować z muzeum przyrodniczym, a inne z domem kultury. Jednak niewykluczone, że muzeum przyrodnicze chciałoby wesprzeć warsztaty street artu, dom kultury – powstanie ogrodu społecznego, a biblioteka – turniej siatkówki. O tym, jakie działania zostaną podjęte, decydują ludzie. Jeśli są otwarci na nowe wyzwania i eksperymenty, można przeprowadzić wiele nieoczywistych akcji.

W poszukiwaniu inspiracji do działań podejmowanych wspólnie z instytucjami kultury, można zajrzeć na strony:

- programów prowadzonych przez Towarzystwo Inicjatyw Twórczych „e”: Młodzi Menadżerowie Kultury (www.mmk.e.org.pl) oraz „Pomysły do zrobienia” (www.pomysly.e.org.pl),
- inicjatywy dla młodych aktywistów społecznych (www.dzialasz.pl).

Korzyści

Zarówno młodzi ludzie, jak i instytucje kultury mogą wiele wynieść ze wzajemnej współpracy. Biblioteki, domy kultury czy muzea często szukają sposobów na zainteresowanie swoimi działaniami młodych ludzi. Współpraca z młodzieżą jest dla nich szansą, by dotrzeć do nowych grup odbiorców, poznać ich zainteresowania, zwyczaje i potrzeby, a co za tym idzie, zweryfikować swoją wiedzę i wyobrażenia o nich. Współpraca z młodymi ludźmi to również źródło

inspiracji do kolejnych działań oraz sposób na pozyskanie wolontariuszy i przyszłych współpracowników, a także dodatkowy kanał promocji. Dzięki dobrze prowadzonej współpracy instytucja może zbudować sieć przyjaciół i ambasadatorów swoich przedsięwzięć – instytucja kultury to nie tylko budynek i program, ale też społeczność zgromadzona wokół niej i ją współtworząca.

Młodzi ludzie dzięki współpracy z instytucją kultury mogą natomiast rozwijać swoje pasje i wprowadzać w życie własne pomysły, zdobywać wiedzę i umiejętności, np. dotyczące konkretnych obszarów, w których specjalizuje się dana instytucja. Współdziałanie z placówką kultury daje też dostęp do przyjaznego, bezpiecznego miejsca spotkań (a właśnie tego często brakuje młodym ludziom w różnych miejscach Polski). Instytucja może też wspierać działania młodzieży, udostępniając np. archiwa, sprzęt czy materiały plastyczne. Poza tym partnerstwo z instytucją kultury uczy odpowiedzialności za podejmowane decyzje i daje młodzieży poczucie wpływu na to, w jaki sposób zostanie zrealizowany jej projekt. Korzyści dla obu stron może być oczywiście znacznie więcej, wszystko zależy od oczekiwań, możliwości i zaangażowania partnerów.

Podsumowanie przykładowych korzyści płynących ze współpracy młodzieży z instytucją kultury.

Co może zyskać młodzież, współpracując z instytucją kultury?

- + rozwój pasji i umiejętności w różnych dziedzinach (np. teatr, muzyka, grafika, taniec)
- + wiedza i doświadczenie związane z funkcjonowaniem instytucji kultury
- + wsparcie merytoryczne – wiedzę ekspercką pracowników
- + przestrzeń do działania, miejsce spotkań
- + sprzęt i materiały do działań
- + sieć kontaktów – specjaliści z różnych dziedzin, lokalne media, sponsorzy, itd.)

Co może zyskać instytucja kultury, współpracując z młodzieżą?

- + wiedza o potrzebach i oczekiwaniach młodzieży
- + nowe kanały promocji wydarzeń
- + pomysły i inspiracje do działań
- + grupa sprawdzonych wolontariuszy, stażystów czy przyszłych pracowników
- + sieć kontaktów (do innych grup młodzieży, nauczycieli)
- + nowi odbiorcy proponowanych działań



Trudności

Współpracę z instytucją kultury należy zacząć odpowiednio wcześniej, a nie np. na tydzień przed planowaną inicjatywą. Harmonogram działań placówek kultury ustalany jest z dużym, często kilkumiesięcznym wyprzedzeniem. To z kolei łączy się z planowaniem budżetu, rezerwacją przestrzeni i sprzętu, a co najważniejsze – dyspozycyjnością pracowników. Szkoda by było, gdyby interesująca propozycja została odrzucona tylko dlatego, że pojawiła się zbyt późno.

Kluczem do dobrej współpracy jest dobra komunikacja. Największe trudności i nieporozumienia wynikają zazwyczaj ze złej wymiany informacji. Zła komunikacja może doprowadzić do wzajemnych rozczarowań, frustracji, a przede wszystkim zamknąć drogę do kolejnych wspólnych działań. Przygotowując się do współpracy z instytucją, warto wyznaczyć jedną osobę do kontaktu, która będzie pilnowała przepływu informacji i dbała o dobre relacje z partnerem. Sprawdzone sposoby na unikanie niedomówień to spisywanie wszelkich ustaleń. Wystarczy krótka notatka po spotkaniu przesłana e-mailem – wtedy obie strony mogą sprawdzić, czy na pewno nic nie zostało pominięte. Jeśli w notatce pojawią się informacje niezrozumiałe dla partnera lub dla was, należy to od razu wyjaśnić. By uniknąć trudności komunikacyjnych, można także opracować i podpisać porozumienie o współpracy. Może mieć ono formę prostego dokumentu, w którym dwie (lub więcej) strony ustalają, w jaki sposób będą ze sobą współpracować, określają, za co są odpowiedzialne i wyznaczają osoby do kontaktu. Przy współpracy ważne jest zaufanie, którym obdarzają się partnerzy oraz lojalność. Dlatego też w momencie, gdy pojawiają się trudności, warto jak najszybciej zorganizować spotkanie, by je wspólnie przezwyciężyć. Narzekanie na złą współpracę z pewnością nie rozwiąże problemów, a wręcz przeciwnie – może je pogłębić.

Jak uniknąć trudności komunikacyjnych we współpracy z instytucją kultury:

- wyznaczyć jedną osobę odpowiedzialną za kontakt z instytucją,
- zadbać o regularną wymianę informacji w czasie współpracy,
- spisać ustalenia i przesłać je partnerom w formie notatek elektronicznych,
- przygotować i podpisać porozumienie określające warunki i obszary współpracy,
- docenić partnerską instytucję w różnych sytuacjach, np. poprzez pozytywne wypowiedanie się o niej.

Na zakończenie

Po zakończeniu wspólnych działań warto podziękować partnerowi – to miły gest, świadczący o tym, że doceniamy jego zaangażowanie. Podziękowania mogą mieć formę listu, zdjęcia ze wspólnych działań oprawionego w ramkę, informacji na stronie internetowej szkoły czy projektu, ale także pokazu wspólnych zdjęć podczas spotkania podsumowującego. Warto też opis zrealizowanych działań umieścić na stronie internetowej szkoły wraz z logo instytucji. Dobrym pomysłem jest również informowanie o współpracy na portalach społecznościowych.

Dla podtrzymania kontaktu z instytucją kultury warto pomyśleć, co od czasu do czasu można dla niej zrobić. Można np. wspomóc jej działania promocyjne przez dystrybucję ulotek wśród znajomych czy rozesłanie informacji o organizowanym przez nią wydarzeniu. To nie będzie

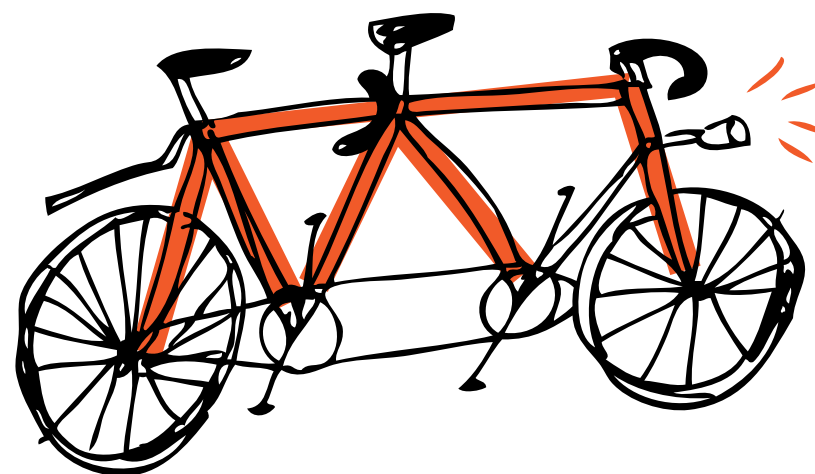
duży wysiłek dla młodzieży, a dla instytucji jest to realne wsparcie. Jej pracownicy z pewnością docenią gotowość młodych ludzi do włączenia się w razie potrzeby w konkretne działania. W ten sposób można zwiększyć szansę na podtrzymanie zbudowanej relacji i długotrwałą współpracę.

Dobra praktyka

Kilka lat temu w niewielkiej miejscowości powstała młodzieżowa grupa aktywistów. Młodzi ludzie, którzy ją tworzyli, uczyli się w trzech różnych szkołach, ale dość dobrze się znali. Po kilku miesiącach postanowili zorganizować pierwszy projekt społeczny, w który chcieli zaangażować kolegów. O pomoc w przygotowaniu projektu zwrócili się do animatorki z domu kultury. Animatorka przeprowadziła dla zespołu warsztaty, w ramach których powstał pomysł na działanie. Motywem przewodnim projektu stały się rowery, bo w trakcie warsztatów okazało się, że jazda na rowerze to coś, co łączy wszystkich uczestników. W ramach projektu zaplanowano pokazy jazdy ekstremalnej, rowerowe przejazdy przez miasto, grę miejską i konkurs fotograficzny, którego głównym bohaterem był oczywiście rower. Dzięki zaangażowaniu obu stron udało się im pozyskać dotację z programu „Młodzież w działaniu”.

W trakcie realizacji projektu grupa regularnie spotykała się w domu kultury i omawiała sprawy z nim związane oraz rozdzielała zadania do wykonania. Dzięki temu każdy wiedział, co się dzieje w projekcie. Decyzje podejmowane były demokratycznie. Jednak w pewnym momencie rozmyła się odpowiedzialność za kolejne działania związane z projektem, co wywołało opóźnienia w harmonogramie i niepotrzebny stres dla wszystkich zaangażowanych. Różnorodność zadań w projekcie była jego mocną stroną, ale w pewnym momencie wkraść się chaos, bo liczba zadań do wykonania przerosła uczestników. Podobnie było z pozyskaną dotacją – wszystkich ucieszył fakt, że udało się wygrać konkurs dotacyjny, ale konieczność zrealizowania całego harmonogramu i rozliczenia dotacji w kilku momentach była utrudnieniem i sprawiała, że zarówno młodym ludziom, jak i pracownikom domu kultury zniknął zapał do wspólnych działań.

Projekt nie był kontynuowany, ale miał pozytywne efekty – kilka osób z tej grupy współpracowało jeszcze później z domem kultury przy innych wydarzeniach, np. organizując warsztaty taneczne. Za to podczas ewaluacji młodzież uznała, że w przyszłości powinna dużo wcześniej zabrać się do realizacji działań przewidzianych w projekcie.



SCENARIUSZ ZAJĘĆ

Temat: Jak oswoić instytucje kultury i przygotować się do współpracy z wybraną placówką?

Czas: 90 min.

Cel ogólny:

- Przygotowanie młodzieży do podjęcia współpracy z instytucjami kultury przy realizacji wspólnego projektu

Cele szczegółowe:

Po zajęciach uczeń potrafi:

- wyjaśnić, czym jest instytucja kultury i podać jej przykłady,
- wskazać, jakie instytucje kultury działają w jego okolicy,
- przygotować propozycję współpracy z lokalną instytucją kultury.

Środki dydaktyczne:

- kartki,
- karton,
- flamastry,
- kolorowe gazety,
- klej,
- nożyczki,
- fragmenty statutów różnych instytucji kultury przyniesione przez młodzież.

Metody pracy:

- wykład,
- ćwiczenia projekcyjne,
- burza mózgów,
- praca w grupach,
- analiza dokumentów,
- dyskusja.

Przebieg zajęć

1. Instytucja kultury, czyli co? (15 min.)

- Zebranie wiedzy na temat lokalnych instytucji kultury.
- Stworzenie mapy myśli i skojarzeń na temat ich działania.

Nauczycielka pyta uczniów, jakie instytucje kultury znajdują się w ich okolicy (zarówno w tej

najbliższej, jak i trochę dalszej).

Przykładowe instytucje kultury, jakie mogą wymienić uczniowie: muzeum, teatr, biblioteka, biblioteka szkolna, dom kultury, kino, opera, filharmonia, galeria sztuki, archiwum.

Nauczycielka rozmawia z uczniami i pyta, kiedy ostatni raz odwiedzili którąś z wymienionych instytucji oraz czy wiedzą, co się tam aktualnie dzieje?

Potem prosi ich, by wybrali maksymalnie trzy placówki i zapisuje wybrane przykłady na tablicy. Następnie zachęca grupę, żeby wymieniła myśli i skojarzenia, jakie wywołuje w niej każda z wypisanych instytucji. Skojarzenia mogą dotyczyć zarówno zjawisk i rzeczy, jak i wrażeń zmysłowych czy ich wyglądu, np. muzeum – skansen, cisza, marmur, gablota, wypchane zwierzę, nuda, przewodnik, lekcja muzealna, kurz; dom kultury – zielony budynek, festyn, zajęcia dla dzieci i seniorów, nauka gry na gitarze, lekcje angielskiego, nie ma tam nic ciekawego, itd.

Nauczycielka zachęca uczniów, by zebrali jak najwięcej skojarzeń i pomysłów. Podczas burzy mózgów może pojawić się sporo stereotypów dotyczących sposobu działania placówek kulturalnych. Może być to dobry punkt wyjścia do dyskusji i zapytania grupy, czy podoba się jej taki obraz instytucji? Czy odpowiada on potrzebom młodzieży?

2. Kolaże – idealna instytucja kultury (30 min., w tym 15 min. na pracę w grupach i 15 min. na prezentację wyników i ich omówienie)

- Zebranie wyobrażeń na temat idealnej instytucji kultury.

Nauczycielka dzieli uczniów na 4–5 osobowe zespoły. Każdej grupie rozdaje kolorowe gazety, klej, nożyczki. Prosi, aby zespołowo przygotowali kolaże na temat „Idealna instytucja kultury”.

Podczas tego ćwiczenia warto zwrócić uwagę na uczniowskie wyobrażenie idealnej placówki i zastanowić się, czy bardzo odbiega ono od rzeczywistości. Co uczniowie mogą zrobić, by jak najbardziej zbliżyć się do ideału takiej instytucji? Może wyjście z inicjatywą i rozpoczęcie współpracy z taką instytucją będzie pierwszym krokiem do zmian i idealna instytucja kultury stanie się faktem?

Podczas omówienia prac nauczycielka informuje uczniów, że instytucje kultury to według definicji instytucje publiczne, które powinny działać, kierując się potrzebami mieszkańców. Dodaje, że nie istnieją one bez publiczności, odbiorców. Mieszkańcy, w tym młodzi ludzie, mogą mieć wpływ na ich funkcjonowanie, np. mogą proponować domowi kultury realizację koncertów i wystaw lub sugerować bibliotece zakup interesujących ich książek, itp. Dzięki aktywności mieszkańców instytucje wciąż się zmieniają i coraz lepiej odpowiadają na ich potrzeby.

Na zakończenie lekcji nauczycielka mówi młodzieży, że każda instytucja kultury ma swój statut. W statucie zapisane są podstawowe cele jej działania.

Zapoznanie się ze statutem może być jedną z form poznania instytucji i lepszego przygotowania się do współpracy z nią.

Praca domowa

Nauczycielka prosi uczniów, by znaleźli w internecie i przeanalizowali statuty 2–3 wybranych instytucji kultury, które działają najbliżej ich szkoły. Zaznacza, by w swojej analizie skupili się na rozdziałach dotyczących celu działania i zadań instytucji. Następnie poleca, by zastanowili się, czy na podstawie statutu można ocenić, którą z instytucji warto zainteresować ich projektem?



Na koniec nauczycielka prosi uczniów o przyniesienie wydrukowanych statutów na następną lekcję.

Podczas pracy z grupą można skorzystać także z przykładowych fragmentów statutów (Załącznik nr 1).

3. Wizytówka instytucji (15 min.)

- Uporządkowanie wiedzy na temat wybranych instytucji kultury.

Nauczycielka dzieli grupę na 4–5 osobowe zespoły. Prosi, by na podstawie posiadanych informacji, wyników dyskusji z ostatniej lekcji i zapisów statutu uzupełnili wizytówkę instytucji (Załącznik nr 2). Poleca, by zastanowili się, co już o danej instytucji wiedzą, a czego warto jeszcze się dowiedzieć. Pozwoli to zebrać i uporządkować wiedzę dotyczącą wybranych instytucji i tym samym lepiej przygotować się do współpracy. Najlepiej, gdy każdy z zespołów opracowuje wizytówkę innej instytucji, jeśli jednak nie jest to możliwe, jedną wizytówkę mogą tworzyć dwa lub trzy zespoły.

Podczas podsumowania nauczycielka pyta uczniów, którą z instytucji kultury warto zainteresować wspólnym działaniem i dlaczego akurat tę wybrali?

4. Wymiana korzyści (15 min.)

- Uświadomienie uczniom, jakie korzyści ze współpracy z instytucją kultury może mieć młodzież, a jakie placówka partnerska.

Nauczycielka przypomina uczniom, że o partnerstwie można mówić wtedy, gdy obie strony w równym stopniu czerpią korzyści ze współpracy.

Następnie dzieli młodzież na dwie grupy. Rozdaje kartki A4.

Prosi pierwszy zespół, by wypisał, jakimi zasobami dysponuje jako grupa młodzieży – co może dać instytucji i jakie korzyści mogą płynąć ze współpracy z nią.

Drugą grupę prosi, by wypisała zasoby, jakie może młodym ludziom udostępnić instytucja kultury oraz podała korzyści (materialne i niematerialne), jakie mogą oni mieć z tej współpracy.

Na koniec nauczycielka zachęca młodzież do podzielenia się wynikami prac w grupach na forum. Po każdym wystąpieniu pyta grupy, czy chciałyby coś dodać do listy przedstawionych zasobów i korzyści.

W podsumowaniu nauczycielka zaznacza, że przed rozpoczęciem współpracy warto sobie uświadomić, czego się oczekuje od partnerów, na jakie korzyści się liczy oraz jakiego wsparcia potrzebuje. Dobrze jest też wiedzieć, co można zaoferować instytucji, z którą chce się podjąć współpracę. To pozwoli skupić się na konkretnych ustaleniach podczas rozmowy z potencjalnym partnerem.

5. Pomysł na projekt a propozycja współpracy (15 min.)

Wiedząc już, jak działają instytucje kultury i znając potencjalne korzyści, jakie mogą płynąć z tej współpracy, uczniowie mają za zadanie przygotować opis pomysłu, z którym chcą się zgłosić do wybranej placówki. Dobrze, jeśli w opisie znajdą się odpowiedzi na poniższe pytania:

- Co chcemy zrobić? Jakie konkretnie działanie przeprowadzić?
- Dlaczego chcemy to zrobić?
- Do kogo nasze działanie ma być skierowane?
- Kiedy chcemy je zrealizować?
- Jaki efekt chcemy osiągnąć?
- Jakie korzyści będzie miała instytucja ze współpracy z nami? Co możemy zaoferować?

Załączniki do scenariusza

Załącznik nr 1



Fragmenty statutów przykładowych instytucji kultury

STATUT FILHARMONII OPOLSKIEJ IM. JÓZEFA ELSNERA W OPOLU (fragment)

II. Zakres działalności

§ 8

Filharmonia prowadzi, z udziałem twórców i wykonawców, posiadających kwalifikacje zawodowe, działalność artystyczną w dziedzinie muzyki w celu zaspokojenia potrzeb kulturalnych mieszkańców województwa opolskiego oraz upowszechniania kultury muzycznej w kraju i poza jego granicami.

§ 9

W szczególności do zadań Filharmonii należy:

- kształtowanie, prezentacja i upowszechnianie dziedzictwa muzycznego kultury narodowej i światowej,
- edukacja muzyczna i przygotowanie dzieci i młodzieży do roli przyszłych odbiorców i współtwórców sztuki muzycznej,
- tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi twórczości i talentów twórczych z uwzględnieniem muzycznych talentów Opolszczyzny,
- współpraca ze społecznym ruchem kulturalnym, stowarzyszeniami twórczymi oraz lokalnymi samorządami w podejmowaniu wspólnych inicjatyw w rozbudzaniu i zaspokajaniu potrzeb oraz zainteresowań kulturalnych,
- prezentacja polskiego i światowego dorobku kulturalnego cechującego się wysokim poziomem artystycznym,
- prezentacja i kultywowanie regionalnego dorobku muzycznego, prezentacja wybitnych wykonawców i dzieł muzycznych związanych z regionem.

§ 10

Filharmonia wykonuje zadania podstawowe poprzez:

- organizację koncertów muzycznych w siedzibie, na terenie województwa i kraju oraz za granicą w oparciu o własne zespoły orkiestrowe, a także przy udziale zaproszonych solistów, zespołów muzycznych,
- organizację koncertów edukacyjnych i audycji szkolnych, z uwzględnieniem koncertów „Musica Viva”,

3. podejmowanie innych inicjatyw muzycznych i kulturalnych.

§ 11

1. Filharmonia prowadzi działalność artystyczną na podstawie planu repertuarowego.
2. Plany ustalane są po zasięgnięciu opinii Rady Artystyczno-Programowej.
3. Plany przedkłada się Zarządowi Województwa Opolskiego w celu zaopiniowania.

Źródło:

http://www.bip.filharmonia.opole.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=24&Itemid=36 [data dostępu: 10.06.2014 r.]

Statut Miejskiego Domu Kultury w Sulejówku (fragment)

CELE I PRZEDMIOT DZIAŁANIA

§ 4

1. Dom Kultury prowadzi jako podstawową, wielokierunkową działalność w zakresie upowszechniania kultury, sztuki i nauki oraz zachowania dziedzictwa kulturowego.
2. Głównym celem działalności Domu Kultury jest przygotowanie społeczności lokalnej do aktywnego uczestnictwa w kulturze oraz współtworzenia jej wartości.

§ 5

1. Do zadań Domu Kultury należy w szczególności:
 - 1) edukacja kulturalna poprzez prezentację w różnych formach sztuki i kultury głównie polskiej, a także europejskiej i światowej;
 - 2) tworzenie warunków do rozwoju amatorskiego ruchu artystycznego oraz zainteresowania wiedzą i sztuką;
 - 3) organizowanie różnorodnych form edukacji artystycznej, kulturalnej i naukowej skierowanej do odbiorców wszystkich grup wiekowych;
 - 4) rozpoznawanie, rozwijanie i zaspokajanie zainteresowań oraz potrzeb kulturalnych i intelektualnych mieszkańców Sulejówka oraz odpowiednio tworzenie warunków do ich zaspokajania;
 - 5) tworzenie ofert i warunków umożliwiających kulturalne wykorzystanie czasu wolnego przez mieszkańców Sulejówka;
 - 6) tworzenie warunków do podtrzymywania postaw patriotycznych i kultywowania tradycji;
 - 7) gromadzenie, dokumentowanie, tworzenie, ochrona i udostępnianie dóbr kultury;
 - 8) współpraca z instytucjami i organizacjami społecznymi działającymi na rzecz kultury i sztuki;
 - 9) podejmowanie działań integracyjnych w sferze kultury dla osób niepełnosprawnych;
 - 10) prowadzenie współpracy kulturalnej z zagranicą, zwłaszcza z miastami partnerskimi.
 - 11) podejmowanie inicjatyw mających na celu zintegrowanie środowiska artystycznego i twórców zamieszkałych na terenie Miasta.
2. Dom Kultury może podejmować również inne działania wynikające z potrzeb środowiska Miasta Sulejówek i instytucji działających na jego terenie.

§ 6

1. Dom Kultury może prowadzić działalność gospodarczą w oparciu o odrębne przepisy, z której uzyskane przychody przeznaczane są na realizację celów statutowych i pokrywanie

kosztów bieżącej działalności.

2. Prowadzenie działalności gospodarczej może odbywać się w szczególności poprzez:
 - 1) prowadzenie szkoleń, warsztatów i zajęć edukacyjnych;
 - 2) prowadzenie usług kserograficznych;
 - 3) sprzedaż komisową dzieł sztuki, rękodzieła ludowego i materiałów plastycznych;
 - 4) prowadzenie działalności wydawniczej;
 - 5) organizowanie imprez rozrywkowych i artystycznych, koncertów, przedstawień teatralnych, widowisk oraz innych form estradowych w obiektach własnych i poza nimi na zlecenia podmiotów zewnętrznych;
 - 6) prowadzenie działalności impresaryjnej, promocyjnej i marketingowej;
 - 7) świadczenie innych usług i prowadzenie wspólnych działań z innymi podmiotami na zasadzie współpracy stałej lub okresowej.
3. Działalność gospodarcza, o której mowa w ust. 1 i 2, nie może kolidować z realizacją zadań statutowych.

Źródło:

www.bip.sulejowek.pl/plik,466,zalacznik-do-uchwaly-nr-xxii-176-2012-statut-domu-kultury.pdf [data dostępu: 10.06.2014 r.]

Załącznik nr 2

Wizytówka instytucji

Instytucja partnerska

	Co wiemy?	Czego chcemy się jeszcze dowiedzieć? Gdzie i od kogo można się tego dowiedzieć?
Jak działa (dni, godziny otwarcia)?		
Co robi (w jakim obszarze działa)?		
Z jakimi grupami pracuje?		
Jakie było jej ostatnie ciekawe działanie?		
Z kim z danej instytucji warto się skontaktować?		
Dodatkowe uwagi		



Karolina Pluta – animatorka kultury. Od 2008 roku związana z Towarzystwem Inicjatyw Twórczych „ę”, w którym koordynowała prace sieci Latający Animatorzy Kultury i Latający Socjologowie. Studiowała polonistykę i stosowane nauki społeczne na Uniwersytecie Warszawskim. Współpracuje z kilkoma organizacjami pozarządowymi – prowadzi szkolenia, konsultacje społeczne i warsztaty dla młodych ludzi, pracowników instytucji kultury i seniorów. Ukończyła Szkołę Trenerów Organizacji Pozarządowych STOP i kurs artcoachingu. Współpracowała z British Council przy projekcie Creative Cities. Członkini Stowarzyszenia Pedagogów Teatru, współpracuje z Instytutem Teatralnym przy projekcie Teatrunki.



Program Młody Obywatel

Celem programu jest uświadomienie młodym ludziom znaczenia kapitału społecznego i zaangażowanie ich w jego odkrywanie i rozwijanie. Młodzież przy wsparciu dorosłych wyrusza w teren, aby zbadać swoją okolicę, a następnie zaplanować działania na jej rzecz. W ramach programu poznaje swoją społeczność lokalną, prowadzi wywiady z przedstawicielami lokalnych instytucji, organizuje debaty z mieszkańcami, tworzy ścieżki edukacyjne po miejscowości i podejmuje wiele innych działań na rzecz najbliższego otoczenia. Młodzi ludzie uczą się przy tym pozyskiwać sojuszników dla swoich przedsięwzięć. Od początku realizacji programu Młody Obywatel wzięło w nim udział niemal 500 szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z całej Polski, ponad 4000 młodych ludzi przeprowadziło działania na rzecz społeczności lokalnej; zorganizowano ponad 100 warsztatów dla 1700 młodych ludzi.

www.ceo.org.pl/mlodyobywatel

Organizatorzy:

Fundacja Centrum Edukacji Obywatelskiej

CEO jest niezależną instytucją edukacyjną istniejącą od 1994 roku. Upowszechnia wiedzę, umiejętności i postawy niezbędne w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Wprowadza do szkół programy, które podnoszą efektywność kształcenia, pomagają młodym ludziom rozumieć świat, rozwijają krytyczne myślenie, wiarę we własne możliwości, zachęcają do angażowania się w życie publiczne oraz działania na rzecz innych.

www.ceo.org.pl

Fundacja BGK

Misją Fundacji BGK im. J. K. Steczkowskiego jest tworzenie przyjaznego i inspirującego otoczenia do rozwoju dzieci i młodzieży. Fundacja BGK realizuje programy zaangażowania społecznego w imieniu Banku Gospodarstwa Krajowego. Koncentruje swoje działania na wyrównywaniu szans edukacyjnych dzieci i młodzieży, budowaniu kapitału społecznego oraz popularyzacji idei wolontariatu. Fundacja BGK prowadzi konkurs grantowy „Na dobry początek!” i program wolontariatu pracowniczego „Wolontariat jest super!”. Jest partnerem programu Stypendiów Pomostowych i programu edukacji obywatelskiej „Młody Obywatel”.

www.fundacijabgk.pl