



KRĄG ROZWOJU PRACY Z MŁODZIEŻĄ

Editors: Ewa Krzaklewska, Marzena Ples

Authors of the Research: Ewa Krzaklewska, Marzena Ples, Mojca Galun, Matej Cepin, Giacomo Trevisan, Gregorio Ceccone, Giovanni Zambon, Nick Bosch

Concept developed by the ABC of Youth Work project team led by: Matej Cepin

This publication is financed by the European Union through the Erasmus+ Programme as part of the project entitled: “ABC of Youth Work”. This publication reflects only the views of the author/s, and the National agency or the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Krąg Rozwoju Pracy z Młodzieżą wskazuje na ważne procesy, które składają się na tę pracę. To ABC pracy z młodzieżą, pokazujące nam korzenie pracy z młodymi ludźmi.

Zadaliśmy pytania:

- Co dziś dzieje się w pracy z młodzieżą?
- Jak zachęcić młodych ludzi do angażowania się w działania związane z pracą z młodzieżą?
- Jak budować trwałe relacje z młodymi ludźmi w grupach związanych z pracą z młodzieżą?
- Jak stworzyć silne grupy młodzieżowe?

TRWAŁOŚĆ UCZESTNICTWA MŁODZIEŻY

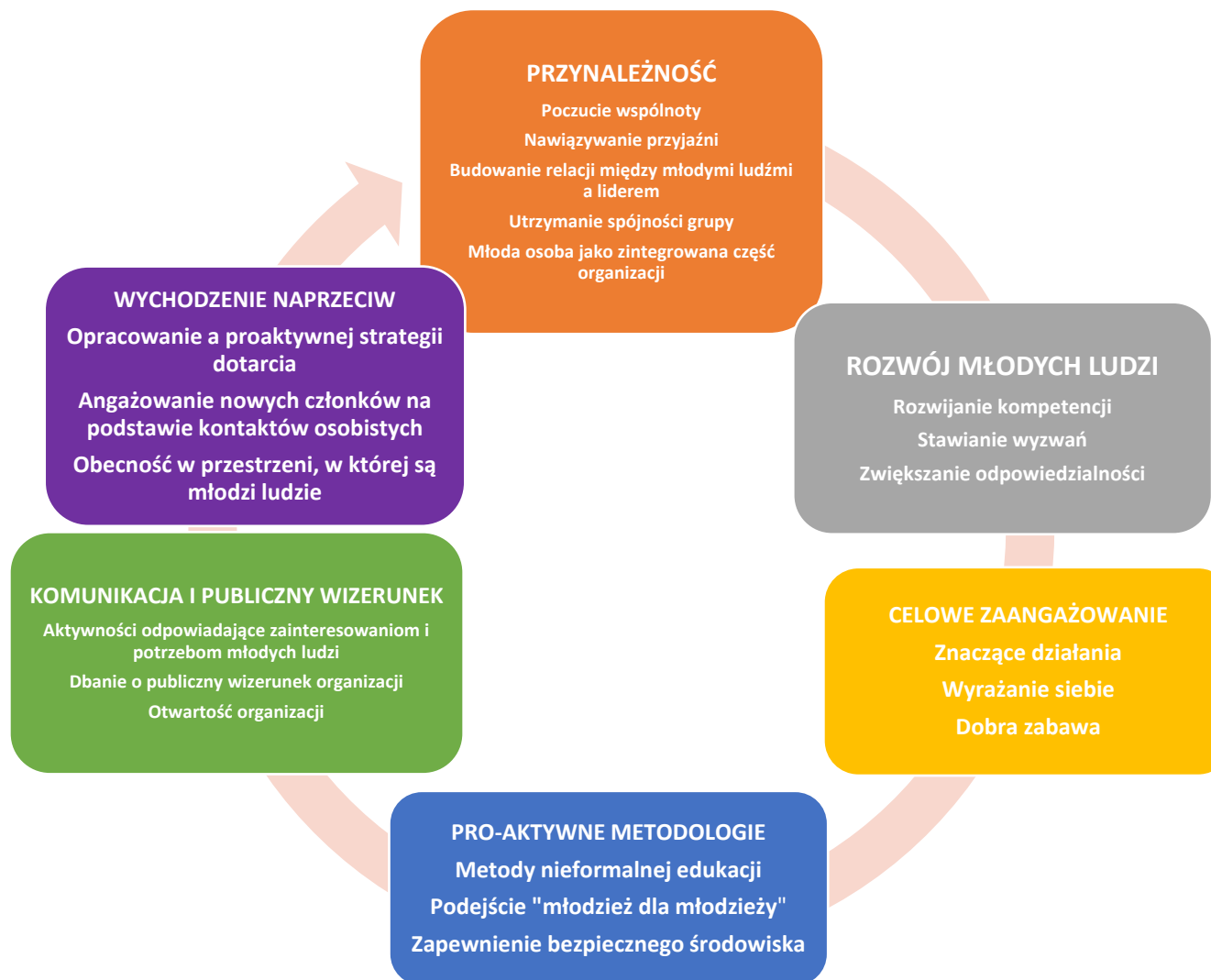
Ponieważ chcemy, aby nasza praca była trwała i zrównoważona, a młodzi ludzie byli zaangażowani przez dłuższe okresy czasu - dążymy do stworzenia organizacji, która jest atrakcyjna dla młodych ludzi, która sprawia, że mają oni poczucie przynależności, wspiera się ich rozwój i stosuje proaktywne metodologie.

DOŁĄCZANIE DO GRUP MŁODZIEŻOWYCH, ZAANGAŻOWANIE W GRUPY ZWIĄZANE Z PRACĄ Z MŁODZIEŻĄ

Aby młodzi ludzie mogli angażować się w pracę z młodzieżą ważny jest atrakcyjny wizerunek organizacji lub projektu, a także lepsze drogi dotarcia do młodych ludzi, dlatego włączamy w ten proces wiele różnorodnych grup młodzieży.

Oparte na dowodach: Krąg Rozwoju Pracy z Młodzieżą opracowano na podstawie 32 wywiadów z pracownikami młodzieżowymi (8 na kraj, Polska, Niemcy, Włochy, Słowenia) i 8 grup fokusowych z młodymi ludźmi, którzy są członkami różnych organizacji, uczestnikami projektów i zaangażowani w pracę z młodzieżą. Wywiady przeprowadzono w 2017 roku.





DOŁĄCZANIE DO GRUP MŁODZIEŻOWYCH, ZAANGAŻOWANIE W GRUPY ZWIĄZANE Z PRACĄ Z MŁODZIEŻĄ

<p>Proces Co dzieje się w grupach?</p>	<p>Przykłady Wskaźników Na co powinniśmy patrzeć? Których wskaźników lider mógłby użyć do "obserwowania" określonego procesu?</p>	<p>Możliwe Działania Konkretne pomysły na to, co i jak należy zrobić, aby poprawić jakość w danym procesie. Pomysły powinny zostać ponownie przemyślane i dostosowane do każdej grupy.</p>
---	--	---

KOMUNIKACJA I PUBLICZNY WIZERUNEK

<p>15. Aktywności odpowiadające zainteresowaniom i potrzebom młodych ludzi - aktywności w organizacji są interesujące dla młodych ludzi. Opierają się na zainteresowaniach i potrzebach młodzieży.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Działania organizacji są postrzegane jako atrakcyjne, innowacyjne, "nowe". • Organizacja oferuje wyjątkowe możliwości (np. podróże do innych krajów, udział w określonych wydarzeniach, warsztaty, itp.). • Istnieje możliwość dzielenia się i/lub rozwijania hobby, uczenia się. • Aktywności w organizacji zapewniają spełnienie podstawowych potrzeb młodych ludzi (np. zakwaterowanie, wyżywienie, nauka, miejsce pobytu). • Młodzi uważają, że ich działania mogą przynieść zmiany w lokalnych społecznościach. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizowanie prezentacji działań organizacji, w których członkowie dzielą się swoimi doświadczeniami, pokazują zdjęcia lub filmy. • Nauka z doświadczeń innych organizacji. • Oferowanie bezpłatnych szkoleń i kursów. • Weekendowy wyjazd ze stowarzyszeniem (aby go poznać i poznać przyszłych członków). • Udział w szkolnych targach, tworzenie oryginalnych prezentacji. • Członkowie rozmawiają o organizacji ze swoimi znajomymi.
---	--	--

<p>16. Dbanie o publiczny wizerunek organizacji - organizacja postrzegana jest jako atrakcyjna, odnosząca sukcesy, robiąca dobre rzeczy dla ważnej sprawy, opinia publiczna słyszała o organizacji itp.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wielu młodych ludzi słyszało o organizacji / Organizacja jest znana w lokalnej społeczności. • Organizacja jest uznawana przez społeczność lokalną. • Młodzi ludzie słyszą o organizacji od znajomych. • Organizacja współpracuje z różnymi partnerami, zwłaszcza ze szkołami. • Organizacja jest postrzegana jako otwarta dla nowych członków (nie tylko dla grupy przyjaciół). • Istnieje publiczna strona internetowa promująca organizację, która jest regularnie aktualizowana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Współpraca z innymi stowarzyszeniami, szkołami, uniwersytetami, partiami politycznymi - udział w ich wydarzeniach. • Promocja na wydarzeniach publicznych. • Informatywna i aktualna strona internetowa • Rezultaty projektu stworzone są przy udziale młodych ludzi i publikowane w internecie (zdjęcia, filmy, itp.). • Udział w konkursach (np. konkursach szkolnych). • Ulotki, plakaty informujące o działaniach. • Organizowanie otwartych warsztatów, prezentacji w szkołach, uniwersytetach. Aktywności te mogą być dobrą okazją, aby pokazać znajomym, jak grupa działa i jakie są rezultaty jej działalności. • Organizacja jest obecna w mediach społecznościowych, gdzie opisane są wszystkie główne wydarzenia. • Udział w "Dniach Otwartych" na uniwersytetach, w szkołach, na targach organizacji pozarządowych i innych otwartych imprezach, gdzie organizacja może zaprezentować swoje działania. • Organizowanie pikników w lokalnych społecznościach. • Promocja wśród rodziców. • Wsparcie "Celebrytów" - młodzi ludzie są zainteresowani działaniami, gdy widzą, że
--	---	---

		<p>ważne dla nich osoby wspierają organizację.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udział w działaniach innych organizacji i instytucji.
<p>17. Otwartość organizacji - organizacja jest otwarta na nowych członków i jest postrzegana w ten sposób</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja nawiązuje kontakt z trudnymi do dotarcia grupami. • Organizacja jest otwarta dla wszystkich młodych ludzi, w tym osoby z grup defaworyzowanych. • Organizacja jest postrzegana jako "otwarta". • Udział w zajęciach jest w pełni otwarty i dobrowolny - młodzi ludzie mogą opuścić grupę, jeśli nie czują się w niej już dobrze. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proces dołączania do organizacji/grupy i opuszczania jej jest prosty i przejrzysty • Angażowanie obecnych członków, aby zapraszali potencjalnych nowych członków i wprowadzali ich do organizacji. • Otwarte ogłoszenia (np. do przyłączenia się do działań, projektów, wycieczek, wymian). • Organizacja ceni różnorodne doświadczenia swoich członków.
WYCHODZENIE NAPRZECIW		
<p>18. Opracowanie proaktywnej strategii dotarcia - planowana i wdrażana jest komunikacja ze wszystkimi zainteresowanymi stronami, zwłaszcza z młodymi ludźmi .</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja ma strategię dotarcia, zaprojektowaną i dostosowaną do młodych ludzi, którzy potencjalnie mogą zostać jej członkami. • Istnieje jasny pogląd, jaka jest grupa docelowa organizacji i kim oni są (ich potrzeby, zainteresowania). • Istnieją regularne starania w kierunku dotarcia do nowych członków. • Działania promocyjne odbywają się zarówno w trybie online, jak i offline. 	<ul style="list-style-type: none"> • Korzystanie z nowych technologii (takich jak media społecznościowe, strony internetowe, Instagram itp.), ale także z kontaktów osobistych. • Organizowanie wystaw, happeningów, flash mobów, koncertów, występów na żywo, spektakli. • Szkoły i uniwersytety to dobry sposób na dotarcie do młodych ludzi w edukacji. • Zadania związane z docieraniem do nowych członków są przydzielane osobom

		<p>w organizacji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Osoby odpowiedzialne za zewnętrzny kontakt mogą potrzebować szkolenia lub uczyć się z doświadczeń innych organizacji. • Organizacja publicznego wydarzenia promującego działania organizacji.
<p>19. Angażowanie nowych członków w oparciu o kontakty osobiste - w trakcie tego procesu każda osoba jest brana pod uwagę indywidualnie i istnieją metodyczne sposoby kontaktu z każdą potencjalną zainteresowaną osobą.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizowane są działania związane z rekrutacją opartą na osobistym kontakcie. • Młodzi ludzie znali kogoś z organizacji przed dołączeniem. • Istnieją ścieżki/sposoby zaprojektowane do komunikowania się z nowymi członkami, które wiążą się z osobistym kontaktem. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaangażowanie byłych uczestników lub członków organizacji w wydarzenia promocyjne. • Bezpośrednia rozmowa z młodymi ludźmi po prezentacji na temat organizacji. • Formularz zgłoszeniowy z podstawowymi pytaniami (motywacja, zainteresowania) jako pierwszy krok, następnie rozmowa twarzą w twarz prowadzona przez lidera. • Materiały (np. ulotki) przygotowane, aby rozdać potencjalnym członkom podczas osobistego spotkania.
<p>20. Będąc w przestrzeni, w której obecni są młodzi ludzie - poszukiwanie kontaktu z młodymi ludźmi na ich terytoriach / w ich otoczeniu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja wykonuje mapowanie obecności młodzieży we wsi/dzielnicy/mieście. • Liderzy są obecni w miejscach, w których są młodzi ludzie: szkoły, koncerty, stadiony, festiwale, przestrzeń online, ulice i centra handlowe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Docieranie do młodych ludzi w miejscach, w których się znajdują - a więc uczniowie w szkołach, młodzi uchodźcy (poprzez organizacje, które ich wspierają), itd. • Praca na ulicy: obecność w przestrzeniach młodzieżowych (parki, bary, formalne i nieformalne miejsca spotkań). Umożliwienie zaangażowania wielu młodym ludziom. • Różnorodne formy mobilnej pracy z

Proces Co dzieje się w grupach?	Przykłady Wskaźników Na co powinniśmy patrzeć? Których wskaźników lider mogłby użyć do "obserwowania" określonego procesu?	Możliwe Działania Konkretnie pomysły na to, co i jak należy zrobić, aby poprawić jakość w danym procesie. Pomysły powinny zostać ponownie przemyślane i dostosowane do każdej grupy.
---	---	--

		młodzieżą. <ul style="list-style-type: none"> • Obecność w "przestrzeniach on-line" może być ważna dla nawiązania lub utrzymania kontaktu z młodymi ludźmi. • Lider młodzieżowy jako punkt wyjścia znajduje coś wspólnego z młodymi ludźmi. Pokazuje im, że interesuje się ich hobby.
--	--	---

KOMUNIKACJA I PUBLICZNY WIZERUNEK

<p>1. Poczucie wspólnoty - młodzi ludzie, którzy są członkami organizacji, rozwijają poczucie przynależności do grupy i identyfikują się z nią; budują więzi z organizacją i wewnątrz niej.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie mają poczucie tożsamości w obrębie organizacji. • Młodzi ludzie czują, że należą do organizacji. • Młodzi ludzie czują się związani z innymi członkami grupy. • Młodzi ludzie dzielą wartości organizacji. 	<ul style="list-style-type: none"> • Regularne organizowanie działań integracyjnych w ramach organizacji. • Organizowanie celebracji po osiągnięciu sukcesu. • Organizowanie dla młodych ludzi czasu "poza" organizacją: imprezy integracyjne, np. wspólne wyjścia, kino, zajęcia sportowe, wycieczki, itp. • Młodzi ludzie wspólnie budują tożsamość organizacji, a tożsamość ta zmienia się wraz z pomysłami młodych ludzi. • Prowadzone są dyskusje na temat wartości w organizacji. • Organizacja ma wspólne symbole (np. logo, maskotka), rytuały (np. impreza powitalna, piosenka organizacji lub taniec), wspólne słownictwo (np. pseudonimy miejsc, członków, funkcji).
<p>2. Nawiązywanie przyjaźni - organizacja oferuje możliwość spotkania się z innymi młodymi ludźmi, rozwijania znajomości, tworzenia więzi społecznych między młodymi ludźmi,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie poznali nowych przyjaciół w organizacji. • Młodzi ludzie spędzają razem czas offline. • Młodzi ludzie z organizacji spotykają się również poza organizacją. • Młodzi ludzie komunikują się między sobą (twarzą w twarz i na platformach społecznościowych). 	<ul style="list-style-type: none"> • Początkowa zachęta do spotkań towarzyskich. • Działania integracyjne, "przygody", wspólne wyzwania. • Zaoferowanie przestrzeni, w której młodzi ludzie mogą się spotkać (przestrzeń znana, dostępna, nieformalna), np. centrum młodzieżowe, pokój socjalny, kanapa na korytarzu. • Użycie internetowej platformy społecznościowej do utrzymywania kontaktu pomiędzy wydarzeniami i spotkaniami. • Organizowanie czasu na rozmowy o

wspólnego spędzania czasu.		zainteresowaniach naszych członków (np. wystawa hobby), aby członkowie mieli szansę poznać się lepiej.
3. Budowanie relacji między młodymi ludźmi a liderem.	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie są w bliskim kontakcie z liderem. • Młodzi ludzie zostają wysłuchani przez lidera / lider szanuje pomysły młodych ludzi. • Młodzi ludzie czują się szanowani przez lidera. • Liderzy motywują młodych ludzi. • Młodzi ludzie rozumieją role i obowiązki członków grupy i lidera. • Istnieje dobra komunikacja i współpraca między młodymi ludźmi a liderem. • Liderzy są oddani swojej pracy, entuzjastycznie nastawieni i lubią to, co robią. • Młodzi ludzie ufają liderowi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pracownicy młodzieżowi / liderzy spędzają czas z młodymi ludźmi. • Liderzy wysłuchują potrzeb, pomysłów i opinii młodych ludzi, upewniając się, że jest czas zaplanowany na to na spotkaniach lub w planie działań. • Liderzy stawiają przed młodymi ludźmi wyzwania, ale nie wywierają na nich za dużej presji. Każdy uczestniczy w takim stopniu w jakim jest gotowy i na jaki ma chęć. • W przypadku niepowodzenia lider jest w stanie pokazać młodym ludziom pozytywne aspekty i to, czego mogą się nauczyć z tego doświadczenia. • Liderzy traktują wszystkich sprawiedliwie. • System mentoringu. • Między liderem a grupą istnieje dobra komunikacja.
4. Utrzymywanie spójności grupy - grupa staje się spójna, istnieją sposoby radzenia sobie z wewnętrznymi podziałami	<ul style="list-style-type: none"> • Każdy członek jest włączony w działania organizacji. • Nie ma wewnętrznych podziałów w obrębie organizacji i "nierozwiązanych" konfliktów. • Istnieją ustalone tryby mediacji w przypadku nieporozumień. • Lider zajmuje się mediacją konfliktów 	<ul style="list-style-type: none"> • Lider powinien zostać przeszkolony w zakresie zarządzania ryzykiem, mediacji konfliktów. • Liderzy mają zapewnione wsparcie/nadzór/mentoring w czasach kryzysu. • W planie aktywności jest wyznaczona przestrzeń do otwartej dyskusji w grupie, dzielenia się potrzebami, problemami i propozycjami usprawnień związanych z funkcjonowaniem organizacji.

	<p>kiedy jest taka potrzeba i znajduje dla nich rozwiązanie razem z młodzieżą.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unikanie izolacji wybranych członków lub podgrup w organizacji. • W przypadku niepowodzenia lub potrzeby wsparcia istnieją ustalone drogi jego zapewnienia i zarządzania nim. • Przejrzystość w komunikacji.
<p>5. Młody człowiek jako ważna, zintegrowana część organizacji - każda młoda osoba czuje się doceniona jako członek, a jej udział jest ważny dla organizacji</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie aktywnie uczestniczą w planowaniu i realizacji wydarzeń w organizacji. Mają wpływ na aktywności i program. • Młodzi ludzie mogą proponować i rozwijać własne pomysły i aktywności. • Młodzi ludzie czują się ważną częścią organizacji. • Młodzi ludzie czują się wartościowi, doceniani, potrzebni i zauważeni. • Liderzy zwracają uwagę na każdego członka organizacji. • Młodzi ludzie wiedzą, co dzieje się w organizacji. • Młodzi ludzie są bezpośrednio informowani o wydarzeniach (indywidualna komunikacja, prywatna wiadomość/telefon). 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderzy młodzieżowi aktywnie słuchają propozycji młodzieży i zastanawiają się nad nimi razem z młodymi ludźmi na różnych etapach projektów. • Liderzy zauważają i doceniają zaangażowanie i wkład młodych ludzi. • Organizowanie celebracji po osiągnięciu sukcesu. • Młodzi ludzie wiedzą o pracy organizacji, możliwościach uczestnictwa i przyszłych rolach, które mogą podjąć. • Docenianie wkładu młodych ludzi, np. małych, symbolicznych nagród za ich zaangażowanie (dyplomy, indywidualne prezenty, publiczne uznanie). • Oprócz osobistej komunikacji, organizacja może wykorzystywać wybrane kanały internetowe do szybkiego i bezpośredniego kontaktu z członkami (np. dedykowana platforma społecznościowa, aplikacja komunikacyjna taka jak WhatsApp lub Messenger, newsletter dla członków...). • Regularne spotkania w organizacjach (całej organizacji i w podgrupach).

ROZWÓJ MŁODYCH LUDZI

<p>6. Kształcenie kompetencji - organizacja oferuje możliwość rozwijania kompetencji, umiejętności, zdobywania nowej wiedzy.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Młodzi ludzie rozwijają swoje kompetencje i umiejętności.• Młodzi ludzie zdobywają nowe umiejętności, praktyczne doświadczenie i nową wiedzę.• Młodzi ludzie są szkoleni, monitorowani i wspierani przez liderów.• Młodzi ludzie są świadomi swojego postępu i rozwoju osobistego poprzez ocenę i autorefleksję.• Liderzy wspierają proces oceny i autorefleksji.	<ul style="list-style-type: none">• Młodym ludziom oferowane są narzędzia do autorefleksji i samooceny, np. regularne sesje ewaluacyjne z młodymi ludźmi (twarzą w twarz lub w grupie), wyznaczane są z nimi cele.• Liderzy koncentrują się na procesie, a nie na wynikach.• Młodzież uczestniczy w warsztatach lub szkoleniach oferowanych przez organizację lub inne instytucje.• Organizacje mają opracowany schemat ról/systemu/poziomów/obowiązków i omawia się to, czego młody człowiek może się przez to nauczyć.• Mentoring, coaching.• Od młodych ludzi są zbierane pomysły na szkolenia jakie by im się spodobały.
<p>7. Stawianie wyzwań - młodzi ludzie napotykają nowe wyzwania w organizacji, próbują swoich umiejętności.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Młodzi ludzie czują, że są przed nimi wyzwania.• Młodzi ludzie mogą pokazać swoje mocne strony i rozwijać słabsze.• Młodzi ludzie mają okazję poznać różne społeczne realia, konteksty, grupy.• Przywództwo dla młodych ludzi jest otwarte - kiedy chcą i są gotowi, mogą zostać liderami.	<ul style="list-style-type: none">• Udział w publicznych wydarzeniach i konkursach.• Dostosowane, indywidualne wyzwania dla każdego członka jako narzędzie do samorozwoju i motywacji.• Wizyty w innej organizacji lub w nieznanych, rzadko odwiedzanych miejscach.• Elementy gamifikacji - konkursy, zdobywanie poziomów, listy osiągnięć, rangi, awanse, podnoszenie się w hierarchii w organizacji (uwaga na to, jak zbyt duża konkurencja może być destrukcyjna).

<p>8. Zwiększanie odpowiedzialności - młodzi ludzie mają coraz większe obowiązki w ramach organizacji, przejmują z czasem więcej odpowiedzialności i mogą sobie z nią radzić.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie mogą tworzyć pomysły bez żadnych barier. • Młodzi ludzie akceptują rosnącą odpowiedzialność (np. stając się liderami po pewnym czasie, zarządzając projektem, przewodząc w aktywnościach). • Młodzi ludzie mają wpływ na kształt swoich działań. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obowiązki (nawet te bardzo małe) są przekazywane młodym ludziom tak szybko jak to możliwe i rosną wraz z doświadczeniem. • Liderzy ułatwiają dystrybucję zadań i obowiązków. • Liderzy kształcą i przygotowują swoich następców. • Liderzy pokazują swoje własne doświadczenia i sposób w jaki zostać liderem młodzieżowym. • Organizacje mają rozwinięty system ról/poziomów/obowiązków, ale powinien on być elastyczny i negocjowany. • Podczas spotkań młodzi ludzie mówią o tym, jak radzą sobie z nowymi obowiązkami.
--	--	---

CELOWE ZAANGAŻOWANIE

<p>9. Znaczące aktywności - opracowane działania są interesujące, oparte na zainteresowaniach i potrzebach młodzi, a także przydatne dla społeczności lub sprawy.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zajęcia są interesujące dla młodych ludzi. • Zaplanowane aktywności opierają się na zainteresowaniach i potrzebach młodzieży. • Młodzi ludzie uważają, że ich działania są przydatne, służą sprawie / wiedzą, dlaczego wykonują te czynności (<i>robienie czegoś dla innych ludzi / oferowanie czegoś społeczności</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie są włączani w rozwój misji, wizji i strategii organizacji. • Młodzi liderzy są ciekawi zainteresowań młodych ludzi, rozmawiają z nimi o tym. • Liderzy młodzieżowi śledzą trendy związane z młodymi ludźmi i analizują ich wpływ na organizacje. • Misja, wizja, wartości i filozofia organizacji są przekazywane młodym ludziom z poza organizacji (np. blogi, newslettery, filmiki, media społecznościowe, ambasadorzy). • Wykorzystanie wyników ewaluacji - planowanie na podstawie wcześniejszych opinii.
--	--	---

<p>10. Wyrażanie siebie - młodzi ludzie mają przestrzeń w organizacji, aby wyrazić swoją indywidualność i osobowość.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie mają szansę wyrazić swoją tożsamość poprzez pracę w organizacji. • W organizacji jest przestrzeń dla młodych ludzi do kultywowania osobistych zainteresowań i przekazywania swoich własnych pasji lub hobby/talentów. • Organizacja daje młodym ludziom możliwość wyrażania talentów i ich rozwijania. 	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie aktywnie uczestniczą w planowaniu wydarzeń w organizacji. Mają wpływ na aktywności i program. • Młodzi ludzie mają różne role w grupie i mogą je zmieniać. • Liderzy poznają osobiste umiejętności i pasje uczestników w celu ich promowania i tworzenia przestrzeni do ich ekspresji. Na tej podstawie dają szansę do wyrażenia umiejętności, pomysłów i kreatywności: <ul style="list-style-type: none"> • - aktywny udział w projektowaniu i organizacji wydarzeń • - ulepszanie fizycznej przestrzeni przeznaczonej do działań (malowanie ścian, graffiti, meble z recyklingu, rysunki, tła do scen...). • - ulepszanie przestrzeni on-line dzięki umiejętnościom i kreatywności (wkład w ulepszenie bloga, strony na Facebooku, dodanie nowej platformy społecznościowej...) • - promowanie i nadawanie wartości swoim umiejętnościom artystycznym i multimedialnym (tworzenie filmów, muzyka, malowanie koszulek...) • "Szalona burza mózgów" - co chcielibyśmy

		zrobić, nawet, jeśli wydaje się to niemożliwe
<p>11. Dobra zabawa - zajęcia są atrakcyjne, młodzi ludzie je lubią, jest okazja do radosnych chwil i śmiechu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie lubią aktywności w organizacji. • Młodzi ludzie są zadowoleni z tego, co robią. • Młodzi ludzie mają szansę odreagować. • Zajęcia dla młodzieży są zróżnicowane. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pracownicy młodzieżowi nie powinni być nastawieni tylko na wyniki - kiedy potrzeba przerwy, zrób ją! • Liderzy proszą młodzież o sugestie, które aktywności podobają im się najbardziej, i angażują ją w planowanie następnych. • Liderzy powinni dawać młodym ludziom trochę wolnego czasu na eksplorację i radość. • Odkrywanie okazji do świętowania i do śmiechu.
PRO-AKTYWNE METODOLOGIE		
<p>12. Zasady edukacji pozaformalnej - praca z młodzieżą jako proces edukacyjny, który odbywa się w różnych okolicznościach, głównie za pomocą aktywizujących</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie uczestniczą w organizacji dobrowolnie (bez przymusu). • Rekrutacja odbywa się w nieformalnej atmosferze - zamiast rozmowy kwalifikacyjnej - luźna, swobodna rozmowa. • Aktywny udział młodzieży na wszystkich etapach cyklu projektu. • Młodzi ludzie mogą inicjować i rozwijać własne pomysły. • Młodzi ludzie uczą się przez działanie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie są zachęceni, ale nie zmuszani do udziału. • Liderzy pracują z grupami wykorzystując pozaformalne metody nauczania. • Cele nauczania są ustalane przez młodzież i liderów, zgodnie z potrzebami i umiejętnościami młodych ludzi. • Podejście nastawione raczej na proces niż na rezultat. • Na początku projektu młodzi ludzie

<p>metod nauczania i zapewnienia maksymalnej przestrzeni dla uczestników.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie uczą się również poprzez trudności i porażki. 	<p>powinni znać swoje role w nim.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie pracują w małych grupach, więc wszyscy uczestnicy mogą wyrazić swoje zdanie i pomysły. • W przypadku porażek omów to i wyciągnij z nich wnioski - porozmawiaj o tym i pomyśl o planach awaryjnych na przyszłość. • Lider akceptuje, jeśli ktoś nie chce uczestniczyć. Nie zmusza młodych ludzi do udziału.
<p>13. Podejście "młodzież do młodzieży" - młodzi ludzie spędzają ze sobą czas i podczas zajęć uczą się od siebie nawzajem.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie uczą się od siebie nawzajem. • Młodzi ludzie pracują w małej grupie rówieśników. • Młodzi ludzie obserwują i biorą przykłady od swoich rówieśników. 	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie są obecni we wszystkich segmentach organizacji. • Liderzy promują mentoring rówieśniczy, współpracę i wzajemną pomoc wśród młodych ludzi. • Młodzi ludzie ogłaszają na tablicy (lub stronie internetowej) swoje umiejętności i wiedzę, a inni członkowie mogą w razie potrzeby poprosić ich o wsparcie. • Niektóre czynności wykonywane są w małych podgrupach bez bezpośredniego nadzoru liderów.

<p>14. Zapewnienie bezpiecznego środowiska - młodzi ludzie czują się dobrze w organizacji, zarówno pod względem fizycznym, jak i mentalnym.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie czują się bezpieczni w organizacji. • Młodzi ludzie nie są zestresowani w organizacji: czują się tam dobrze, chociaż czasami są stawiane przed nimi wyzwania. • Młodzi ludzie mogą wyrażać swoje opinie i uczucia. • W organizacji panuje miła, przyjazna i otwarta atmosfera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formułowanie i respektowanie porozumienia przez wszystkich członków grupy oraz konsekwencje w razie naruszenia go. • Liderzy powinni dawać obowiązki, które są wyzwaniem, ale z którymi można sobie z nimi poradzić. • W organizacji obowiązują jasne zasady - np. co zrobić w przypadku konfliktu. • Młodzi ludzie mają mentorów, z którymi mogą rozmawiać, gdy napotykają trudności lub jeśli tego potrzebują. • Żadne przypadki przemocy ani tyranizowania nie są przemilczane, liderzy biorą odpowiedzialność za radzenie sobie z nimi.
--	---	---

DOŁĄCZANIE DO GRUP MŁODZIEŻOWYCH, ZAANGAŻOWANIE W GRUPY ZWIĄZANE Z PRACĄ Z MŁODZIEŻĄ

<p>Proces Co dzieje się w grupach?</p>	<p>Przykłady Wskaźników Na co powinniśmy patrzeć? Których wskaźników lider mogłby użyć do "obserwowania" określonego procesu?</p>	<p>Możliwe Działania Konkretne pomysły na to, co i jak należy zrobić, aby poprawić jakość w danym procesie. Pomysły powinny zostać ponownie przemyślane i</p>
---	--	--

		dostosowane do każdej grupy.
KOMUNIKACJA I PUBLICZNY WIZERUNEK		
<p>15. Aktywności odpowiadające zainteresowaniom i potrzebom młodych ludzi - aktywności w organizacji są interesujące dla młodych ludzi. Opierają się na zainteresowaniach i potrzebach młodzieży.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Działania organizacji są postrzegane jako atrakcyjne, innowacyjne, "nowe". • Organizacja oferuje wyjątkowe możliwości (np. podróże do innych krajów, udział w określonych wydarzeniach, warsztaty, itp.). • Istnieje możliwość dzielenia się i/lub rozwijania hobby, uczenia się. • Aktywności w organizacji zapewniają spełnienie podstawowych potrzeb młodych ludzi (np. zakwaterowanie, wyżywienie, nauka, miejsce pobytu). • Młodzi uważają, że ich działania mogą przynieść zmiany w lokalnych społecznościach. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organizowanie prezentacji działań organizacji, w których członkowie dzielą się swoimi doświadczeniami, pokazują zdjęcia lub filmy. • Nauka z doświadczeń innych organizacji. • Oferowanie bezpłatnych szkoleń i kursów. • Weekendowy wyjazd ze stowarzyszeniem (aby go poznać i poznać przyszłych członków). • Udział w szkolnych targach, tworzenie oryginalnych prezentacji. • Członkowie rozmawiają o organizacji ze swoimi znajomymi.
<p>16. Dbanie o publiczny wizerunek organizacji - organizacja postrzegana jest jako atrakcyjna, odnosząca sukcesy, robiąca dobre rzeczy dla ważnej sprawy, opinia publiczna słyszała o organizacji itp.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wielu młodych ludzi słyszało o organizacji / Organizacja jest znana w lokalnej społeczności. • Organizacja jest uznawana przez społeczność lokalną. • Młodzi ludzie słyszą o organizacji od znajomych. • Organizacja współpracuje z różnymi partnerami, zwłaszcza ze szkołami. • Organizacja jest postrzegana jako otwarta dla nowych członków (nie tylko dla grupy przyjaciół). 	<ul style="list-style-type: none"> • Współpraca z innymi stowarzyszeniami, szkołami, uniwersytetami, partiami politycznymi - udział w ich wydarzeniach. • Promocja na wydarzeniach publicznych. • Informatywna i aktualna strona internetowa • Rezultaty projektu stworzone są przy udziale młodych ludzi i publikowane w internecie (zdjęcia, filmy, itp.). • Udział w konkursach (np. konkursach

	<ul style="list-style-type: none"> • Istnieje publiczna strona internetowa promująca organizację, która jest regularnie aktualizowana. 	<p>szkolnych).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ulotki, plakaty informujące o działaniach. • Organizowanie otwartych warsztatów, prezentacji w szkołach, uniwersytetach. Aktywności te mogą być dobrą okazją, aby pokazać znajomym, jak grupa działa i jakie są rezultaty jej działalności. • Organizacja jest obecna w mediach społecznościowych, gdzie opisane są wszystkie główne wydarzenia. • Udział w "Dniach Otwartych" na uniwersytetach, w szkołach, na targach organizacji pozarządowych i innych otwartych imprezach, gdzie organizacja może zaprezentować swoje działania. • Organizowanie pikników w lokalnych społecznościach. • Promocja wśród rodziców. • Wsparcie "Celebrytów" - młodzi ludzie są zainteresowani działaniami, gdy widzą, że ważne dla nich osoby wspierają organizację. • Udział w działaniach innych organizacji i instytucji.
<p>17. Otwartość organizacji - organizacja jest otwarta na nowych członków i jest</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja nawiązuje kontakt z trudnymi do dotarcia grupami. • Organizacja jest otwarta dla wszystkich młodych ludzi, w tym osoby z grup 	<ul style="list-style-type: none"> • Proces dołączania do organizacji/grupy i opuszczania jej jest prosty i przejrzysty • Angażowanie obecnych członków, aby zapraszali potencjalnych nowych członków

<p>postrzegana w ten sposób</p>	<p>defaworyzowanych.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja jest postrzegana jako "otwarta". • Udział w zajęciach jest w pełni otwarty i dobrowolny - młodzi ludzie mogą opuścić grupę, jeśli nie czują się w niej już dobrze. 	<p>i wprowadzali ich do organizacji.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otwarte ogłoszenia (np. do przyłączenia się do działań, projektów, wycieczek, wymian). • Organizacja ceni różnorodne doświadczenia swoich członków.
<p>WYCHODZENIE NAPRZECIW</p>		
<p>18. Opracowanie proaktywnej strategii dotarcia - planowana i wdrażana jest komunikacja ze wszystkimi zainteresowanymi stronami, zwłaszcza z młodymi ludźmi .</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja ma strategię dotarcia, zaprojektowaną i dostosowaną do młodych ludzi, którzy potencjalnie mogą zostać jej członkami. • Istnieje jasny pogląd, jaka jest grupa docelowa organizacji i kim oni są (ich potrzeby, zainteresowania). • Istnieją regularne starania w kierunku dotarcia do nowych członków. • Działania promocyjne odbywają się zarówno w trybie online, jak i offline. 	<ul style="list-style-type: none"> • Korzystanie z nowych technologii (takich jak media społecznościowe, strony internetowe, Instagram itp.), ale także z kontaktów osobistych. • Organizowanie wystaw, happeningów, flash mobów, koncertów, występów na żywo, spektakli. • Szkoły i uniwersytety to dobry sposób na dotarcie do młodych ludzi w edukacji. • Zadania związane z docieraniem do nowych członków są przydzielane osobom w organizacji. • Osoby odpowiedzialne za zewnętrzny kontakt mogą potrzebować szkolenia lub uczyć się z doświadczeń innych organizacji. • Organizacja publicznego wydarzenia promującego działania organizacji.
<p>19. Angażowanie nowych członków w oparciu o</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizowane są działania związane z rekrutacją opartą na osobistym kontakcie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zaangażowanie byłych uczestników lub członków organizacji w wydarzenia

<p>kontakty osobiste - w trakcie tego procesu każda osoba jest brana pod uwagę indywidualnie i istnieją metodyczne sposoby kontaktu z każdą potencjalną zainteresowaną osobą.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Młodzi ludzie znali kogoś z organizacji przed dołączeniem. • Istnieją ścieżki/sposoby zaprojektowane do komunikowania się z nowymi członkami, które wiążą się z osobistym kontaktem. 	<p>promocyjne.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bezpośrednia rozmowa z młodymi ludźmi po prezentacji na temat organizacji. • Formularz zgłoszeniowy z podstawowymi pytaniami (motywacja, zainteresowania) jako pierwszy krok, następnie rozmowa twarzą w twarz prowadzona przez lidera. • Materiały (np. ulotki) przygotowane, aby rozdać potencjalnym członkom podczas osobistego spotkania.
<p>20. Będąc w przestrzeni, w której obecni są młodzi ludzie - poszukiwanie kontaktu z młodymi ludźmi na ich terytoriach / w ich otoczeniu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizacja wykonuje mapowanie obecności młodzieży we wsi/dzielnicy/mieście. • Liderzy są obecni w miejscach, w których są młodzi ludzie: szkoły, koncerty, stadiony, festiwale, przestrzeń online, ulice i centra handlowe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Docieranie do młodych ludzi w miejscach, w których się znajdują - a więc uczniowie w szkołach, młodzi uchodźcy (poprzez organizacje, które ich wspierają), itd. • Praca na ulicy: obecność w przestrzeniach młodzieżowych (parki, bary, formalne i nieformalne miejsca spotkań). Umożliwienie zaangażowania wielu młodym ludziom. • Różnorodne formy mobilnej pracy z młodzieżą. • Obecność w "przestrzeniach on-line" może być ważna dla nawiązania lub utrzymania kontaktu z młodymi ludźmi. • Lider młodzieżowy jako punkt wyjścia znajduje coś wspólnego z młodymi ludźmi. Pokazuje im, że interesuje się ich hobby.