

# VOICE

Volunteer Organizations' Input  
to Community Education



## VOLUNTEER ORGANIZATIONS INPUT ON COMMUNITY EDUCATION



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

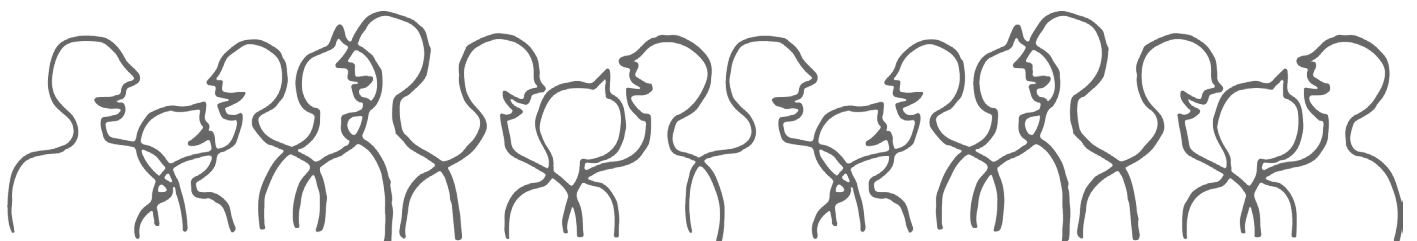


**Sprijinul Comisiei Europene în realizarea acestei publicații nu reprezintă o aprobare asupra conținutului, conținut care reflectă doar viziunea autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare care poate deriva din informațiile conținute de acesta.**

# CUPRINS

- **Introducere** (pagina 3)
- **Capitolul I** - Community education (pagina 6)
- **Capitolul II** - Implementarea și finanțarea proiectelor de community education (pagina 17)
- **Capitolul III** - Factorii de succes ai programelor CE și practicanții CE (pagina 26)
- **Capitolul IV** - Importanța centrelor de voluntariat ca furnizori de Community Education. Cum să faci centrele de voluntariat și ONG-urile cunoscute? Cum să le recunoști valoarea? (pagina 35)
- **Capitolul V** - Impactul programelor/serviciilor/furnizorilor de Community Education și dovezile acestuia (pagina 47)
- **Capitolul VI** - Cum să inspire ONG-urile să folosească CE, să învețe din concluziile noastre și să înțeleagă importanța PR-ului, promovării și a diseminării CE la nivel local și european (pagina 58)
- **[Capitolul VII - Bune practici \(pagina 79\)](#)**

# INTRODUCERE



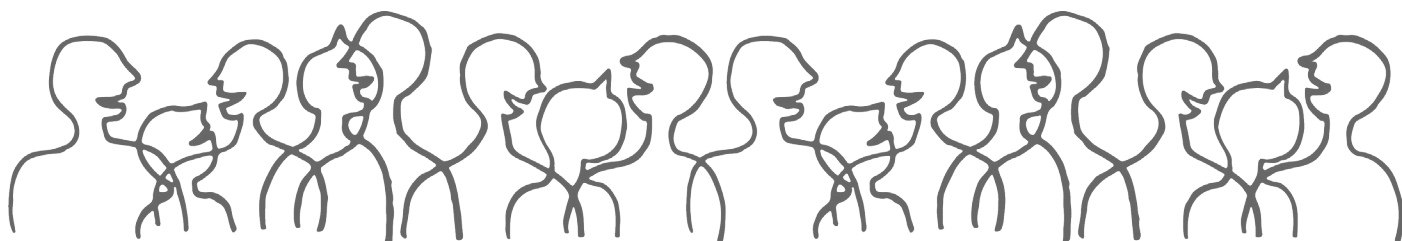
Community education promovează învățarea și dezvoltarea socială cu indivizi și grupuri din comunitățile lor folosind o serie de metode formale și informale. Community education este semnificativă pentru dezvoltarea socială, economică, culturală, de mediu și politică la nivel local.

Centrele de voluntariat, centrele interculturale, precum și centrele de cartier sunt furnizori importanți de educație comunitară într-un context local. În dialog cu comunitățile și participanții lor dezvoltă oportunități de educație non-formală și formare, precum și o varietate de programe și activități de voluntariat. Prin aceste activități de învățare, formare și voluntariat, acestea susțin consolidarea capacității indivizilor și grupurilor de toate vârstele și din toate mediile și își îmbunătățesc capacitatea de a participa la procesele democratice. Întrucât domeniul lor de aplicare este mult mai larg și mai puțin formal decât instituțiile de învățământ, cum ar fi școli, colegii și universități, acestea ajung la secțiuni mari ale populației și, prin urmare, profită aducând oportunități de învățare și dezvoltare persoanelor defavorizate socio-economic și zonelor mai sărace din comunitățile lor.

6 organizații de voluntari din Austria, Republica Cehă, Finlanda, Germania, Ungaria și România au inițiat proiectul “Volunteer Organizations’ Input to Community Education (VOICE)” în cadrul programului UE Erasmus +. În cadrul acestui proiect, partenerii au explorat abordarea educației comunitare practicate de centrele de voluntariat, centre interculturale, precum și centrele de cartier și au împărtășit expertiza lor în oferirea de oportunități de învățare non-formală și formare pentru comunitățile lor.

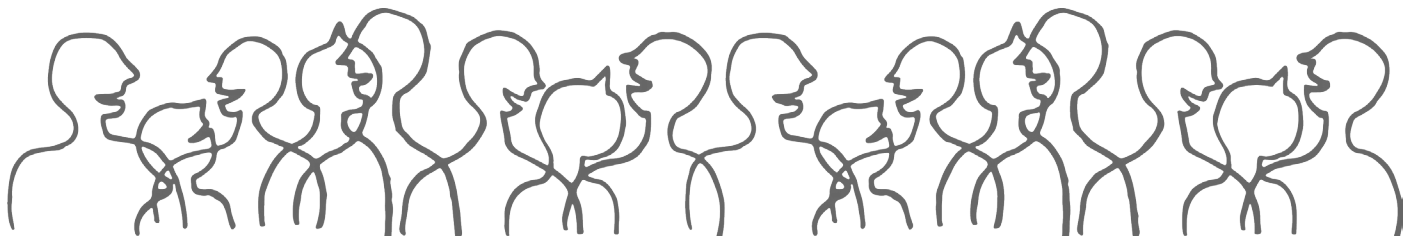
Ca rezultat al acestui proiect, au creat acest e-book cu o contribuție despre educația comunitară, sfaturi practice privind implementarea educației comunitare în comunitățile locale, rolul și factorii de succes ai voluntarilor/vecinătății/centrelor interculturale ca furnizori importanți de educație comunitară, precum și ca o colecție de bune practici de programe de învățare și formare oferite de partenerii implicați.

Sperăm că acest e-book va fi o inspirație pentru alte organizații de voluntari care utilizează și preiau concluziile și recomandările noastre. Dorim să-i încurajăm pe ceilalți să folosească, să copieze și să implementeze rezultatele noastre și să înceapă propriul program de educație comunitară.



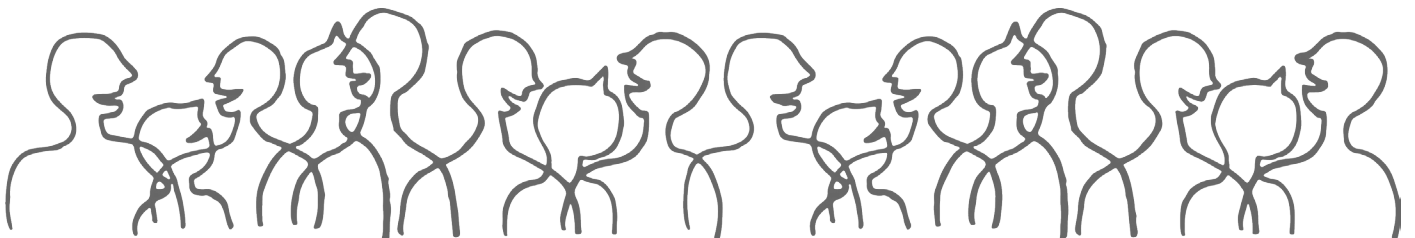
# ORGANIZATIILE IMPLICATE

- **Gemeinsam leben & lernen in Europa, Passau (Germania)**  
[www.gemeinsam-in-europa.de](http://www.gemeinsam-in-europa.de)
- **Intergenerational and Volunteer Center TOTEM, Pilsen (Republica Cehă)**  
<http://en.totemplzen.cz/>
- **Stadtlabor Graz, Graz (Austria)**  
<http://www.stadtlaborgraz.at/>
- **Intercultural Center of Kuopio (Finlanda) Kuopion Settlementti Puijola ry, Moni-  
kulttuurikeskus Kompassi**  
[www.puijola.net/kompassi](http://www.puijola.net/kompassi)
- **Centrul de Voluntariat Cluj-Napoca, Cluj-Napoca (România)**  
[www.centruldevoluntariat.ro](http://www.centruldevoluntariat.ro)
- **Auróra/Marom Budapest (Ungaria)**  
<https://auroraonline.hu/civil-szervezet/marom/?lang=en>



# CAPITOLUL I

## COMMUNITY EDUCATION



# CE ESTE COMMUNITY EDUCATION?

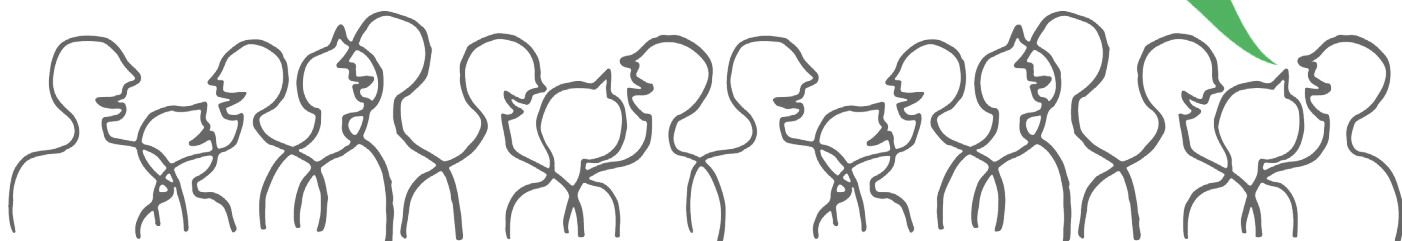
Community education (CE, cunoscută și ca educație bazată pe comunitate sau învățare și dezvoltare a comunității) este un proces al cărui scop principal este să susțină comunitățile prin educație și învățare. CE promovează învățarea și munca pentru dezvoltare socială a persoanelor și grupurilor în comunitățile lor, folosind o gamă de metode formale și non-formale. CE facilitează și încurajează crearea de programe și activități inovative, precum și colaborarea între membrii unei comunități.

CE este pentru toată lumea și implică persoane de toate vârstele și din toate mediile. Ideea sa de bază este că educând toți membrii unei comunități, fiecare poate ajunge la o calitate mai bună a vieții și o societate mai coezivă. CE nu îmbunătățește doar capacitatea persoanelor și grupurilor de toate vârstele, dar și capacitatea și sustenabilitatea comunităților. În CE este fundamental să fie identificat potențialul și resursele existente ale unei comunități și să fie folosite astfel încât să responsabilizeze membrii ei pentru beneficiul întregii comunități. CE are la bază ideea că oamenii pot învăța prin, cu și unul de la celălalt pentru a crea o lume mai bună printr-o comunitate mai bună.

Programele și activitățile CE sunt de obicei dezvoltate când este identificată o nevoie sau o problemă concretă în comunitatea locală, iar membrii acesteia (localnici, organizații sau instituții) le soluționează prin educație. Community Education acoperă o gamă largă de activități de învățare și diferite tipuri de programe educaționale care sunt deschise tuturor membrilor comunității.

”În timpul procesului de scriere a unui proiect Erasmus+, m-am interesat de tipurile de training și oportunitățile de învățare pe care ONG-urile europene le oferă voluntarilor lor. Din întâmplare am dat peste termenul de „Community Education”, care a rezonat cu mine instant. Am descoperit că este exact ceea ce facem în organizația noastră, și am devenit interesată să aflu mai multe despre aceasta. Mi s-a părut atât de remarcabilă încât am inițiat proiectul VOICE, ca și alte ONG-uri să poată învăța mai multe despre acest concept și să își împărtășească ideile pentru a îmbunătăți serviciile pe care le oferă în comunitățile lor. ONG-ul nostru oferă training-uri pentru voluntarii implicați în diferite domenii la nivel local: mentorat lingvistic pentru migranți, management-ul proiectelor în proiectele de voluntariat, training-uri de comunicare și multe altele. De asemenea, oferim voluntarilor oportunitatea să își împărtășească abilitățile, cunoștințele și expertiza cu ceilalți.”

**Perdita Wingerter, managing director al  
“Gemeinsam leben & lernen in Europa”,  
Germania și coordonator al proiect-  
ului Erasmus+ VOICE**

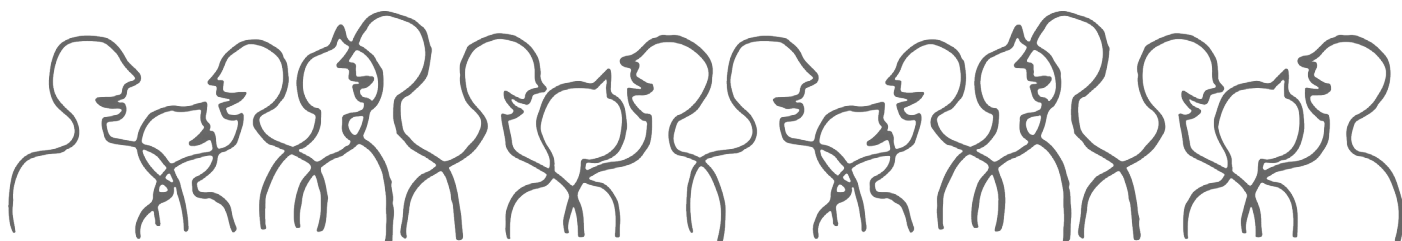




# PRINCIPIIILE SI FORMELE CE

Community Education se bazează pe următoarele principii:

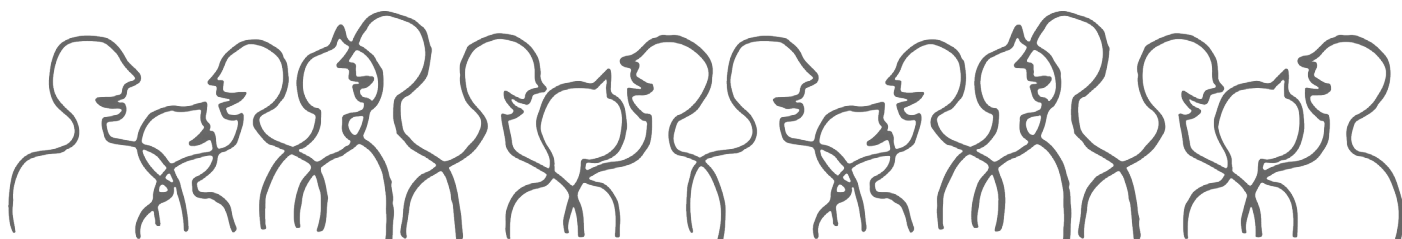
- **CE este participativ și democratic:** își propune să creeze o cultură participativă și democratică a învățării care să integreze principiile și practicile respectului, suportului reciproc, incluziunii, învățării continue, construirii de aptitudini, aprecierii personale, antreprenoriatului și dezvoltării leadership-ului. CE este non-ierarhică și invită oricare membru al comunității să participe. Principiul participativ implică de asemenea că membrii comunității modelează în mod activ programele CE la care iau parte și se simt responsabili pentru succesul lor.
- **CE funcționează pe bază de egalitate și incluziune:** toată comunitatea este invitată să se implice. Pentru acest motiv, activitățile CE sunt de obicei gratis astfel încât să fie accesibile și oamenilor din grupuri sociale dezavantajate. Community Education își propune să includă toți membrii comunității în diferitele activități și prin asta să ajute să construiască rețele și prietenii între grupurile care altfel probabil nici nu ar fi intrat în contact unele cu celelalte. Acest schimb social întărește comunitatea ca un întreg și conduce la o dinamică a grupului mai deschisă și inclusivă.
- Este esențial ca evenimentele și proiectele Community Education să răspundă la **nevoile și dorințele actuale ale comunității**. Așadar, programele și activitățile CE adesea încep la un nivel de bază și sunt în strânsă legătură cu realitățile de zi cu zi.
- **CE promovează auto-ajutorul:** scopul procesului său de învățare nu este neapărat de a îmbogăți cunoștințele factuale ale participanților, ci să îi ajute să deprindă competențe care le sunt de folos pe parcursul vieții. Participanții vor putea să găsească singuri cunoștințele de care au nevoie și să le asimileze.
- **Auto-determinarea este cheia în Community Education:** CE nu îi forțează pe cei care învață să urmeze un curriculum specific, dar au posibilitatea să își exprime îngrijorările și să învețe ceea ce consideră ei că este relevant.
- **Construirea parteneriatelor este esențială pentru CE:** crearea colaborărilor la nivel local sau chiar la nivel regional, național și internațional este foarte importantă. Este esențial să se creeze parteneriate cu indivizi relevanți, grupuri și instituții (educație, guvern, afaceri, cartiere, familii, organizații de caritate, sociale și civice).



- **CE evită ierarhiile, dar de asemenea promovează aptitudinile de leadership:** unele activități CE sunt facilitate de „experți”, dar în general ierarhiile sunt evitate și învățarea se bazează pe modelul 1 la 1. Dar programele și activitățile CE pot susține și dezvoltarea leadership-ului: prin învățare, indivizii deprind aptitudini și competențe să conducă inițiative locale și dezvoltarea locală.

## OBIECTIVELE COMMUNITY EDUCATION

- Să ofere membrilor comunității aptitudini practice care sunt relevante pentru ei
- Să construiască comunități incluzive și proactive
- Să îi emancipeze pe membrii (dezavantajați) ai comunității prin încurajarea lor să se implice în dezvoltarea comunității și în deciziile politice
- Să încurajeze implicarea civică prin activarea membrilor pasivi ai comunității și prin susținerea celor care sunt activi deja
- Să promoveze dialogul și colaborările între diverse grupuri (dpdv social, religios, al vârstei) în cadrul comunităților și instituțiilor locale



## BENEFICIARII COMMUNITY EDUCATION

Beneficiarii CE sunt comunitățile ca un întreg, în special cele care sunt dezavantajate sau discriminate pe rațiuni sociale, politice sau în orice alt fel. Oricine participă în programele și activitățile CE va beneficia de ele prin obținerea unor aptitudini, competențe și cunoștințe teoretice noi sau pur și simplu prin conectarea cu persoane pe care nu le cunoșteau înainte. Dacă programele și activitățile CE se ocupă de nevoile, interesele și valorile personale, beneficiile asupra fiecărei persoane sunt vizibile.

## FURNIZORI RELEVANȚI AI COMMUNITY EDUCATION

Furnizorii CE pot fi organizații guvernamentale sau non-guvernamentale precum și indivizi sau grupuri. Organizațiile de voluntari, centrele de voluntari, centrele de ajutor ale cartierelor, centrele (inter)culturale și centrele de tineret sunt furnizori importanți de CE, alături de grupurile culturale, cluburile de sport și muzică și organizațiile religioase. Organizațiile guvernamentale naționale sau locale pot fi de asemenea implicate în furnizarea de programe și activități CE sau pot oferi suport financiar furnizorilor de CE non-guvernamentali.

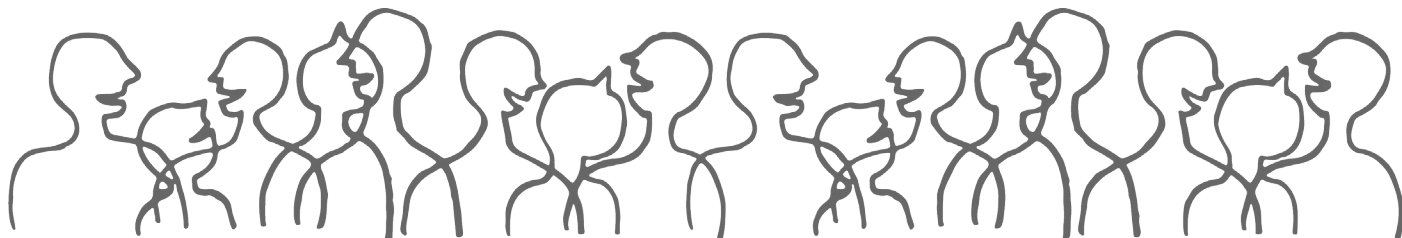
## FORME DE ÎNVĂȚARE ÎN COMMUNITY EDUCATION

Metodele de învățare și predare în Community Education diferă de modelul instituțiilor formale precum licee, școli vocaționale, universități etc. Există mai mulți termeni specifici pentru a descrie diferite tipuri de învățare. O distincție este între învățarea formală, informală și non-formală. O definiție a acestor tipuri de învățare este oferită, de exemplu, de Consiliul European și de Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (vezi sursele de la sfârșitul capitolului). Conform acestor definiții, tipurile de învățare pot fi descrise după cum urmează:

Învățarea formală este încurajată în instituțiile educaționale, cum sunt școlile, școlile vocaționale și universitățile. Învățarea formală este văzută ca fiind voită de către cel care învață. Așadar, este definit clar ce ar trebui să învețe studenții și obiectivele învățării sunt atinse de obicei dacă studenții au făcut un efort conștient în această direcție și nu au dobândit cunoștințele întâmplător.

Procesul de învățare este bine structurat: urmărește un syllabus prestabilit care de obicei lasă puțin loc pentru adaptarea conținuturilor la interesele și nevoile specifice ale indivizilor. Rezultatele învățării sunt de obicei evaluate prin metode formale.

În contrast cu aceasta, învățarea informală



nu trebuie să cuprindă un proces de învățare conștientă cu obiective stabilite. În schimb, este o formă de învățare prin experiență care are loc în mod inconștient în toate tipurile de situații, ambele în și înafara contextului educației formale.

Învățarea non-formală combină elementele învățării formale și informale. De obicei are loc înafara instituțiilor educaționale și participanții încearcă în mod conștient să atingă un anumit obiectiv de învățare (precum a învăța să practici un sport sau să cânti la un instrument).

Cu toate acestea, evaluările formale nu sunt necesare și procesul de învățare nu trebuie să urmeze un syllabus anume. Așadar, activitățile pot fi adaptate nevoilor și intereselor participanților.

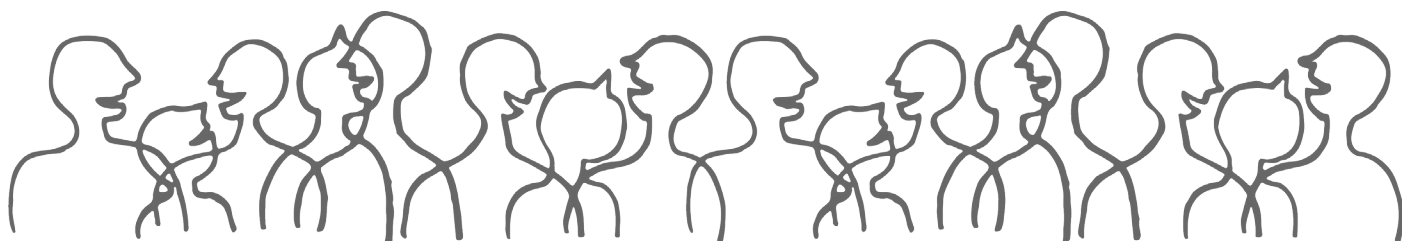
Activitățile CE se axează pe metode de învățare non-formale și informale. Ele încurajează învățarea „practică”, ceea ce înseamnă că participanții învață nu doar prin observare, dar majoritar prin implicare activă. Complementar cunoștințelor acumulate în educația formală, participanții CE experimentează noi tipuri de metode de învățare și iau parte la experiențe noi.

Nu trebuie să folosești clasificările de mai sus pentru a da o descriere exactă a activităților tale de CE. De fapt, nu există niciun consens asupra definițiilor celor 3 categorii și proiectele tale de CE s-ar putea să nu se încadreze perfect în niciuna dintre ele. Ai

putea folosi o metodă relativ structurată, de exemplu într-un curs de limbă străină, dar participanții tot vor acumula și alte lucruri care nu erau menționate explicit în obiectivele de învățare (competențe interculturale, aptitudini organizaționale sau încredere în sine).

Dar a ști că există diferite tipuri de învățare poate fi util dacă vrei să definești mai clar valoarea activităților de CE. Proiectele de CE pot oferi avantaje pe care educația formală nu le are. Acestea includ, de exemplu, abilitatea de a răspunde la nevoile individuale ale participanților și a le da responsabilitatea de a modela conținuturile și procesele de învățare.

De asemenea, programele de CE pot consolida cunoștințele pe care participanții le acumulează în contexte formale li îi pot ajuta să le aplice în viața de zi cu zi. De exemplu, dacă migranții învață limba noii țări într-un cadru formal, programele non-formale de CE le poate oferi oportunitatea să exerseze într-un mediu relaxat, să devină mai încrezători în folosirea limbii, să își mențină cunoștințele și să continue să acumuleze altele noi.



## RELEVANTA COMMUNITY EDUCATION

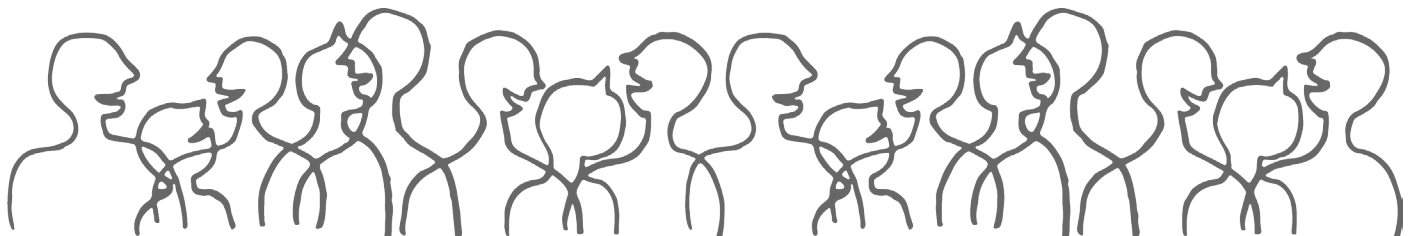
Community Education este foarte relevantă pentru comunitatea locală ca un întreg și pentru integrarea și emanciparea grupurilor dezavantajate sau marginalizate. Educația formală eșuează frecvent să discute nevoile specifice ale minorităților, și în multe cazuri aceste minorități nu au acces și reprezentanți în sistemul educațional. Din această cauză, multe probleme sociale apărute în comunitățile locale nu pot fi adresate în contextul educației formale. Community Education își propune să ofere o voce tuturor membrilor comunității și încearcă să înlăture barierele sociale sau economice care tind să excludă minoritățile din educația formală. Principala atracție a CE este că aceasta creează o atmosferă vibrantă și se poate adapta atât nevoilor comunității, cât și domeniului învățământului, aflat mereu în schimbare, folosind o multitudine de metode educaționale în timpul activităților sale.

Community Education este esențială procesului de împuternicire politică (?) și cetățenie activă. Împărtășind experiențele unei persoane poate crea un sentiment de apartenență, iar dacă membrii comunității se cunosc între ei s-ar putea să se simtă mai responsabili unul față de celălalt și pentru binele comunității ca un întreg. Ideal, aceasta implică faptul că membrii comunității devin mai activi politic, de exemplu exercitându-și dreptul la vot.

## TIPURI DE PROGRAME SI ACTIVITATI DE COMMUNITY EDUCATION

Community Education poate include nenumărate tipuri de programe și activități de învățare. Câteva exemple sunt:

- Evenimente scurte și evenimente one-off (precum vizite în locuri de interes, ca instituții de broadcasting, publicații, afaceri mici de familie...)
- Întâlniri regulate cu diferite activități (cluburi de lectură, cluburi de muzică sau sport, cluburi de limbă, întâlniri religioase...)
- Jocuri de simulare pe diferite teme și situații (luare de decizii politice sau economice, rezolvarea conflictelor, sesiuni de teambuilding...)
- Jocuri cu întrebări
- Ateliere sau training-uri de voluntari cu prezentări și scurte conferințe
- Activități culturale (jocuri de teatru, coruri, cluburi de artă, vizite la teatru sau expoziții și muzee)
- Alte activități de grup precum grădinărit urban sau mic dejun cu vecinii



## RESURSE NECESARE PENTRU COMMUNITY EDUCATION

Mai multe resurse sunt necesare pentru a oferi activități de CE.

În primul rând, sunt necesare resursele umane. Activitățile și proiectele pot fi stabilite doar dacă există oameni cu idei, cunoștințe și motivație (vezi capitolul 2). Experții, coordonatorii și voluntarii trebuie să își folosească energia, aptitudinile și relațiile lor din comunitate.

În al doilea rând, resursele materiale trebuie să fie obținute. Acestea includ spațiile fizice în care pot fi desfășurate activitățile și diferitele tipuri de materiale care sunt necesare pentru aceste activități (de exemplu instrumente de scris, ustensile de bucătărie, echipament sportiv, instrumente muzicale, materiale pentru activități artistice și creative).

Pentru a obține aceste materiale, este nevoie de finanțare. Strategiile de strângeri de fonduri pot fi diverse (vezi capitolul 2). Ele pot include colectarea de donații de la persoane private sau de la organizații și cooperatori mai mari, sau pot include vânzarea de produse (precum mâncare și băutură) înainte și în timpul activităților comunitare.

Desigur, și timpul este o resursă esențială pentru a planui, implementa și menține diferite activități.

## PROVOCĂRILE COMMUNITY EDUCATION

În procesul de implementare al proiectelor CE, s-ar putea să întâmpini câteva provocări. Adesea, voluntarii organizațiilor se chinuie cu finanțările, și neavând destul suport financiar conduce la faptul că resursele materiale sunt greu de obținut. Cu toate acestea, programele CE pot fi foarte variate și multe dintre ele necesită foarte puține resurse materiale, sau chiar deloc. Dacă ai o idee și câțiva oameni care îți doresc să ofere timp pentru a o implementa, de multe ori poți realiza un proiect cu foarte puține resurse financiare. De asemenea, dacă ai nevoie de resurse materiale, merită să întrebi oamenii dacă nu pot dona ceva, sau doar să îți împrumute echipamentul pentru un eveniment. S-ar putea ca oamenii să nu conștientizeze existența proiectelor, dar dacă devii activ și le ceri ajutorul, s-ar putea să faci o diferență!

Uneori poate fi dificil să afli ce tipuri de activități sunt dorite sau necesare într-o comunitate. Este posibil să ai o idee bună, dar să nu fie cerere pentru acest tip de proiect în zona ta. Dacă nu ai timpul sau mijloacele necesare să faci un studiu pentru identificarea nevoilor, cea mai bună variantă poate fi să încerci ceva și să vezi dacă funcționează.

Odată ce ai identificat o nevoie și ai planuit un proiect, trebuie să îl faci cunoscut printre oameni și să activezi grupul țintă. Promo-



varea bună este cheia: ar trebui să folosești diverse media și căi de comunicare (ex: răspândirea orală, ziare, pliante, rețele de socializare) pentru a vedea cum poți ajunge cel mai ușor la grupul țintă (vezi capitolul 4). Adesea, e mai probabil ca oamenii să vină la un eveniment dacă îi inviți personal.

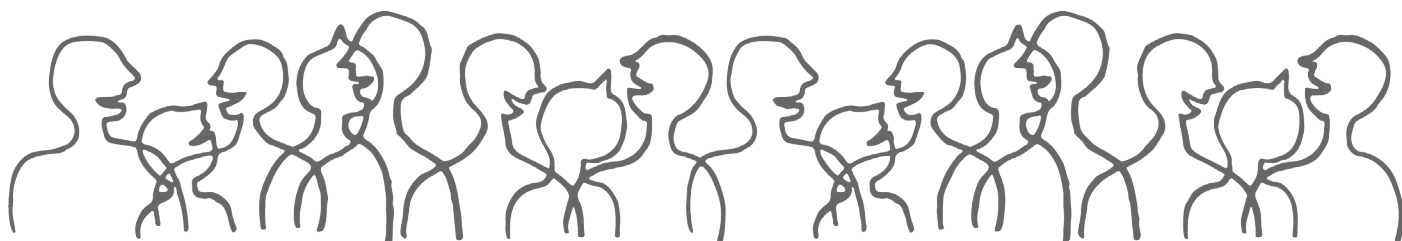
Aceasta este de asemenea în legătură cu un alt aspect provocator, dar foarte important al proiectelor CE: relaționarea. Este foarte util să ai o rețea mare de voluntari și potențiali „experți” care te pot sprijini în proiectele tale. Dacă abia ți-ai lansat proiectele sau organizația, s-ar putea să dureze ceva până reușești să creezi o astfel de rețea, dar cu siguranță merită să o faci. Odată ce ai construit o rețea de susținători, este important să ții legătura cu ei și să îi menții motivați. De exemplu, poți să îi informezi despre succesul proiectelor tale, sau poți desfășura activități unde pot aduce mici contribuții, fără să trebuiască să investească mult timp.

O altă provocare este să găsești echilibrul între a facilita activități și în același timp să îi faci pe participanți să se simtă responsabili pentru aceste proiecte. Este mult mai bine să nu le prezinți un eveniment complet planificat și să îi lași să se implice activ în modelarea unor activități.

Nu în ultimul rând, este esențial ca toată lumea implicată să rămână realistă în privința obiectivelor și așteptărilor. Este bine să ai planuri mari - de fapt s-ar putea să spui



că trebuie să ai vise mari dacă vrei să aduci schimbări pozitive. Dar trebuie să realizezi de unde poți începe cu această schimbare - și asta poate însemna să începi cu planuri mai mici. Dacă scopurile tale sunt prea mărețe și vag definite, atunci e posibil ca atât organizatorii proiectului cât și participanții să devină frustrați. Așadar, ar trebui să începi prin a-ți stabili țeluri concrete, care pot fi atinse. Dacă proiectul se dovedește a fi de succes și găsești destui voluntari care vor să rămână implicați, în viitor îți poți extinde activitățile.



## EVALUAREA COMMUNITY EDUCATION

Pentru a face Community Education să fie de succes, o evaluare a activităților este necesară. Ideal, atât impactul pe termen scurt, cât și cel pe termen lung ar trebui să fie măsurate pentru a afla dacă proiectele chiar au atins nevoile membrilor comunității și au avut un impact pozitiv în comunitate.

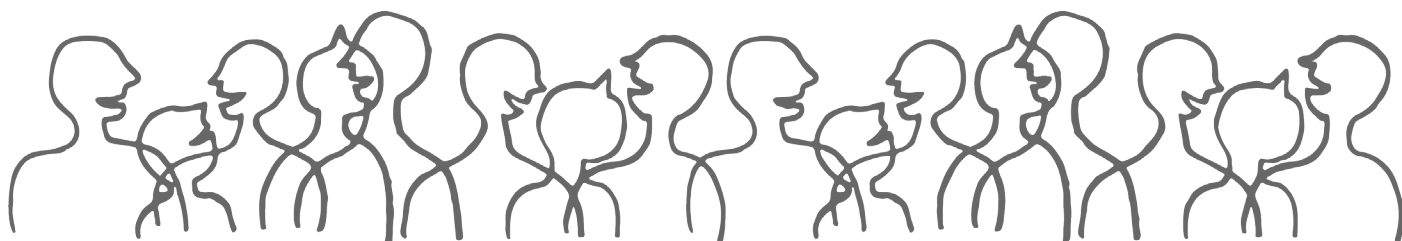
Cea mai bună și ușoară metodă de a evalua un proiect este să vorbești cu oamenii. Dacă participanții nu vor să ofere feedback personal, poți folosi chestionare anonime, care funcționează fie online, fie offline. În unele situații, chestionarele s-ar putea să nu fie potrivite. De exemplu, când lucrezi cu copii sau adulți tineri, s-ar putea să fie o formă de evaluare prea formală, iar când lucrezi cu migranți, s-ar putea să apară probleme din cauza barierei lingvistice.

În general, este bine să ceri frecvent feedback. În acest fel, poți vedea cum au aflat participanții despre proiect, de ce participa, dacă vorbesc despre proiect pe rețelele de socializare, dacă sunt și alte activități la care ar vrea să participe etc. De asemenea, este important ca toate grupurile implicate să lase feedback, adică atât facilitatorii, cât și participanții la activitățile CE.

## BENEFICIILE COMMUNITY EDUCATION

CE are multe beneficii pentru cei care învață: le oferă posibilitatea să ia parte la noi experiențe, să asimileze informații despre diferite teme și să își exerseze aptitudinile interpersonale. Diferitele proiecte le oferă participanților oportunitatea să socializeze, să se distreze și să își facă prieteni noi din întreaga comunitate. Membrii mai privilegiați ai comunității pot înțelege mai bine problemele grupurilor marginalizate și grupurile mai puțin privilegiate pot simți că sunt mai integrați în comunitatea lor.

Implicarea în Community Education poate fi foarte motivantă și satisfăcătoare pentru că oameni din toate mediile simt că pot face ceva care să solidifice comunitatea.





# REZULTATELE COMMUNITY EDUCATION

Community Education poate avea rezultate foarte pozitive. Acestea pot fi:

- Membrii ai comunității care și-au găsit noi interese și au deprins noi aptitudini și competențe pe care le apreciază cu adevărat.
- Membrii proactivi ai comunității care se simt responsabili pentru modelarea comunității lor la nivel social și politic.
- O integrare mai bună și capacitatea minorităților.
- Comunitățile deschise cu o vedere pozitivă spre multiculturalism, ceea ce nu se referă doar la toleranță pasivă, ci la dialog real, cooperare, grijă și prietenie între grupurile culturale.
- Soluții la problemele și tensiunile din comunitate găsite împreună.
- O mai mare conștientizare a beneficiilor pe care Community Education le are în comunitate

## SURSE

<https://www.aontas.com/community/community-education-network>

<http://innoveedu.org/trends>

<http://edglossary.org/community-based-learning/>

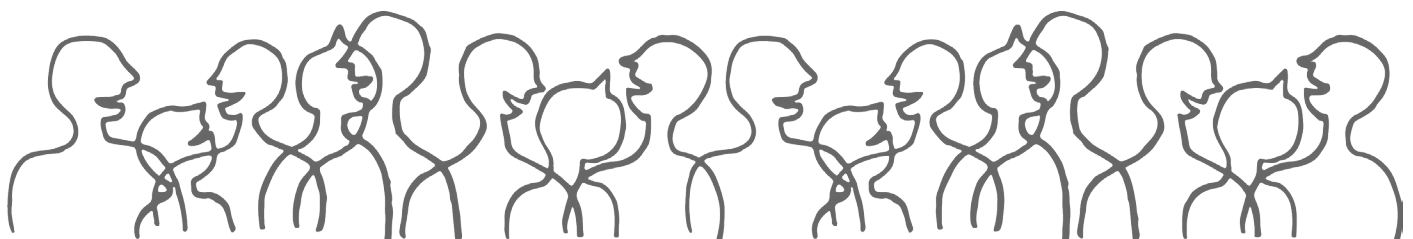
<http://www.communityeducation-eu.eu/>

<http://www.donegalvec.ie/documents/english/COMMUNITY-EDUCATION.pdf>

## TIPURI DE ÎNVĂȚARE

<https://www.coe.int/en/web/lang-migrants/formal-non-formal-and-informal-learning>

<http://www.oecd.org/edu/skills-beyond-school/recognitionofnon-formalandinformallearning-home.htm>



# **CAPITOLUL II**

## **IMPLEMENTAREA SI FINANTAREA**

### **PROIECTELOR DE COMMUNITY**

#### **EDUCATION**



# COMMUNITY EDUCATION

## IMPLEMENTAREA PROIECTULUI

În implementarea proiectelor de Community Education, trebuie să ne gândim la 2 aspecte majore: nevoia în comunitate și disponibilitatea sau posibilitatea să asigurăm fondurile necesare.

### STABILIREA NEVOILOR

După cum a fost menționat și în primul capitol, programele și proiectele CE au la bază nevoile nesatisfăcute ale comunității. Așadar, este logic ca planificarea unui proiect CE să înceapă cu identificarea unei nevoi specifice într-o comunitate.

ex: **Nevoi identificate prin experiența**

**personală:** o mamă caută activități pentru copilul ei în vârstă de 7 ani într-un anumit cartier și nu găsește niciuna

e.g. **Posibilitate identificată prin experiența**

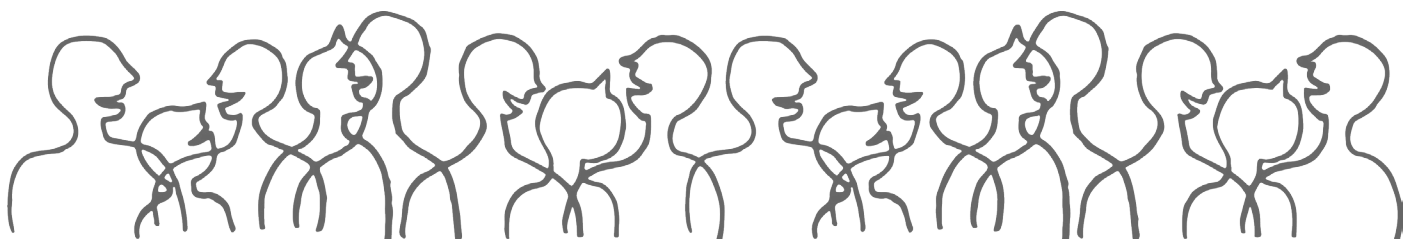
**personală:** cineva vede/aude că se aruncă multă mâncare în unele restaurante, și ar putea fi donată unor oameni care au nevoie de ea

### CUM IDENTIFICĂM NEVOILE UNEI COMUNITĂȚI?

Nevoile și posibilitățile pot fi identificate în multe moduri:

- prin **experiențe personale** (pentru că observăm lipsa a ceva, sau dimpotrivă, pentru că suntem inspirați de un exemplu pozitiv al unei comunități similare)
- prin **comunicarea** cu membrii comunității (discuții personale, rețele de socializare, e-mailuri, scrisori, chestionare etc.)
- derivată din **cercetări științifice** publicate despre o anumită comunitate
- provenind dintr-o **viziune/creativitate** a membrilor unei comunități

ex: Proiectul „10-10-10” de GLL a identificat nevoia noilor imigranți de învățare practică, 1-la-1 a limbii (și învățarea interculturală) într-un cadru relaxat.



Totuși, există multe proiecte CE care educă comunitatea prin design-ul proiectelor lor. De exemplu, un restaurant oferă mâncarea rămasă unui ONG local care o distribuie oamenilor nevoiași. În acest caz, există mai mulți participanți din comunitate care învață diferite lucruri:

- restaurantul învață cum să fie parte dintr-o societate care arată solidaritate și apreciază reciclarea.
- oamenii nevoiași învață despre segmente specifice ale societății care sunt deschise și susținătoare.
- voluntarii organizației învață că prin proiecte de bază pot combate problemele sociale (ex: sărăcia) și să conecteze nevoile și resursele.

## ANALIZAREA PRETENDENȚILOR

După identificarea nevoii, e important să identificăm pretendenții.

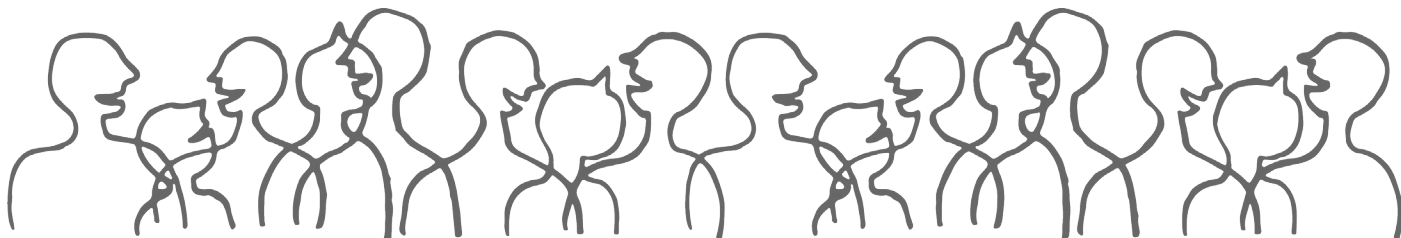
Pretendenții pot fi definiți ca fiind cei care sunt interesați, îngrijorați, afectați sau sunt implicați în vreun fel în problema respectivă.

ex: GLL a examinat care parte a populației poate oferi mentorat lingvistic imigranților. Ei au decis să lucreze cu voluntari tineri, germani care au cunoștințele necesare de limbă și sunt deschiși și determinați să ajute noii imigranți.

## Grupul țintă

- Cui ne adresăm prin proiectul nostru?
- Care sunt caracteristicile acestui grup?

ex: Pe de o parte, noii imigranți au fost aleși datorită misiunii organizației, pe de altă parte, voluntarii au fost persoane interesate care au fost interesate să își dedice timpul și să își împărtășească aptitudinile și care au avut posibilitatea să participe la 10 sesiuni. În acest exemplu, atât imigranții cât și voluntarii sunt grupuri țintă, reprezentând interese diferite, dar cu același scop.



## SCOPURILE ȘI OBIECTIVELE PROIECTULUI

Ce vrei să obții? Trebuie să ai scopuri și obiectivele proiectului bine definite, și construite după modelul SMART: înseamnă că obiectivele trebuie să fie specifice, măsurabile, realizabile, relevante și plasate în timp.

Scopurile și obiectivele ar trebui să aibă o anumită arie de îmbunătățire sau să răspundă unor nevoi specifice. Trebuie să fie măsurabile în sensul că progresul lor poate fi măsurat. Proiecte realizabile înseamnă că sunt realiste, atât din punct de vedere al scopurilor, cât și al resurselor disponibile și constrângerile existente. Proiectele CE ar trebui să fie relevante pentru obiectivele organizațiilor și ale societății. Proiectele tale ar trebui definite pentru un anumit interval de timp, un final definit sau un termen limită.

ex: Învățarea practică a unei limbi (și învățarea interculturală) într-un mediu relaxat, făcută în 10 sesiuni, proces observabil în abilitatea participanților de a vorbi germană. Proiectul este relevant pentru obiectivul organizațiilor de a integra imigranții în comunitatea germană prin stăpânirea limbii. Este încadrat în timp, având în vedere că fiecare activitate conține 10 sesiuni și măsurabil prin abilitatea participanților de a conversa în germană.

## METODA PENTRU A ATINGE OBIECTIVELE PROIECTULUI

După ce am identificat nevoia în comunitate, următorul pas este să identificăm posibilele răspunsuri la această nevoie. Ce metode folosim să abordăm nevoia? posibil răspunsuri pot fi oferite uitându-ne la exemplele de practici bune.

ex: Un schimb de o oră, săptămânal, participanții aduc o poză despre care ar vrea să vorbească (bazat pe un program anterior de mentorat lingvistic)

## ANALIZAREA RESURSELOR

După ce ai identificat nevoile și metodele, trebuie să te uiți la resurse. Lucrurile de care ai nevoie pentru a-ți îndeplini scopurile referitoare la rezolvarea problemelor.

ex: În 10-10-10 resursele includ voluntarii, sediul și camera GLL a comunității, centrul local de tineret (un loc de întâlnire), un flipchart, hârtie, aplicațiile pentru finanțare la lagfa bayern e.V., staff-ul organizației

Poate că începe cu găsirea opțiunilor de finanțare necesare, dar poate însemna mult mai mult: găsirea locului de întâlnire adecvat, găsirea voluntarilor etc.

Analiza resurselor este cheia de succes a proiectului și acesta este punctul în care



elementul CE al comunității joacă un rol important.

În primul rând, trebuie să definești comunitatea (sau comunitățile) cu care problema ta specifică este în legătură directă sau indirectă. De exemplu, locuitorii unui oraș în care a apărut problema/cetățenii regiunii/țării/resursele internaționale (cine este interesat de problema aceasta?).

În funcție de dimensiunea proiectului, s-ar putea să fie nevoie să dedici mai mult timp acestor etape. Sunt multe căi de obținere a resurselor, în funcție de cum poți comunica cu membrii comunității. Dacă sunt activi în rețelele de socializare, precum Facebook, este posibil să fie suficient să le ceri ajutorul pe o astfel de platformă.

Analiza resurselor poate fi sub forma identificării resurselor umane disponibile din comunitate pentru proiectul tău (pentru activități organizaționale). Dacă ai o conversație planificată cu membrii comunității, ai putea înțelege abilitățile persoanei, apțiitudinile, posibilitatea de a dona bani etc. Este important să identifici motivația/nevoile/interesele persoanei (ex: vorbește engleză, are nevoie de un venit, dar nu își poate exprima nevoile etc.)

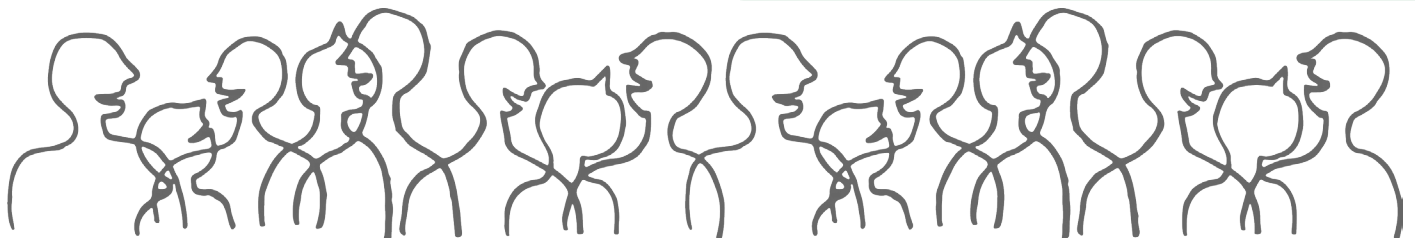
Cu cât știi mai bine ce vrei să obții, cu atât va fi mai de succes analiza resurselor (ex: dacă poți menționa că ai nevoie de cineva să creeze un design de stickere și cauți un

designer grafic, ai mai mari șanse să găsești unul decât dacă doar promovezi obiectivele generale ale proiectului și faptul că ai nevoie de voluntari).

Care sunt resursele de bază și elementele proiectului de care majoritatea proiectelor CE au nevoie:

- staff (pot fi voluntari)
- training și sprijin pentru staff și voluntari
- profesioniști (ex: profesori, artiști)
- cameră/facilități
- gustări
- publicitate, comunicare, diseminare
- monitorizare (buget, atingerea obiectivelor etc.)
- managementul riscurilor/provocărilor
- documentație
- evaluare

**Asigură-te că ești pregătit pentru provocările neașteptate (ex: participanții care nu sunt eligibili să participe/voluntari care se retrag) apărute în timpul proiectului și nevoia de a asigura sprijin specializat pentru voluntari, în așa fel încât să poată sprijini la rândul lor implementarea proiectului (ex: rezolvarea problemelor, training, motivație).**



# PLANUL DE ACȚIUNE

Dacă ai analizat resursele, ar trebui să te întorci la planul inițial al proiectului și să vezi dacă ai resursele necesare. S-ar putea să ai mai multe resurse, ceea ce înseamnă că poți extinde proiectul. S-ar putea totuși să ai prea puține resurse (sau resurse de alte tipuri) și în acest caz va trebui să modifici planul proiectului.

După ce ai făcut asta, poți crea un plan de acțiune implementabil.

În acest pas final, poți schița desfășurarea proiectului, și ar trebui să poți pune un nume pentru fiecare activitate.

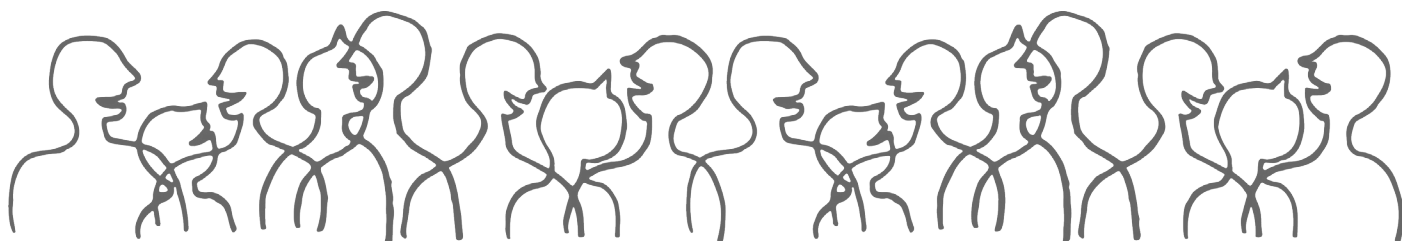
## TIPS:

- Gândește-te la sustenabilitatea proiectului, cu privire la staff competent/voluntari, fonduri și posibile provocări. Trebuie să ai un plan de rezervă în cazul modificării circumstanțelor, precum retragerea voluntarilor în mijlocul implementării proiectului.
- Include activități care au ca rezultat un conținut tangibil (pentru a măsura impactul și pentru comunicare)
- Uită-te la alte organizații care deja abordează o problemă anume și decide dacă vă puteți asocia și/sau dacă proiectul tău nu este un duplicat

- Creează/alătură-te rețelelor pentru a ști despre proiectele altor organizații

ex: GLL a proiectat un training pentru voluntari, a promovat programul și a asigurat sprijin continuu, precum și evaluare, monitorizare și management al riscurilor în timpul proiectului.

Voluntari tineri între 18 și 25 de ani s-au întâlnit în perechi (un german și un refugiat) o dată pe săptămână pentru a vorbi despre diferite subiecte care îi interesează. Sesiunile au ținut în jur de o oră și tema a fost aleasă de refugiați: în fiecare sesiune au adus o poză legată de ceva despre care ar vrea să vorbească. Fiecare tură de proiect a presupus cel puțin 10 întâlniri. Întâlnirile aveau date fixe pentru a asigura prezența perechilor în timpul lor.



## LANSAREA PROIECTULUI

După ce planul proiectului este finalizat, trebuie să aduni oamenii care vor realiza proiectul, pentru a face pregătirile necesare.

Când lansezi proiectul, în special cu noi inițiative, ar trebui să fii conștient că inițiativele noi se pot confrunta cu niște provocări. Așadar, este normal să consideri aceasta o etapă „pilot”, în timpul căreia trebuie să fii flexibil și să te concentrezi pe feedback-ul oamenilor implicați, pentru a vedea ce poate fi îmbunătățit în viitor.

Proiectele „pilot” pot fi folosite pentru comunicare și implicarea unor persoane/ resurse noi.

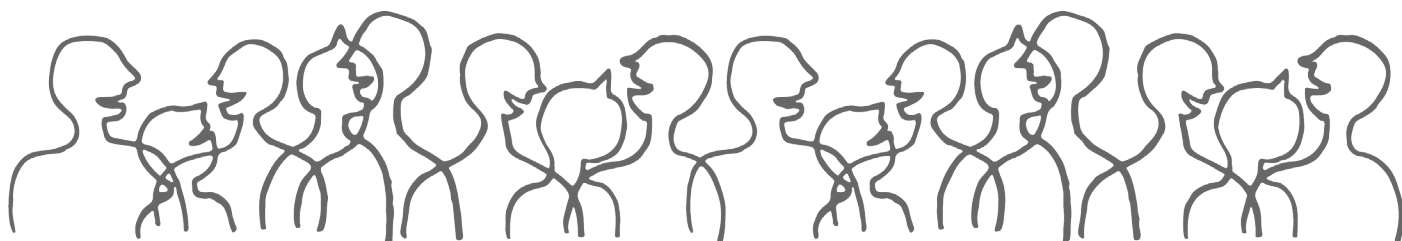
ex: În prima fază, proiectul GLL a fost deschis pentru participanți începând cu vârsta de 14 ani. Acest lucru a cauzat probleme în dedicare (participanții au abandonat) și a implicat probleme de natură legală (necesitatea acordurilor parentale). În a doua fază a proiectului, vârsta minimă a fost ridicată la 18 ani pentru a depăși provocările inițiale, precum necesitatea acordului parental.

## EVALUAREA

După ce a fost realizat primul eveniment, este bine să existe o evaluare: o evaluare internă cu echipa și o evaluare externă cu persoanele experte în domeniu. Este foarte important să primești feedback și evaluare din partea grupului țintă (participanții).

Evaluarea este de asemenea o oportunitate să îi implicii în organizarea proiectului și recrearea/dezvoltarea sau îmbunătățirea proiectului pe viitor. Evaluările pot evidenția nevoile, lipsurile și relevanța conținutului proiectului pentru ei și comunitatea lor. Este important să lucrezi cu persoane interesate care vor ști cum să comunice etc.

ex: După fiecare sesiune, voluntarii au oferit feedback despre cum au decurs discuțiile. După cele 10 întâlniri, voluntarul responsabil de proiect a vorbit cu toți refugiații (mai mult sau mai puțin individual) și i-a întrebat despre experiențele lor.





## ÎMBUNĂTĂȚIREA PROIECTULUI, MANAGEMENTUL RISCURILOR ȘI MONITORIZARE

După evaluări, poți reveni și continua cu proiectul. Pe parcursul desfășurării proiectului, trebuie să evaluezi - recreezi - implementezi continuu, ceea ce poate însemna doar să știi că totul merge bine.

Este util să incluzi monitorizarea în design-ul proiectului, care te lasă să realizezi o evaluare structurată.

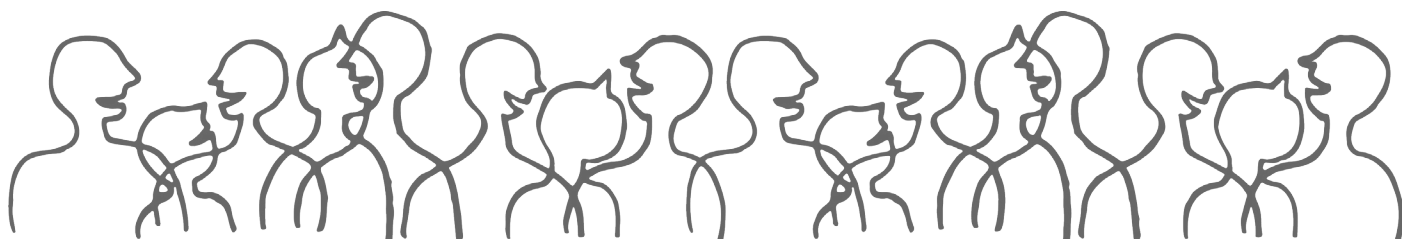
ex: Monitorizarea a fost coordonată de staff-ul GLL. Pe măsură ce au apărut provocări, voluntarii au fost sprijiniți și pregătiți să poată reacționa în cel mai bun mod. O problemă neașteptată a fost diferența de gen, considerând că pentru unii refugiați o discuție privată între un bărbat și o femeie însemna un posibil început al unei relații romantice, ceea ce li se părea fie atrăgător, fie iritant/inhibitor. Așadar, potrivirea sexelor a fost unul dintre lucrurile care au trebuit să fie rezolvate de GLL.

## ÎNCHEIEREA PROIECTULUI

În mod ideal, după un timp problema va înceta să mai existe și proiectul poate fi încheiat (ex: dacă proiectul era despre colectarea deșeurilor dintr-o zonă anume)

Dacă este mai puțin probabil ca problema să fie rezolvată, s-ar putea să fie nevoie să-ți mărești capacitățile, să construiești parteneriate cu alte organizații/indivizi, să atragi atenția asupra problemei, să obții schimbarea socială/politică, schimbare care previne reproducerea/reparația problemei.

Proiectele de community education pot varia de la proiecte fără buget și bazate 100% pe muncă voluntară până la proiecte mai mari, care implică diferite nivele ale societății (ex: proiectul “Volunteering a bridge among ethnicities” (RO) vs. proiectul cu resturile alimentare de la un restaurant vegetarian (AT)).



# FINANTAREA

Proiectele CE pot fi finanțate în mai multe moduri. Cea mai întâlnită variantă este finanțarea nereturnabilă.

## TIPURI DE FINANȚARE NERETURNABILĂ

- crowdfunding
- grant-uri (aplicații UE, fundații private)
- taxe de membru, donații private
- finanțare publică (națională, regională, locală)
- taxe premiu (în formă de reducere/alocare a taxelor)

Exemple: - googleads  
- amazonsmile  
- techsoup

## VENITURI PROVENITE DIN SERVICII

Un alt tip important de finanțare poate fi reprezentat de veniturile provenite din servicii.

Veniturile din servicii includ:

- merchandise
- taxe de intrare
- antreprenoriat social (ex: un bar/restaurant care își donează profitul unei cauze)

## ALTE TIPURI DE FINANȚARE

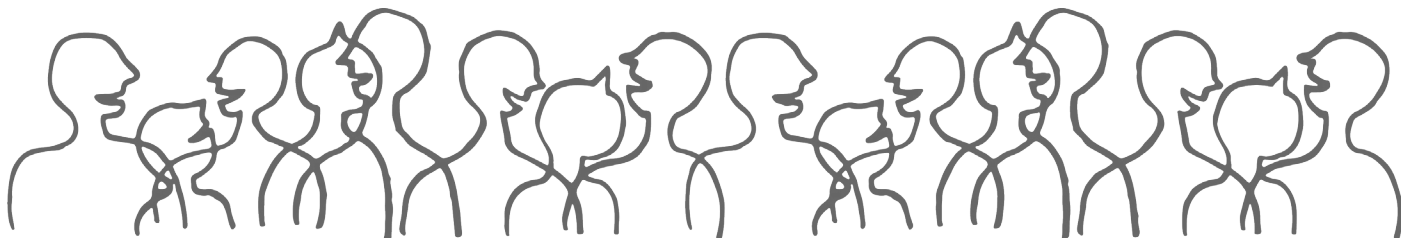
Există și alte tipuri de finanțare pentru proiectele CE care includ contribuții in-kind (voluntariat, împrumutarea echipamentelor, oferirea resturilor alimentare etc.)

## LINK-URI UTILE PENTRU IMPLEMENTAREA PROIECTELOR

- <http://www.environment.nsw.gov.au/resources/communities/Community-Education-Project.pdf>
- <https://drugfree.org/wp-content/uploads/2016/03/HIDTA-Implementation-Guide-3-18-16.pdf>
- <http://www.communityeducation-eu.eu/en/15.html>

## LINK-URI UTILE DESPRE FINANȚARE

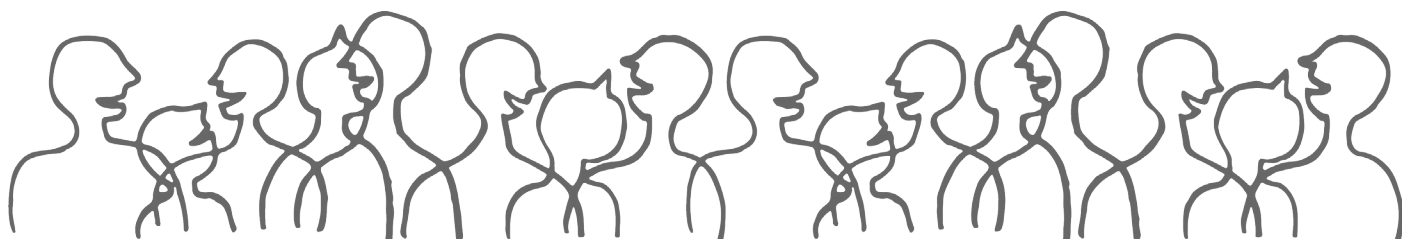
- <https://www.kickstarter.com/>
- [https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/funding-programmes/overview-funding-programmes\\_en](https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/funding-opportunities/funding-programmes/overview-funding-programmes_en)
- <https://www.welcomeurope.com/european-subsidies-beneficiary-Non+profits+organisations.html>
- <http://www.efc.be/>



# **CAPITOLUL III**

## **FACTORII DE SUCCES AI**

### **PROGRAMELOR CE SI PRACTICANTII CE**



## CE ESTE UN PROIECT CE DE SUCCES?

Această întrebare se leagă de stabilirea corectă a scopului. Este important să îți stabilești scopuri clare și să fi conștient de ceea ce vrei să obții. Scopurile bine definite sunt așadar o parte esențială și o cale sigură spre un proiect de succes. Mai jos poți găsi puncte cruciale în crearea unui proiect de succes.

### NEED BASE PROJECT DEVELOPMENT

Cine este grupul tău țintă? Care sunt nevoile lui? Ar trebui să îți pui aceste întrebări ca să poți ajunge să cunoști grupul țintă și să te adresezi nevoilor lor. Când te gândești la un proiect nou, asigură-te că nevoia respectivă este relevantă în comunitatea ta

ex 1: Programul de mentorat lingvistic facilitat de voluntari - emanciparea refugiaților prin oferirea oportunității de a învăța limba țării gazdă și a interacționa cu localnicii (Gemeinsam leben und lernen in Europa e.V.).

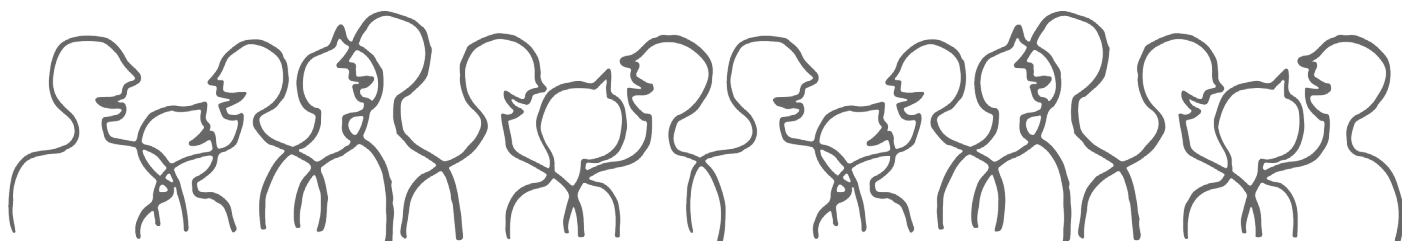
ex 2: Grupul mama și copilul – ideea a apărut de la mame, adresându-se nevoii de conectare la comunitate a unei mame imigrante (Kuopion Setlementti Puijola ry).

## ACCESIBILITATEA PROIECTULUI

Proiectul trebuie să fie ușor accesibil pentru participanți/grupul țintă. Adică nu trebuie să existe cerințe de cunoștințe anterioare, referințe sau certificări de la participanți. CU alte cuvinte, implicarea/participarea ar trebui să presupună proceduri simple. Procedurile de înscriere greoaie/birocratice/extrem de formale tind să limiteze accesul. Proiectul trebuie să fie ușor de înțeles pentru grupurile țintă și pentru alți participanți.

## IMPLICAREA ÎN DIALOGURI APRINSE

Implicarea este foarte importantă pentru proiectele de succes, pentru că aceasta încurajează participarea activă, cetățenia și astfel întărește comunitatea. Dialogul este unul dintre cele mai importante aspecte în implicare pentru că aduce oamenii împreună și creează un sentiment de comunitate, unde oamenii sunt conștienți de dreptul lor de a se implica și sunt mai încrezători în abilitatea lor de a face asta. Implicarea extinde abilitățile civice, asta însemnând că participanții pot fi cetățeni mai conștienți și mai eficienți. Proiectele CE ar trebui să fie proiectate să încurajeze oamenii să se implice. Ajută participanții să simtă că dețin programul. Așa este încurajată participarea activă și dialogul viu.



ex 1: Ungaria și viața ei extraordinară - Aurora invită experți maghiari celebri să vorbească despre probleme publice actuale în engleză pentru a ajuta imigranții să înțeleagă ce se întâmplă și să își împărtășească cunoștințele (MAROM Klub Egyesület).

ex 2: Dor Hadash (Noua Generație) – grup de tineri evrei și non-evrei organizează evenimente tradiționale pentru comunitate (MAROM Klub Egyesület).

## VOLUNTARIAT

Munca voluntară este o parte foarte importantă din multe ONG-uri pentru că îmbunătățește serviciile oferite și face operarea organizației mai ușoară. Este dovedit faptul că voluntariatul are un efect pozitiv asupra oamenilor, în zone precum sănătate și bunăstare, ajutându-i să reducă singurătatea și fiind una dintre activitățile care ajută la îmbunătățirea sănătății mintale.

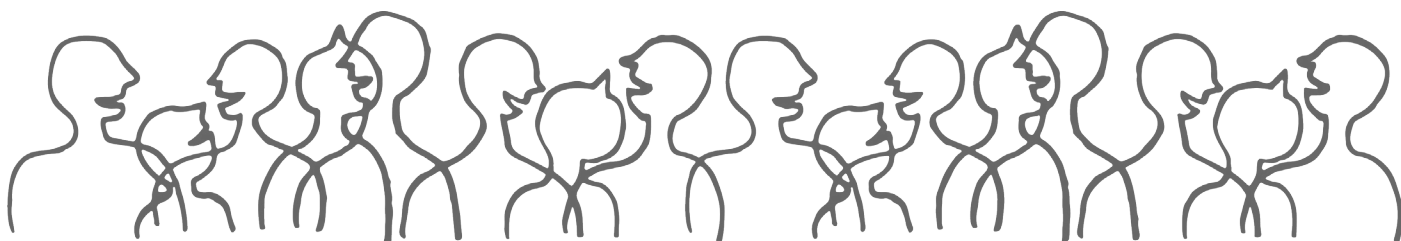
Voluntarii pot fi persoane de toate vârstele - tineri sau seniori. Voluntariatul, pe lângă că aduce beneficii în comunitate, are un rol mai profund și important pentru o persoană implicată, contribuind la dezvoltarea personală și la îmbunătățirea percepției și atitudinii asupra societății. Mai mult decât atât, voluntariatul este o decizie personală, o opțiune care oferă tuturor o șansă să aibă un impact în societate.

## MENTINEREA CONTACTULUI SI PASTRAREA RELATIILOR



Asigură-te că păstrezi contactul personal cu voluntarii care lucrează la proiectul tău. Sunt multe motive pentru care oamenii vin să ajute undeva. Cel mai întâlnit motiv îl reprezintă relațiile pe care le construiesc cu alte persoane. De aceea păstrarea contactului individual e importantă.

De asemenea, este important ca cel care coordonează programul să își exprime aprecierea și să creeze o atmosferă plăcută, de încredere și prietenoasă care să îi motiveze pe voluntari să se implice în proiectul actual și să îi încurajeze să participe și în proiectele viitoare. Este esențial să creezi o atmosferă de lucru prietenoasă, de încredere și plăcută; asta include să acorzi încredere voluntarilor oferindu-le responsabilități în coordonarea și implementarea programului/proiectului.



Un mulțumesc sincer ca formă de apreciere ar trebui să fie normă, și poate lua diverse forme. De exemplu:

- oferirea unui feedback pozitiv voluntarilor
- organizarea și invitarea lor la petrecerile organizației
- felicitarea voluntarilor de aniversările personale și pentru reușite
- invitarea voluntarilor să coordoneze un eveniment, proiect, organizație
- oferirea oportunității de a lua inițiativă și a-și lua mai multe responsabilități
- invitarea voluntarilor la un eveniment succesos
- manifestarea interesului pentru feedback-ul voluntarilor pentru un eveniment, proiect realizat
- oferirea voluntarilor a unui cadou simbolic (cadou material, invitație la un concert, cină)

În general, voluntarii ar trebui să știe cine este coordonatorul lor și să îi aibă email-ul/numărul de telefon. Coordonatorul ar trebui să abordeze fiecare voluntar individual, să verifice motivația lor, ideile și ariile de interes în care ar vrea să se implice și să ofere ceva la schimb comunității.

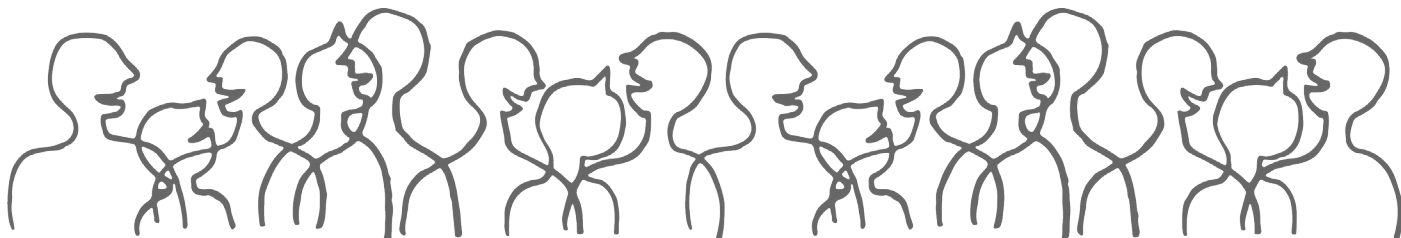
## NUMARUL DE PARTICIPANȚI

Un criteriu al succesului poate fi numărul participanților implicați în proiect.

## SUSTENABILITATEA PROIECTULUI

Sustenabilitatea proiectului este de asemenea foarte importantă. „Uitându-ne la sustenabilitate din punctul de vedere al unui ONG înseamnă să continui să realizezi și livrezi beneficii ale proiectului la grupul țintă principal după încheierea finanțării din partea unui donator. În alte cuvinte, sustenabilitatea este să menții și continui eforturile după ce finanțarea se încheie.” (Joshi).

Sustenabilitatea include organizarea proiectului, finanțele și programul: Conturează-ți o idee despre ce și cum va face organizația ta pe termen lung. În viziunea pe termen lung, folosirea datelor și a faptelor este bună pentru a explica donatorului despre idealurile și resursele necesare pentru a asigura succesul unui proiect. Uită-te la diferitele variante prin care poți obține finanțare (ex: instituții locale, fundraising online, vânzare de produse, donații) și diversifică baza donatorilor.



## PARTENERIATE

Creează colaborări cu parteneri locali. Parteneriatul ar trebui să fie bazat pe beneficii mutuale și relații bune. Apoi te poți aștepta la colaborări viitoare. Crearea unor noi parteneriate oferă stabilitate organizației și te ajută să continui misiunea proiectului. Este de asemenea util să îmbunătățești parteneriatele deja existente și să susții colaborările pe termen lung și repetate.

## ADAPTABILITY

Un proiect de succes ar trebui să fie adaptabil de-a lungul implementării, în funcție de nevoile potențialilor și a grupurilor țintă. Fiind în contact cu grupurile țintă și participanții și incluzând inițiativele lor îți arată flexibilitatea și abilitatea de a satisface nevoile participanților, chiar și când proiectul se află la început.

## MEDIU SIGUR

Trebuie să asiguri un mediu sigur pentru participanți pe parcursul proiectului, asta implicând să creezi o atmosferă plăcută unde participanții să se simtă confortabil, bine și în siguranță. Crearea unui mediu deschis care încurajează învățarea, reflecția critică și provocările are mai mari șanse să contribuie la oferirea unor servicii de calitate și să ofere satisfacție grupului țintă.

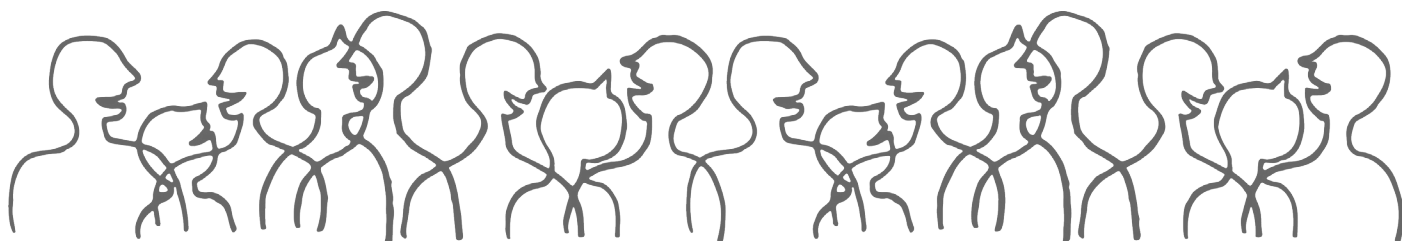
## ÎNVĂȚAREA PLACUTĂ

Pe lângă siguranță, mediul general al proiectului ar trebui să fie plăcut pentru participanți. Cum a fost menționat și în primul capitol, Community Education include diferite tipuri de învățare, ca o completare a învățării formale. Jocuri, observație, activități comune, învățarea prin experiențe sau dezvoltarea unor atitudini ar trebui să fie distractive și să atragă voluntarii.

## PROMOVAREA

O parte foarte importantă a unui proiect de succes și a unei organizații de succes în general este promovarea. Numele organizației, logo-ul, plicurile, antetul, cărțile de vizită, pliantele, semne de carte sau pagina web ar trebui să fie folosite să te faci vizibil și să te distingă de ceilalți. Design-ul grafic este esența identității vizuale a unei organizații și joacă un rol important în promovare.

Ține minte că ar trebui să existe materiale de promovare diferite pentru diferite grupe țintă - clienți, participanți, donatori, public, comunitatea profesională. Este mereu util să faci poze la toate evenimentele și proiectele tale pentru a le folosi ca materiale de promovare pentru pagina web, Facebook sau pliante. Aceste materiale promoționale pot fi, pe lângă alte utilizări, folosite pentru a atrage noi participanți, clienți sau voluntari. Ideal, participanții actuali promovează proiectul prin împărtășirea experiențelor legate de proiect și activitățile sale.



## ASIGURAREA PERSONALULUI ȘI RECRUTAREA

Există voluntari și angajați care lucrează în ONG-uri. Asigurarea personalului este o parte importantă din viața de zi cu zi a organizației. Acesta este împărțit în:

- Management (director executiv)
- Categoria profesioniștilor (coordonator programe, contabil)
- Categoria de sprijin (asistent administrativ)

ONG-urile au nevoie de oameni de calitate. Au nevoie atât de profesioniști, cât și de începători în proiectele de activități. Persoana ideală pentru un ONG este aceea care se poate coordona singură, și și echipa de proiect. În același timp, persoana poate împărtăși din experiența sa celor aflați la început. O organizație non-profit trebuie să învețe constant să fie inovativă în serviciile și temele abordate, „exact ca echipa de lucru”.

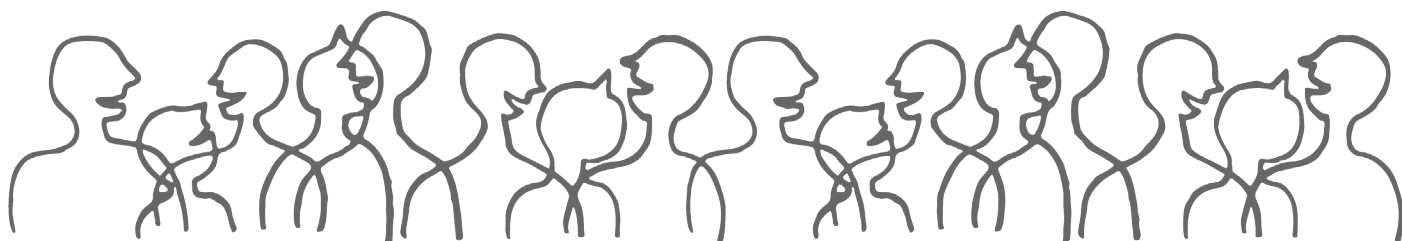
## SPRIJINUL POLITIC

Rezultatele bine documentate ale proiectelor pot să te ajute în a obține sprijin de la o varietate de potențiali și donatori. O strategie de comunicare bine gândită poate evita căutarea donatorilor în ultimul moment. Colaborarea cu reprezentanți politici ar trebui să aibă loc

atât la nivel local (județe/regiuni), cât și la nivel mai înalt (național), pentru siguranță financiară, sprijinul moral și material al proiectelor și colaborări active la proiectele selectate. Ce este important este să păstrezi o comunicare deschisă și activă cu autoritățile locale competente, pentru a obține sprijin politic. Un proiect de succes este bine cunoscut în comunitatea locală. Este apreciat, și așadar finanțat.

ex 1: Proiectul “Jedeme dál” – a organizat un curs de mers nordic activ – gratis pentru seniori, sub îndrumarea instructorilor calificați. Biroul consiliului județean este cel care asigură finanțarea și bețele de mers, iar TOTEM, z.s. este organizatorul (Intergenerational and volunteer center TOTEM, z.s.).

ex 2: Noi branșe: Orașul Pilsen i-a rugat pe TOTEM să își extindă cunoștințele și în alte județe, pentru a oferi și altor seniori accesul la activități care promovează îmbătrânirea activă și previn singurătatea (Intergenerational and volunteer center TOTEM, z.s.).





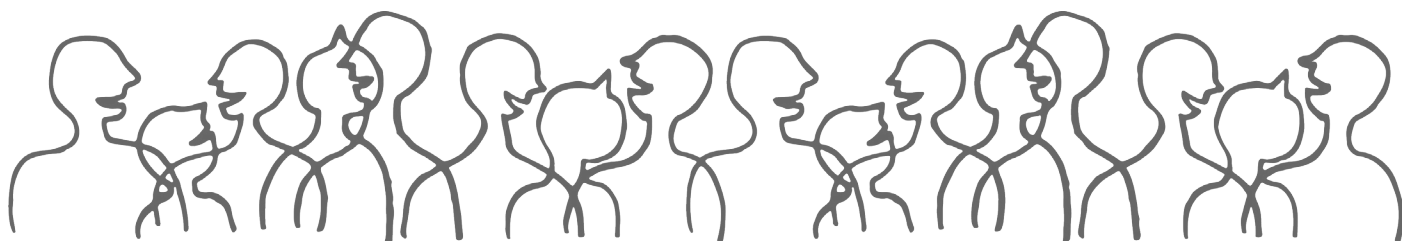
# INVATAREA MULTICULTURALA SI INTRE GENERATII

Învățarea inter-generații înseamnă că oameni de toate vârstele pot învăța împreună și unul de la celălalt. Mereu a fost o caracteristică a comunităților umane, dar din păcate a devenit mai puțin utilizată în ultimii ani. Pentru a uni spațiul dintre tineri și cei în vârstă este important să fie reconectați din nou, oferindu-le spații comune și activități. Pentru beneficiul mutual al comunității, este așadar important să propui activități între generații în cadrul organizației, care pot depăși stereotipurile.

Câteva gânduri/sfaturi pentru a crea o activitate inter-generații de succes sunt:

- Înțelege unde învățarea inter-generații poate face o diferență majoră
- Pentru a depăși prejudecățile legate de vârstă, este bine să întrebi: Chiar ajută activitatea la înlăturarea barierelor dintre generații?
- Asigură-te că există beneficii atât pentru tineri, cât și pentru vârstnici
- Activitatea ar trebui să fie interesantă (nu neapărat în același fel) și potrivită pentru toată lumea, regulată și pe termen lung (mai multe luni) pentru a fi eficientă

- Înțelege nevoile și motivațiile potențialilor participanți
- Seniorii de obicei vor să transmită mai departe cunoștințele și abilitățile lor. Tinerii tind să se implice pentru a contribui în comunitățile lor. Dar e posibil să fie și invers și de multe ori schimbă între ei aceste roluri predefinite.
- Fii atent la recrutarea participanților
- Este bine să cunoști trecutul persoanelor, experiențele și percepțiile. Asigură confidențialitate și află așteptările lor legate de implicarea lor
- Pregătește generațiile separat
- Vorbește cu ei pentru a afla așteptările lor și modurile în care s-ar putea purta, stabilește reguli clare, precum „respectă ideile celuilalt, chiar și atunci când sunt diferite de ale tale”
- Asigură-te că personalul implicat în învățarea între generații are abilitățile necesare
- Înțelege activitatea - și asta include nu doar personalul cu funcțiile principale, ci și ceilalți membri
- Fă conținutul și contextul mai atractiv atât pentru participanții mai în vârstă, cât și cei mai tineri





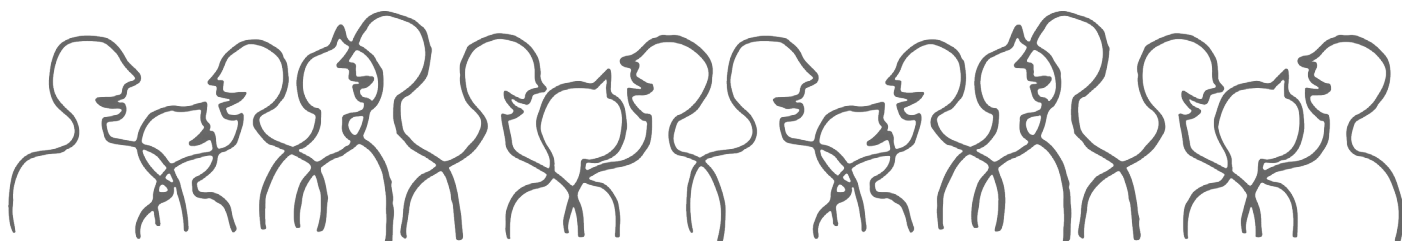
- Învățarea între generații tinde să funcționeze cel mai bine înafara „sălilor de curs” și este adesea bazată pe proiecte specifice, precum lucruri făcute manual, grădinărit, istoria comunității etc.
- Recunoaște și validează activități - este important în special pentru tineri, pentru care poate fi dificil să îmbini activitățile între generații cu educația formală, dar seniorilor le place de asemenea să le fie validate competențele proaspăt dobândite.

ex 1: Grădina urbană intergenerații: colaborare a seniorilor și preșcolariilor. Îngrijirea împreună a grădinii, program pentru copii, posibilitatea de a crește și a nu fi singur, transferarea experienței de la cei în vârstă la copii (Intergenerational and volunteer center TOTEM, z.s.).

Învățarea interculturală integrează și explorează multitudinea perspectivelor reflectate în lumea noastră variată. Diferitele idei și puncte de vedere sunt valorificate

și explorate. Învățarea interculturală merge mai departe de granițele abilităților, vârstei, genului, naționalității, rasei și religiei. Participanții la învățarea interculturală experimentează și învață despre diversitate, solidaritate, toleranță, incluziune, implicare etc. Oamenii cu experiențe interculturale tind să fie mai deschiși, creativi, flexibili, toleranți și să îi ajute pe ceilalți să lupte cu stereotipurile. Pentru a face învățarea interculturală atât posibilă, cât și eficientă, conferențiarilor trebuie să faciliteze interacțiunile în grup în așa fel încât să fie respectuoase, provocatoare, creative și semnificative, implicate și transformatoare. Participanții trebuie de asemenea să își exerseze abilitatea de a-i asculta pe ceilalți pentru a-i înțelege. Într-un mediu sigur, orice semne de intoleranță pot fi tratate cu respect și grijă.

ex 2: Prin cluburile interculturale facilitate de voluntari europeni, comunităților multiculturală rurale din jurul orașului Cluj-Napoca le este prezentată ideea că diferențele culturale pot aduce beneficii și pot fi sărbătorite. Astfel este facilitată comunicarea și cooperarea între oamenii de diferite etnii și culturi. (Centrul de Voluntariat Cluj-Napoca).

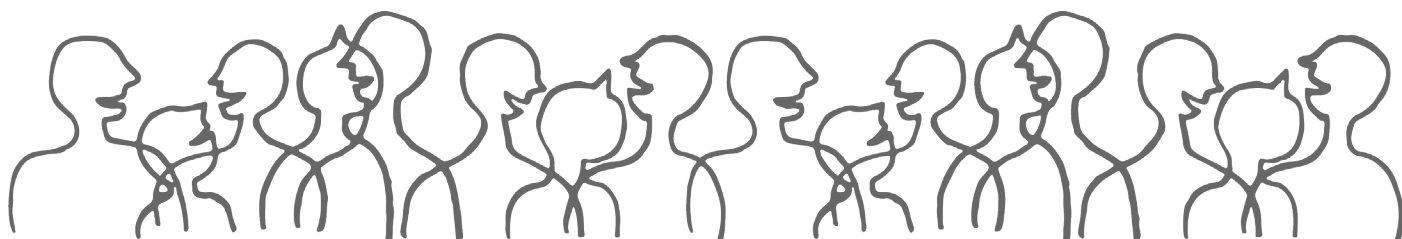


## ALTE CRITERII ALE SUCCESULUI

- Oferirea cunoștințelor unui număr mare de participanți
- Inspirarea gândirii critice
- Posibilitatea scoaterii participanților din zona de confort, într-un context sigur
- Îmbunătățirea mediului social local
- Proiectul atrage de la sine noi participanți
- Proiectul este bine cunoscut și apreciat, câștigă premii și primește donații
- Proiectul este ușor de pregătit și nu sunt necesari experții
- Proiectul nu devine plictisitor - sunt teme noi în fiecare sesiune
- Proiectul schimbă oamenii implicați - abilitățile lor, atitudinile și cunoștințele
- Un proiect de succes rezultă într-o schimbare tangibilă și care aduce beneficii în comunitate și urmărește să aibă rezultate sustenabile pe termen lung

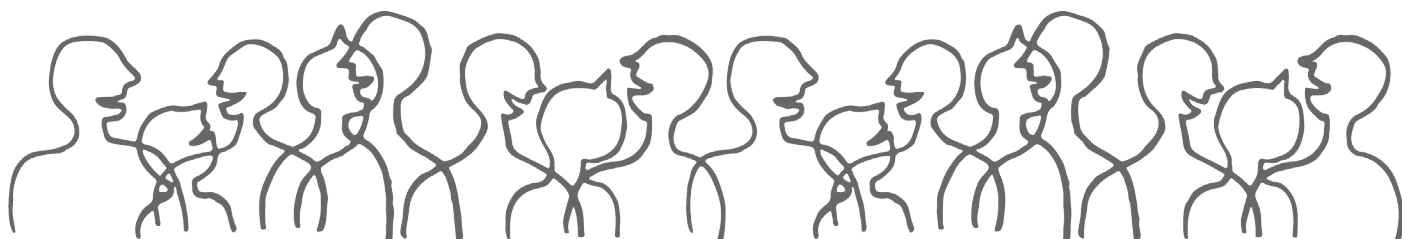
## SURSE

- <https://ec.europa.eu/epale/en/blog/8-top-tips-successful-intergenerational-learning>
- <https://www2.fundsforngos.org/featured/how-to-ensure-sustainability/>
- <http://ifsw.org/policies/effective-and-ethical-working-environments-for-social-work-the-responsibilities-of-employers-of-social-workers-3/>



**CAPITOLUL IV**

**IMPORTANTA CENTRELOR DE  
VOLUNTARIAT CA FURNIZORI DE  
COMMUNITY EDUCATION. CUM SA  
FACI CENTRELE DE VOLUNTARIAT SI  
ONG-URILE CUNOSCUTE? CUM SA LE  
RECUNOSTI VALOAREA?**



# DE CE ESTE IMPORTANT SA AI VOLUNTARI?

„Voluntariatul este în general considerat o activitate altruistă în care o persoană sau un grup oferă servicii fără vreun câștig financiar sau social,, pentru a oferi beneficii unei alte persoane, grup, comunitate sau organizație ”(Wilson, John (2000).„ Voluntariat ”. Raportul anual de sociologie) . Voluntariatul poate avea beneficii pozitive atât pentru voluntar, cât și pentru persoana sau comunitatea deservită. Voluntarii și munca voluntară pot avea un impact direct asupra vieții individuale sau asupra comunității în ansamblu. În timp ce voluntariatul este în mare parte neplătit, voluntarii pot câștiga din munca depusă.

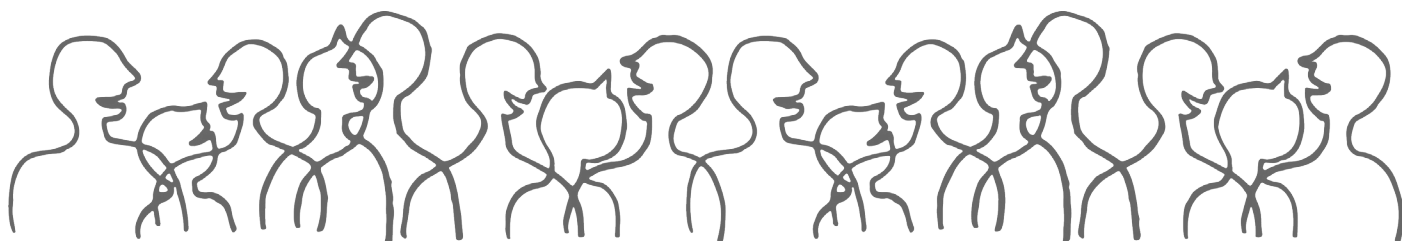
Unul dintre cei mai importanți factori ai voluntariatului este educația comunitară. Voluntarii nu numai că atrag atenția asupra cauzelor sociale și geo-politice, ci și ajută la reunirea oamenilor pentru o cauză comună. Voluntarii sunt parte a unei comunități educate social, conștiente și unite.

## BENEFICIILE TRIDIMENSIONALE ALE VOLUNTARIATULUI

În afară de beneficiile sociale ale voluntariatului (vezi mai târziu în acest capitol), există și alte beneficii care pot avea un impact puternic asupra lumii.

### Beneficii individuale:

- Voluntariatul emancipează individul, îl ajută să devină mai încrezător în sine sau își reconstruiește încrederea
- Crește nivelul de inițiativă, capacitatea de reacție și responsabilitatea
- Încurajează munca în echipă
- Voluntariatul nu este plătit, de aceea încurajează auto-motivația
- Voluntariatul ajută la construirea de rețele individuale și la dobândirea de noi competențe
- Creează oportunități de învățare pentru voluntar, atât personale, cât și profesionale
- Aceste oportunități de învățare îi ajută pe voluntari să câștige experiență care le îmbunătățește posibilitatea de angajare
- Satisfacția emoțională de a fi de ajutor, de a realiza ceva semnificativ sau de a da ceva înapoi societății
- Beneficii emoționale: înlăturarea sin-



gurătății, prieteni noi, sentimentul de apartenență la un loc sau de a fi parte din ceva folositor

„Oricare ar fi organizația comunitară, fie că este o organizație de femei, fie că luptă pentru justiția rasială ... veți obține o satisfacție din a face ceva pentru a da înapoi comunității pe care nu o obțineți niciodată în alt fel.” - Ruth Bader Ginsburg, judecător asociat al Curții Supreme a Statelor Unite.

### **Beneficii pentru public, privat și ONG-uri/organizații terțe:**

ONG-urile sau alte organizații care lucrează cu voluntari beneficiază de serviciile lor, deoarece voluntarii ajută la îndeplinirea cauzei organizației. De cele mai multe ori organizațiile terțe cu un buget restrâns au voluntari care să contribuie la îndeplinirea obiectivelor și scopurilor.

- Voluntarii generează resurse umane suplimentare pentru organizații
- Costurile operaționale pot fi reduse semnificativ
- Ușurarea managementului timpului proiectelor
- Creșterea calității serviciilor datorită abilităților și experienței lor
- Voluntarii ajută la extinderea activităților organizației

- Acestea consolidează forța de muncă și creează motivație în rândul colegilor și lucrătorilor

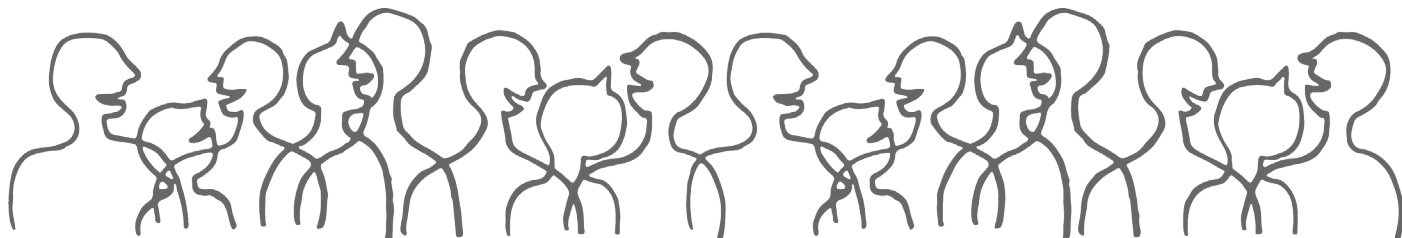
- Voluntarii pot deveni modele pentru beneficiari, rezultând un număr mai mare de voluntari

### **Beneficii economice:**

Nu se poate nega faptul că voluntarii diminuează povara financiară a guvernului, societății/comunității și sectoarelor terțe/ONG-urilor/organizațiilor.

„Aproape 1 miliard de oameni din întreaga lume își oferă timpul voluntariatului prin organizații publice, non-profit sau cu scop lucrativ, sau direct pentru prieteni sau vecini, într-un an tipic, făcând, „Țara voluntarilor”, dacă ar fi o țară, a doua cea mai populată țară din lume, după China”. (Sursa: Măsurarea valorii economice a activității de voluntariat la nivel global: concepte, estimări și o foaie de parcurs către viitor - Universitatea Johns Hopkins, SUA)

De asemenea, în conformitate cu studiile efectuate de Johns Hopkins Center for Civil Society în 2011, în doar 37 de țări, aproximativ 140 de milioane de persoane fac voluntariat într-un an. Dacă cei 140 de milioane de voluntari ar reprezenta populația unei țări, aceasta ar fi a noua țară ca mărime din lume. (Ref: Impactul social al voluntariatului).



- Contribuția voluntarilor este imensă în economia globală. În 2015, economia americană a adunat 184 miliarde de dolari în activități de voluntariat. (Ref: Corporation for National Community Service of America)
- Organizațiile publice, precum și cele private beneficiază economic; voluntarii sunt rentabili și eficienți
- Munca și cheltuielile guvernamentale s-au redus considerabil
- Voluntarii fac marketingul mult mai ușor și rentabil

## CARE SUNT BENEFICIILE SOCIALE ALE VOLUNTARIATULUI?

„Termenii de voluntariat și activități de voluntariat se referă la o gamă largă de activități... desfășurate sub liber arbitru, pentru binele publicului general și în care recompensa monetară nu este principalul factor motivator”. Sursa: UNGA 2002 (Adunarea Generală a Națiunilor Unite) ( A/RES/56/38)

Lumea, cu ierarhia sa cu mai multe straturi, necesită o gamă largă de planificare și implementare pentru a o face un loc mai bun pentru a trăi. Societățile sau comunitățile care formează aceste ierarhii au nevoie de timp și de persoane cu voință liberă pentru a forma elementele vertebrale pentru supra-

viețuirea și existența lor. Guvernele, cu toată bunăvoința și planificarea lor, de multe ori nu mai sunt în măsură să pună în aplicare un plan, aici intervenind voluntarii.

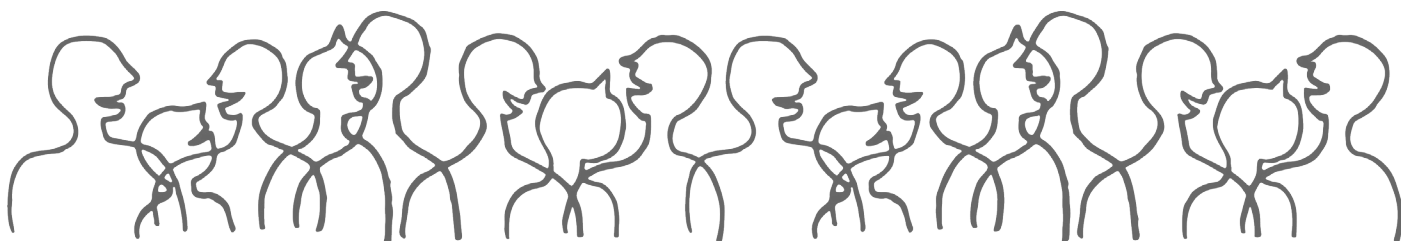
Un voluntar este o legătură între comunitate și guvern/organizații:

- Ei echilibrează diferențele dintre societatea/comunitatea locală și guvern
- Acestea consolidează implicarea civilă pentru construirea unei comunități stabile

Voluntarii sunt o parte a comunității în care trăiesc. Ei cunosc aspectele interne și externe ale comunității și sunt conștienți de deficiențele și problemele din profunzime. Munca voluntară provine adesea din nevoile societății, mai ales atunci când oamenii sunt în general conștienți de aceste nevoi, dar există o lipsă generală de inițiativă din altă parte.

Un voluntar poate:

- Crește gradul de conștientizare a problemelor sociale în rândul publicului/a celorlalți voluntari
- Crea o mai bună înțelegere a problemelor importante din comunitate
- Extinde varietatea de activități disponibile în comunitate și ajutați la realizarea lucrurilor



- Ajuta la creșterea toleranței în rândul membrilor comunității
- Pune accent pe conștientizarea diversității sociale și umane
- Lucra ca o legătură între comunitățile care au probleme și dificultăți similare

Odată cu schimbarea rapidă a scenariilor de migrație globală, colaborarea cu comunitățile de migranți a devenit un factor foarte important în stabilirea unei comunități echilibrate și a unei populații integrate de migranți. Voluntarii care lucrează cu culturi diverse se confruntă uneori cu multe obstacole pe parcurs, în special în ceea ce privește limba și cultura. În ciuda acestor bariere, un număr mare de voluntari îi ajută pe migranți să învețe și să înțeleagă societatea în care au ajuns să trăiască, să abordeze problemele și temerile lor în mod individual și să îi ajute să se integreze în societate într-un ritm mult mai rapid. Ajutorul și sprijinul voluntarilor îmbunătățesc perspectivele migranților în găsirea propriei identități în țările străine.

- Consolidarea identității individuale duce la o identitate socială mai bună. Acest lucru este valabil pentru toată lumea.
- Societățile migrante își dau seama de importanța de a da înapoi societății atunci când experimentează ceea ce societatea le oferă lor

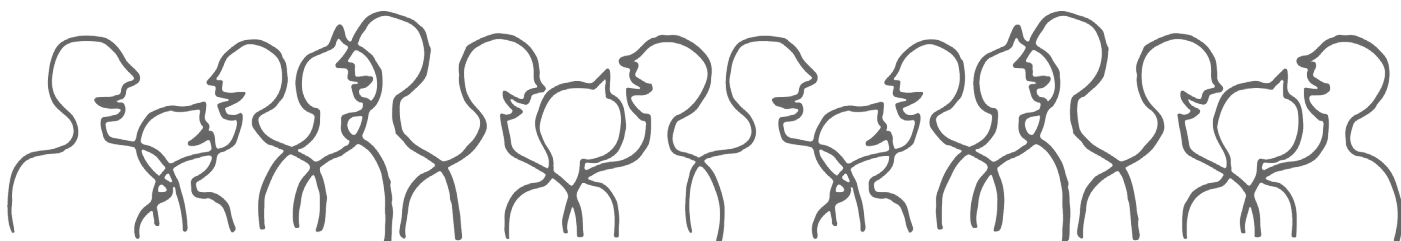
Voluntarii completează serviciile sociale și își reduc semnificativ volumul de muncă. Integrarea activității de voluntariat ajută, de asemenea, la implicarea beneficiarilor tăcuți/nevăzuți sau care sunt altfel „excluși”.

## **CARE E IMPORTANȚA VOLUNTARIATULUI DINTR-O PERSPECTIVĂ SOCIALĂ MAI LARGĂ?**

Voluntariatul poate contribui la auzirea vocilor și la motivarea participării, responsabilității și reacției într-o comunitate.

„Voluntariatul, deși este universal, are mai multe fațete și poate fi organizat și gestionat formal în cadrul organizațiilor structurate, în special a OSC, și în cadrul guvernelor și al sectorului privat. Poate fi, de asemenea, condus în mod informal, cu milioane de voluntari în structuri și grupuri informale, în afara instituțiilor recunoscute formal; acesta este adesea practicat în cadrul comunităților în care oamenii trăiesc și muncesc și poate fi un angajament pe tot parcursul vieții.” - 2015 Raportul de voluntariat la nivel mondial - Transformarea guvernării

Voluntariatul conduce la responsabilitatea individuală. Voluntarii sunt oameni motivați de sine, care aduc voință puternică și pozitivitate comunității. Voluntariatul educă oamenii despre bucuriile dăruirii și actelor dezinteresate într-o lume materialistă. Poate că voluntariatul se naște dintr-o





nevoie specifică, dar unește oamenii și întărește comunitatea.

- Participarea activă duce la cetățeni mai activi, rezultând o comunitate responsabilă
- Este un mijloc educațional prin care oamenii devin conștienți de împrejurimi
- Face oamenii mai puțin egoiști și creează o societate mai empatică
- Voluntariatul prezintă puterea solidarității; îmbunătățiri care pot fi obținute fără implicare monetară
- Făcând lucrări pe care autoritățile nu le pot/nu le vor realiza: acolo unde nu există voință politică, există voluntari
- Evidențierea nedreptății sociale, a justiției sociale corecționale

## CE SUNT CENTRELE CONDUSE DE VOLUNTARI?

Munca voluntară poate fi formală sau informală. Voluntarii pot lucra individual în beneficiul unei persoane, familii sau comunități sau se pot alătura oricăror organizații sau grupuri pentru a face voluntariat. Aceste organizații oferă voluntarilor canale

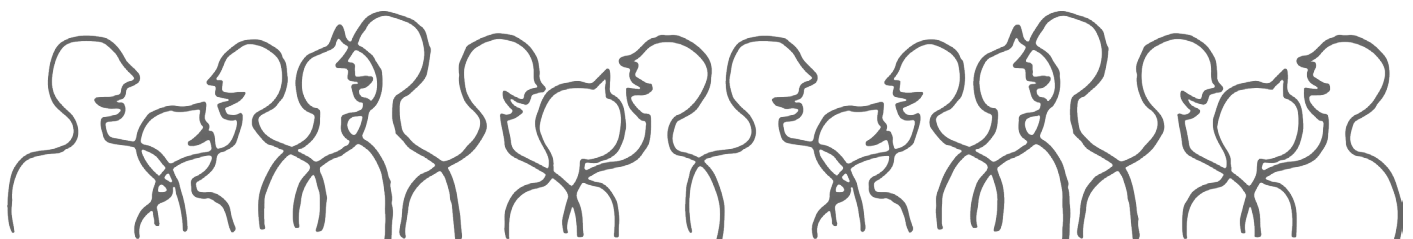
pentru a-și concentra timpul și energia în direcțiile corecte.

Multe organizații se bazează foarte mult pe serviciile voluntarilor, indiferent de faptul că au angajați remunerați. O organizație condusă de voluntari nu înseamnă întotdeauna că sunt conduse complet de voluntari, deși există mai multe asociații, grupuri sau organizații mai mici care sunt conduse doar de voluntari.

De cele mai multe ori, organizațiile sau centrele care se concentrează pe munca socială sau educația comunitară în general trebuie să lucreze cu puțină finanțare sau chiar deloc. A avea voluntari este extrem de important pentru aceste centre, deoarece voluntarii îi ajută să își atingă obiectivele. Astfel, s-ar putea spune cu siguranță că centrele conduse de voluntari oferă o mare parte din serviciile comunitare prin intermediul voluntarilor.

## CE BENEFICII ADUC CENTRELE CONDUSE DE VOLUNTARI COMUNITĂȚII?

Putem spune că unul dintre cei mai mari beneficiari ai serviciilor voluntare este comunitatea sau societatea. Campaniile realizate de voluntari au determinat multe guverne să adopte politici benefice, de ex. mai multe guverne din America Latină au adoptat politici de drepturi autohtone după astfel de campanii.





## De ce ai nevoie de un centru?

- Fiecare organizație lucrează cu diferite focus grupuri: centrele de voluntariat se integrează și se conectează
- Legătură între comunități cu cauze și nevoi similare și autorități
- Dezvoltare mai largă în societate
- Locul unde poți contribui la o cauză importantă în diverse moduri
- Are loc pentru idei noi, activități, servicii și dezvoltare

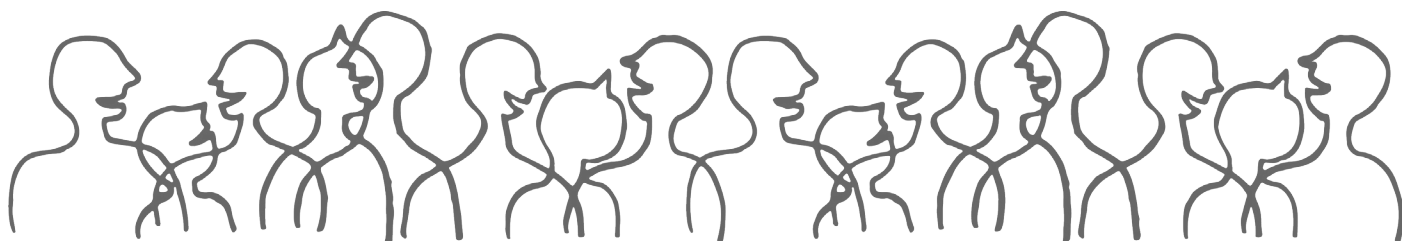
Comunitățile depind adesea de bunăvoința oamenilor de a susține idei durabile, de a încuraja participarea voluntară, de a se adapta la situațiile în continuă schimbare și de a ajuta la ridicarea comunității. Centrele aduc în prim plan nevoile societății și educă oamenii care ar putea fi deja conștienți de problemele existente, dar care nu au avut inițiativa de a aborda problemele. Centrele conduse de voluntari sunt chipul și vocea oamenilor care își construiesc încrederea în ei. Ei deschid calea lucrărilor

educaționale privind modul în care aceste nevoi sociale sunt satisfăcute.

Centrele comunitare sunt, de asemenea, o legătură între diferite rețele și persoane (rețele formale și informale care există paralel în societăți):

- Centrele oferă beneficii personale pentru persoanele care trăiesc în comunitatea din jur (făcându-și prieteni, construind abilități etc.)
- Aceste centre sunt spații parțial publice, deschise și ușor de accesat
- Centrele obțin munca depusă pentru oameni, fără a implica autoritățile. Este uneori un mod mai eficient de a trata problemele.

Prin intermediul centrelor conduse de voluntari, persoanele care ar putea să nu aibă acces la sau care altfel ar putea fi reticente să participe la educație sau formare formală pot găsi o șansă de a realiza educație și formare prin CE.



# CUM SA RECUNOSTI VALOAREA ONG-URILOR CONDUSE DE VOLUNTARI?

De mai bine de un secol, ONG-urile și organizațiile din sectorul al treilea au evoluat și s-au îmbunătățit odată cu nevoile mereu în creștere ale lumii. Rolul lor în educația comunitară și acțiunile de conștientizare, precum și contribuția lor în implementarea politicilor guvernamentale sunt apreciate de mai multe guverne de pe glob. Guvernele se bazează pe ONG-uri pentru a-și duce politicile la nivel de bază și încurajează această activitate dând stimulente și premii organizațiilor muncitoare. La schimb, tot mai multe organizații la nivel de bază preiau proiecte guvernamentale și ajung la beneficiari prin cea mai bună resursă umană de care dispun: voluntarii.

Cu toate acestea, ONG-urile nu au primit recunoașterea pe care o merită. Încă trebuie să muncească din greu pentru a-și dovedi valoarea publicului, precum și agențiilor de finanțare și guvernului. Ei trebuie să se promoveze și să se evidențieze în domeniul lor pentru a putea fi recunoscuți.

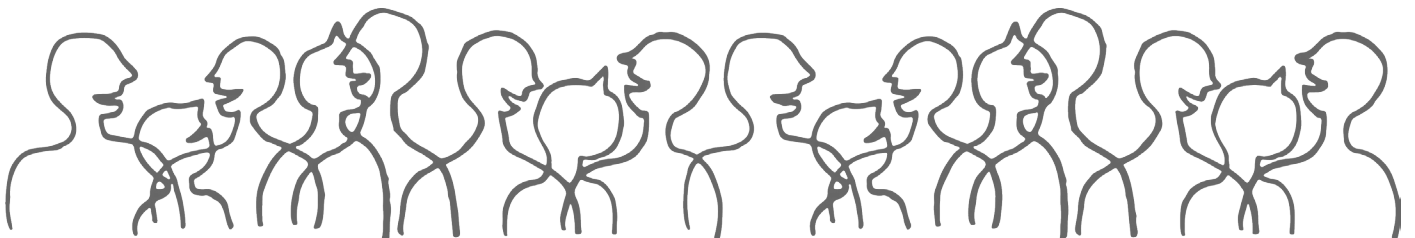
Ministerul Afacerilor Externe al Finlandei a realizat un studiu de caz privind complementaritatea instrumentelor ONG. Una dintre concluziile sale a fost: „Pentru a nu estompa

distincția dintre stat și societatea civilă, dreptul ONU la inițiativă trebuie susținut.”

Studiul a recomandat, de asemenea, că: „Noi modalități de promovare a complementarității legate de ONG-uri ar trebui să se bazeze pe stimulente care să favorizeze cererile care respectă criteriile de complementaritate [...] Trebuie inițiat un studiu cuprinzător privind evoluția contextului ONG/OSC pentru a completa și actualiza strategia finlandeză de cooperare a ONG-urilor pentru dezvoltarea societății civile. Acesta ar trebui să se axeze pe relațiile guvern-ONG, inclusiv: mediul de muncă legat de drepturile omului; natura în evoluție a societății civile; includerea secțiunilor non-ONG ale societății civile în cooperare; și modul în care obiectivul general al unei societăți civile puternice este cel mai bine îndeplinit.”

Deci, cum este posibil ca aceste organizații să fie mai recunoscute? Multe dintre acestea se referă la ONG-urile în sine și la modul în care acestea sunt percepute.

Organizațiile trebuie să se concentreze pe a fi pozitive, să sporească vizibilitatea proiectelor



și acțiunilor lor, precum și a rezultatelor.

- Crearea unei rețele de calitate; având partenerii potriviți
- Utilizarea evenimentelor pentru promovarea: organizarea de evenimente informaționale pentru a oferi actualizări și invitarea persoanelor relevante, a factorilor de decizie, precum și a publicului larg
- Obținerea de feedback regulat și flexibilitate în abordare
- Abilitatea de a fi prietenoși, dar profesioniști
- Utilizarea statisticilor și a poveștilor de succes pentru a crea impresii pozitive
- Făcând impactul vizibil pentru comunitate cu imagini, videoclipuri, filme, reclame și expoziții
- Acordarea de premii pentru activități, proiecte etc: afișarea mărturiilor date ONG-urilor

Deoarece voluntarii joacă un rol important în aceste organizații, este imperativ ca factorii de impact să includă contribuția lor la cauză. Feedback-ul intermitent (pozitiv) cu privire la munca voluntară finalizată din partea partenerilor implicați, a părților interesate, precum și a comunității va ajuta la creșterea încrederii voluntarilor și la crearea unui raport bun între aceștia. Acești part-

eneri și părți interesate ar putea dori să aibă aceiași voluntari în propria lor organizație.

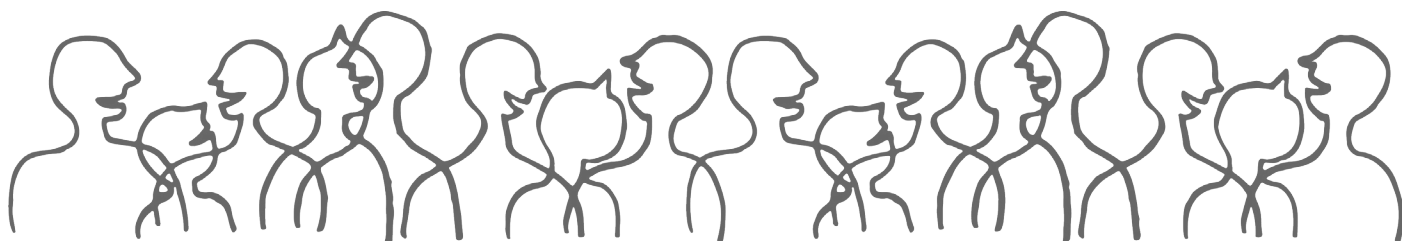
De asemenea, este important să se afișeze amploarea angajamentului voluntarilor, precum și câți voluntari poate mobiliza organizația, dacă și când apare nevoia.



Voluntarii sunt, de asemenea, chipul ONG-urilor. Voluntarii ar putea fi pe termen lung sau pe termen scurt, în funcție de timp și nevoie. Fiecare organizație are nevoie de voluntari dedicați, care rămân alături de organizație la bine și la rău.

Reputația organizației depinde de ceea ce fac ei și voluntarii lor:

- Este nevoie de un anumit tip de voluntari: nu doar cei pasivi, ci și cei activi și motivați
- Managementul voluntarilor este important pentru a-i face să rămână dedicați și să lucreze la maximum abilităților lor.



# CUM SA FACI ONG-URILE BAZATE PE VOLUNTARI CUNOSCUTE?

Chiar și marii jucători se confruntă cu probleme dificile încercând să devină cunoscuți. Și ONG-urile internaționale pentru drepturile omului se luptă să comunice prin mijloacele media populare la nivel global. În studiul realizat de Universitatea George Mason, Universitatea din Columbia Britanică, în orice an dat, 40% dintre ONG-urile incluse în studiu nu au apărut în nicio știre, iar 25% nu au apărut deloc între 2010 și 2012. (Ref: Putem avea atenția dumneavoastră puțin? ONG-urile pentru drepturile omului și comunicarea globală)

Dacă acesta este scenariul, ce pot face organizațiile la scară mică pentru a obține publicitate și a-și găsi drumul către popularitate? Răspunsul nu este atât de simplu. Este nevoie de cantități extraordinare de muncă asiduă și strategie ...

## **Un marketing bun: îmbunătățiți și investiți în abilități de marketing și vânzarea activităților**

- Promovarea cauzei, proiectelor și programelor cu orice instrument de marketing disponibil
- Social media și internetul sunt mari,

puternice și de anvergură. Acestea trebuie utilizate optim

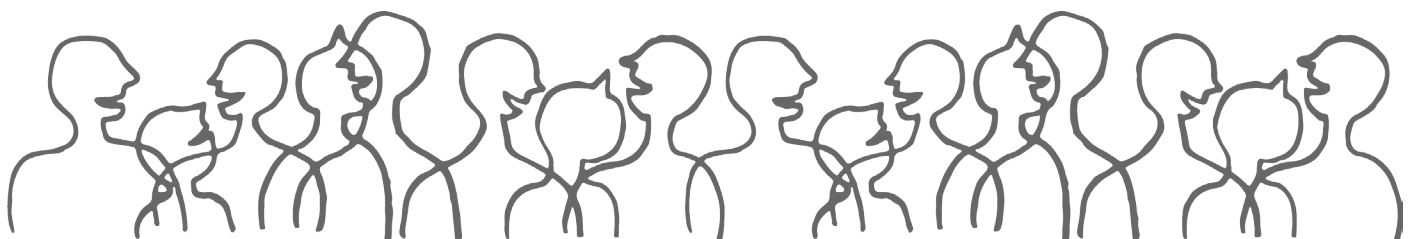
- Alături de social media, „bunul stil învechit” oral, vizual, precum și promoții și informații scrise vor ajuta foarte mult cauza. Utilizarea comunicării orale ar trebui să fie pe listă.

## **Extinde atenția către alte părți interesate relevante, nu doar către beneficiari**

- Crearea de rețele cu alte ONG-uri sociale, companii, politicieni ...
- Deveniți parte a comunităților active și recunoscute
- A fi invitat la evenimente, obținând vizibilitate

## **Gândește-te și acționează mai strategic**

- PR bun cu strategie bună
- Strategii de abordare a mijloacelor media tipărite și vizuale
- Ce fel de media va ajunge la audiență? Planificarea demersului



## Influențarea (lobby)

- Influențarea pe toate nivelurile: social - politic - de afaceri, local - național - internațional
- Prezentarea necesității serviciilor organizației
- Realizarea unui nume de marcă și menținerea calității serviciilor pentru a reduce necesitatea de a dovedi importanța lor din nou
- Colaborarea cu întreprinderile/autoritățile locale pentru a vă face serviciile potrivite pentru toată lumea
- Fiind o platformă neutră care oferă servicii imparțiale
- Activități de lobby pentru reducerea impozitelor la firmele care susțin activitatea voluntară
- Influențarea pentru ca activitatea voluntară a organizației să fie recunoscută, de ex. prin credite de studiu în universități locale și alte instituții de învățământ etc.

ONG-urile trebuie să se autoinspecteze din când în când pe imaginea pe care o proiectează. Organizațiile ar trebui să se concentreze pe abordarea, utilitatea serviciilor lor, regândirea proiectelor și activităților care au devenit redundante, calitatea activității voluntare a organizației, precum

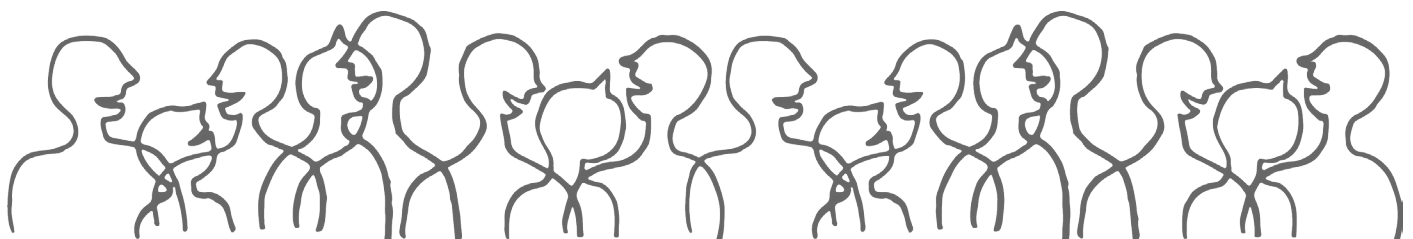
și îmbunătățirea și extinderea rețelei.

Voluntarii sunt ambasadorii activităților organizaționale. Serviciul de voluntariat trebuie respectat, prețuit și apreciat prin recunoașterea activității lor valoroase și a motivației pe care o aduc. De asemenea, ar trebui să li se acorde voluntarilor responsabilități în funcție de abilitățile, competențele și interesele lor. O organizație bine conectată, de ex. una conectată cu instituțiile de învățământ locale, întreprinderile și autoritățile etc., are un mare avantaj în a fi observată. Astfel de organizații nu numai că obțin voluntarii de care au nevoie, dar își pot îndrepta voluntarii în mai multe locuri pentru dezvoltarea competențelor, stagii etc. Acest schimb reciproc creează o comunitate angajată, sănătoasă și matură.

A fi recunoscut este o sarcină ascendentă pentru ONG-uri și a deveni popular este și mai și. Cei mai puternici supraviețuiesc, dar cei curajoși câștigă!

Următoarea declarație a OneWorld.net cu privire la solicitarea unei subvenții este valabilă pentru întreaga lume, deși se referă la scenariul american. Puteți înlocui cu ușurință cuvântul America cu cuvântul Lumea!

„Presa de astăzi și structurile politice nu îi implică și nu îi informează complet pe americani cu privire la majoritatea problemelor cu importanță globală. Aceleași surse de elită sunt citate mereu și din ce în ce mai mult timp este dedicat spinului, dramei și senzaționalismului în locul

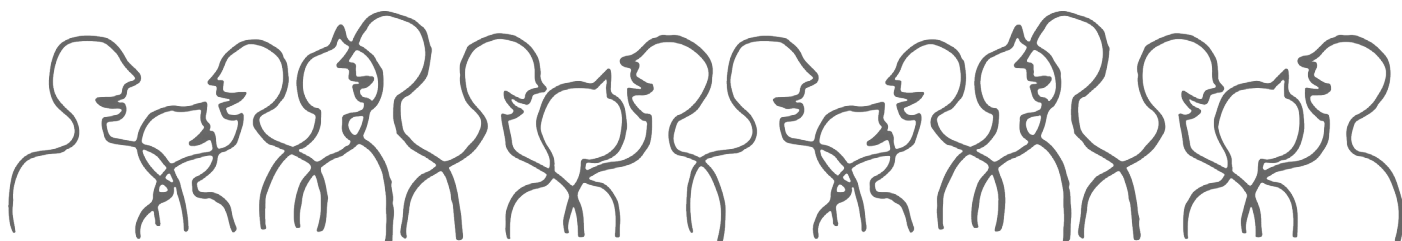


problemelor reale care afectează oamenii din întreaga lume. Politicienii se concentrează în mare măsură pe probleme și oferă platitudinile care îi vor face să fie realeși, ignorând multe subiecte și perspective care afectează milioane de oameni din întreaga lume. Aceste eșecuri politice și din media au distras nenumărați americani de la probleme globale importante.” (Ref: Popularizarea știrilor ONG-urilor: cazul OneWorld.net și Yahoo News)

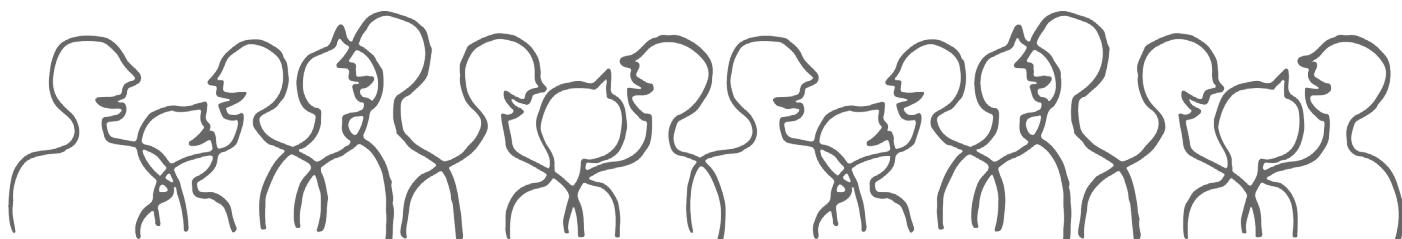
## SURSE

- Wikipedia – volunteering
- Wilson, John (2000). “Volunteering”. Annual Review of Sociology
- 2015 State of the World’s Volunteerism Report - UNV
- [Social impact of volunteerism](#) – Huiting Wu (Points of Light institute)
- The Johns Hopkins University Centre for Civil Society Studies (CCSS), [“ILO Manual on the Measurement of Volunteer Work”](#), 2011;
- [Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, estimates, and a roadmap to the future](#)- Johns Hopkins University, USA

- [Assessing the value of volunteer activity](#) – Eleanor Brown
- Evaluation: Complementarity in Finland’s Development Policy and Co-operation  
[A Case Study on Complementarity in the NGO Instruments](#) -Ministry of Foreign Affairs of Finland
- [May we have your attention please? Human Rights NGOs and global communication](#)
- [Bringing NGO news into the mainstream: The case of OneWorld.net and Yahoo News](#)



**CAPITOLUL V**  
**IMPACTUL PROGRAMELOR/  
SERVICIILOR/FURNIZORILOR DE  
COMMUNITY EDUCATION SI DOVEZILE  
ACESTUIA**





# DEFINIȚIE ȘI ELEMENTE CHEIE

Acest capitol abordează impactul educației comunitare și particularitățile acesteia. Acesta oferă informații despre măsurile care pot fi utilizate la colectarea datelor pentru a avea o perspectivă mai clară asupra impactului creat prin educația comunitară.

Impactul educației comunitare se referă la o schimbare în societate, un efect peste dimensiunile diferite ale societății sau mai presus de individ. Schimbarea dorită în comunitate este privită ca o împlinire a viziunii. Cu toate acestea, pentru a atinge impactul pe o scară uriașă, este necesar să pornim din partea de jos a ierarhiei cu o schimbare de atitudini, cunoștințe și abilități.

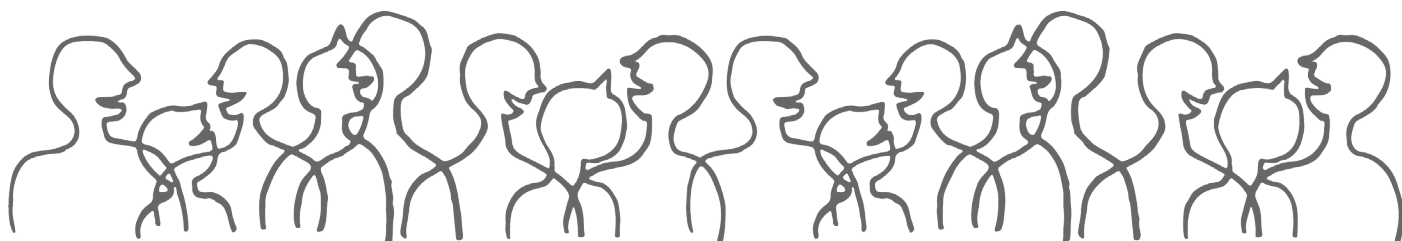
Pentru o mai bună înțelegere a conceptului, este important să distingem terminologia asociată, cum ar fi: input, output și corelația dintre ele și rezultatul. Input-ul poate fi definit ca un set de resurse pe care un furnizor de educație comunitară le implică într-un program. Resursele pot fi de orice fel - de la cele financiare, materiale, informaționale până la umane (personal, voluntari, experți etc.). Atâta timp cât contribuie la atingerea obiectivului programului, aceste resurse sunt considerate factori de intrare. Output-ul este rezultatul unui program. De exemplu,

rezultatul formării competențelor digitale este numărul absolvenților în acest domeniu. Numerele sunt utilizate la măsurarea rezultatelor, astfel încât rezultatele sunt specifice și ușor de determinat.

Cu toate acestea, output-ul nu este suficient pentru măsurarea impactului. Ceea ce este important este rezultatul. Rezultatul este foarte valoros și va duce cu siguranță la o reputație mai mare pentru furnizorul CE.

Rezultatul este schimbarea rezultată din programul implementat. Este efectul produs asupra indivizilor și a societății. Având în vedere exemplul menționat mai sus, rezultatul formării în domeniul competențelor digitale este numărul absolvenților care își găsesc locuri de muncă în acest domeniu. Identificarea rezultatelor poate necesita mai mult timp și resurse, dar este esențială pentru urmărirea impactului generat.

Educația comunitară ținește la o lume mai bună și, pentru aceasta, este vital ca CE să aibă impact asupra vieții oamenilor, iar în timp impactul este vizibil în întreaga societate. Acum apare o altă întrebare - cum poate un program să răspundă nevoilor comunității pentru a crea un impact relevant?



# PLANIFICAREA IMPACTULUI

În primul rând, pentru ca un furnizor CE să creeze un impact relevant pentru persoane și societate, trebuie să cunoască nevoile existente. Impactul va fi mai mare dacă nevoile identificate sunt reale.

Pentru a se asigura că programele furnizate sunt relevante pentru comunitate și că au capacitatea de a genera impact, înainte de a lansa un program de educație comunitară, organizația ar trebui să efectueze o evaluare a nevoilor.

Când evaluați nevoile, începeți prin a răspunde la câteva întrebări:

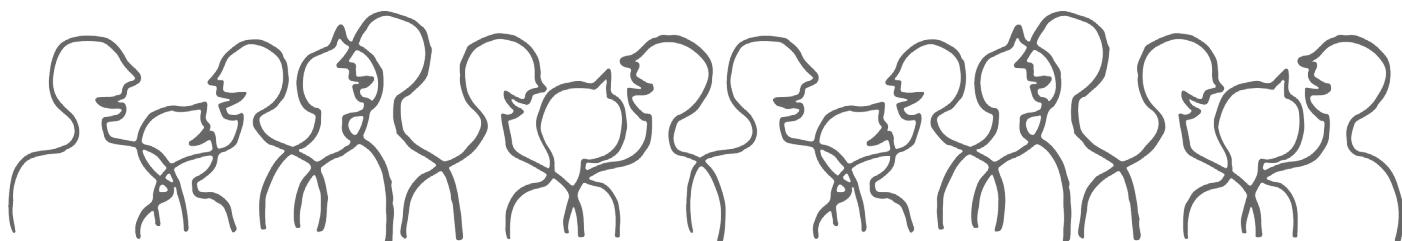
- Ce probleme am identificat până acum în cadrul comunității în care activez?
- Ce probleme au identificat alții până acum în cadrul comunității în care suntem cu toții activi?
- La ce soluții m-am gândit până acum?
- Ce soluții nu am avut în vedere/nu m-am gândit până acum?
- În ce moduri abordarea acestor probleme este conectată la misiunea mea?
- Ce probleme pot eu, ca furnizor de educație comunitară, să abordez?

Aceste întrebări vor oferi o idee mai clară despre care sunt cele mai mari probleme din comunitate și care sunt cele pe care organizația noastră le poate aborda sau la care pot încerca să răspundă.

În funcție de dimensiunea proiectului, părțile implicate în evaluarea nevoilor pot varia foarte mult: oameni din organizația în care sunteți angajați (de exemplu, membri ai personalului, beneficiari direcți ai programelor curente etc.) și din cadrul comunității în sine (de exemplu, reprezentanții publici, diverse instituții și ONG-uri, cetățeni activi etc.).

După colectarea acestor date, următorul pas este să evaluăm și identificăm care sunt de fapt aspectele la care este nevoie să lucrăm/pe care să ne concentrăm. De exemplu: o rată mică de participare la ore ar putea fi un indicator al lipsei de metode pedagogice interactive și adecvate, o rată mare de intimidare între adolescenți ar putea dezvălui absența încrederii în sine sau probleme familiale.

Luând în considerare acest lucru, este asigurat faptul că educația comunitară va avea un impact mai mare, întrucât se adresează nevoilor relevante pentru membrii comunității, care în timp vor dezvălui o schimbare în atitudinile, abilitățile și cunoștințele

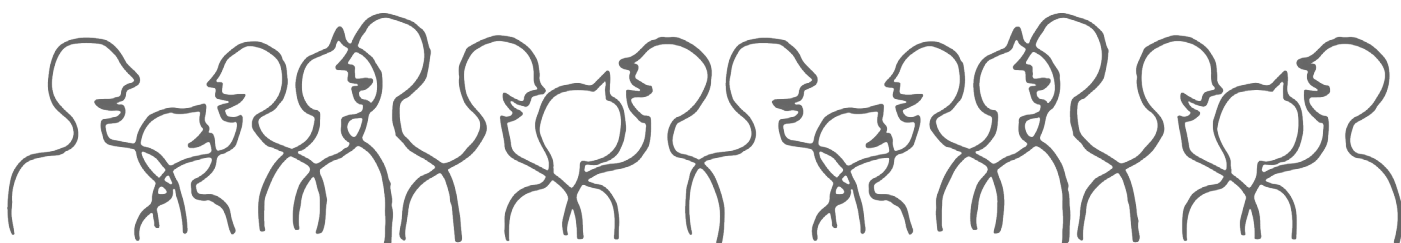




lor și, prin urmare, vor avea un impact asupra comunității și a membrilor acesteia.

După cum am menționat mai sus, impactul individual merge mână în mână cu impactul dorit la o scară mai mare. Educația comunitară urmărește să fie relevantă la nivel local pentru a influența pozitiv toată regiunea. Astfel, în timp (care ar putea fi chiar după generații) impactul este observat la nivel național. Urmând același tipar, care se extinde de la nivel local la regional și la nivel național, impactul poate fi generat la nivel internațional. Rețineți că rezultatul pe termen lung este o sumă a rezultatelor pe termen scurt, care sunt dovada că programele au fost gestionate în mod eficient în ceea ce privește calitatea inputurilor implicate în întregul proces.

Aceasta înseamnă o aliniere puternică a valorilor, un stil de viață mai echitabil, oportunități egale și, până la urmă, o comunitate mondială puternică bazată pe pace și înțelegere. Dar pentru a reuși, furnizorii de CE nu pot funcționa singuri. Au nevoie de implicarea altor părți interesate, a celor care promovează aceleași valori și care au interesul să creeze același impact și rezultate. Când planificați impactul la o scară mai mare, sprijinul celorlalți are o contribuție importantă. Toate tipurile de cooperare și parteneriate sunt influente și pot fi declanșatorii unei reacții în lanț răspândite în regiune, națiune sau lume.



# ANALIZAREA IMPACTULUI

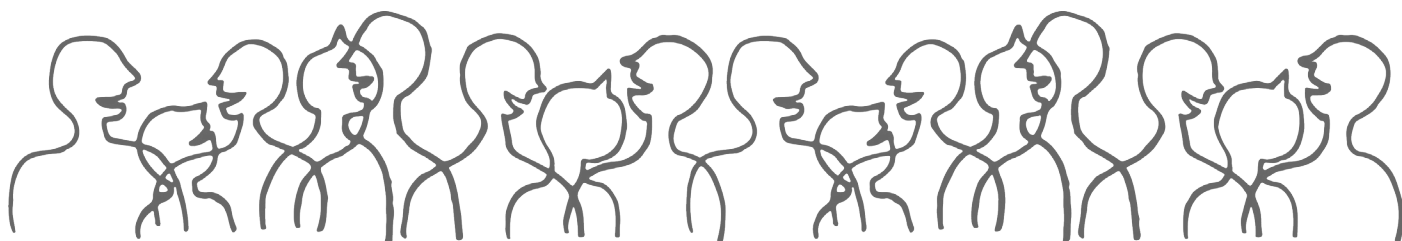
Acest proces de analiză a impactului este conectat cu o serie de proceduri de la statistici și marketing la evaluarea directă. În funcție de particularitățile proiectului și de impactul planificat în etapa incipientă, analiza efectelor are un grad diferit de complexitate și se poate face pe baza a două tipuri de date:

- **Calitativ** - se referă la utilizarea materialelor lingvistice, care sunt considerate afirmații evidente ale impactului asupra individului și asupra societății. De exemplu, testimonialele - ele dezvăluie sentimente, stări sufletești, schimbări ale comportamentului etc., care nu pot fi exprimate prin numere. Cu toate acestea, există un dezavantaj: această metodă evaluează impactul pe baza subiecților.
- **Cantitativ** - subliniază ideea că numerele sunt indicatori relevanți pentru a trage concluzii generale. De exemplu, numărul de participanți la un atelier de interacțiune om-animal, care după atelier au implementat un proiect în comunitate urmând același subiect. Dezavantajul constă în faptul că generalizarea se bazează numai pe numere, fără nici o perspectivă personală. This process of impact analysis is connected with a series of procedures from statis

Cea mai bună metodă de a măsura impactul educației comunitare este realizarea ei în ambele moduri: atât calitativ cât și cantitativ. Datele cantitative vor oferi o viziune generală, în timp ce datele calitative vor consolida și aprofunda analiza. Acest lucru va permite accesul la informații obiective și, de asemenea, la cele subiective. Combinarea ambelor perspective va asigura o evaluare mai realistă a impactului.

Pentru a asigura o analiză calitativă completă, furnizorul CE ar trebui să inițieze întâlniri de evaluare față în față în timpul implementării programului și la finalizarea acestuia. Un lucru suplimentar, dar necesar, ar fi realizarea unei sesiuni de evaluare cu grupul sau lansarea unui chestionar de feedback, astfel încât toți participanții, inițiatorii și părțile interesate să își poată exprima opinia.

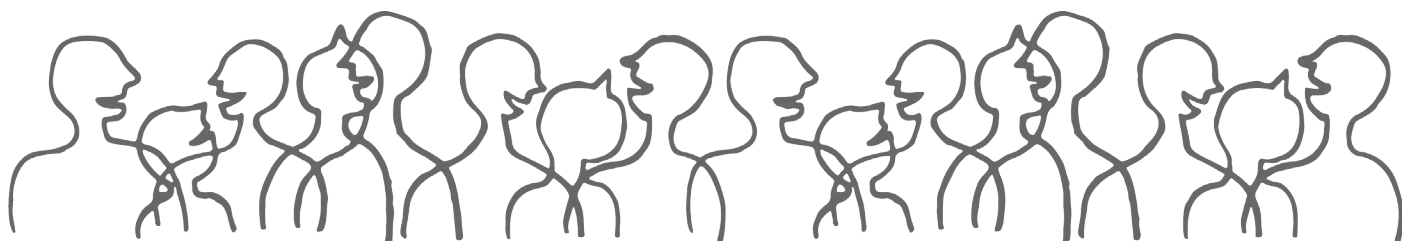
Dacă este posibil, observarea beneficiarilor pe parcursul tuturor etapelor ale programului ar reprezenta o contribuție relevantă. În primul rând, furnizorul CE ar putea colecta informații privind starea înainte de implementare. Acest lucru este obligatoriu pentru a permite analiza comparativă a progreselor într-o etapă ulterioară. Aceasta este urmată de o observație cel puțin o dată în timpul proiectului. În cele din urmă, ultima evaluare este efectuată și cu cât se



face mai târziu, cu atât impactul poate fi considerat mai puternic.

Indicatorii cantitativi relevă îmbunătățirile bazate pe numere. Cu cât este mai mare grupul de elemente analizate, cu atât concluzia este mai puternică. Acești indicatori ar trebui să țină seama de o perioadă mai mare de timp. De exemplu, un profesor decide să schimbe metodele utilizate la predarea Istoriei. Impactul inițiativei lor se poate reflecta asupra numărului de studenți care și-au îmbunătățit cunoștințele (și poate note). Pentru aceasta, profesorul ar trebui să facă o comparație între notele fiecărui elev înainte și după punerea în aplicare a ideii sale.

În concluzie, folosirea atât a datelor calitative, cât și cantitative va permite o măsurare mai realistă, cu consecința pozitivă a obținerii celei mai bune viziuni asupra impactului educației comunitare. Odată măsurat impactul, noi inițiative pot fi inițiate, dar cu o bază mai puternică, relevantă și adaptată.



# IMBUNATĂȚIREA IMPACTULUI

Motivul principal pentru măsurarea impactului programelor de educație comunitară este faptul că mai multe cunoștințe înseamnă acțiuni mai bune întreprinse și rezultate mai bune. Astfel, impactul este îmbunătățit în timp datorită analizei efectuate anterior.

Cu toate acestea, există mai multe motive suplimentare pentru măsurarea impactului educației comunitare:

- să monitorizeze proiectul pentru deciziile viitoare - acest lucru ar trebui să se facă pe parcursul întregului proces de implementare, pentru a se asigura că activitățile rămân în parametri necesari. Efectuarea unei monitorizări active va constitui o contribuție utilă atunci când luați alte decizii. În același timp, impactul măsurat în proiectele trecute reprezintă un instrument puternic de prevenție - furnizorul CE va ști ce să facă pentru a evita greșelile anterioare;
- pentru a vedea progresul - impactul creat este un indicator pentru progresul proiectului. Dacă impactul este mare, înseamnă că programul CE merge pe o cale bună, urmând planul de impact sau chiar depășindu-l;
- pentru a vedea impactul pe termen

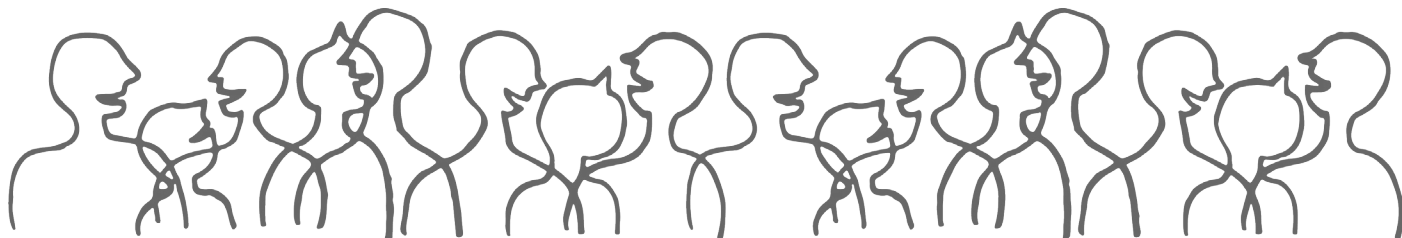
lung, măsurându-l periodic - colectarea datelor referitoare la progresul proiectului ar trebui să se facă în mai multe etape ale proiectului - înainte, în timpul și după. Acest proces trebuie repetat periodic în timpul dezvoltării fiecărui program, pentru a compara același grup, dar în momente și contexte total diferite.

- exemplu: 4 ani la rând, același grup de 10 copii a luat parte la două programe educaționale diferite, cu scopul de a le crește accesul la educație. Datele colectate la începutul, în timpul și la sfârșitul primului proiect sunt comparabile cu cele colectate din cel de-al doilea proiect, grupul elementelor analizate rămâne același, dar competențele lor au modificări în comparație cu primul program CE de care au beneficiat ;

- pentru a dovedi valoarea proiectului - aceasta este relevantă pentru două categorii principale:

- sponsorii, investitorii sau donatorii analizează rezultatele și impactul programelor anterioare înainte de a lua decizia de a investi într-un viitor program CE

- cetățenii au încredere în eficacitatea unui program văzând impactul programelor

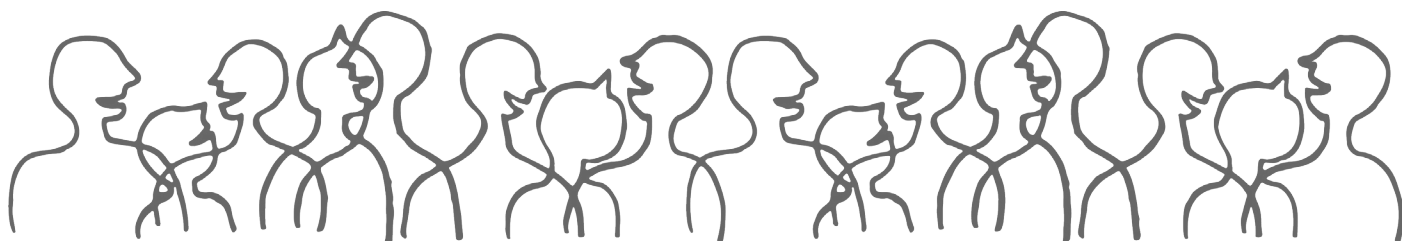


anterioare similare sau dezvoltate de aceeași entitate (ONG-uri, instituții publice etc.)

- sensibilizarea - chiar dacă oamenii fac parte din aceeași comunitate, cunoștințele lor cu privire la nevoile existente variază foarte mult. Astfel, este important să le oferim exemple specifice bazate pe datele culese din programele anterioare. Acest lucru va facilita accesul la informații și va asigura o mai bună înțelegere a temelor;
- pentru a dezvolta/îmbunătăți cele mai bune practici - a arăta că munca depusă în trecut poate fi o sursă de inspirație pentru alte entități din același sector. Pe de o parte, îi poate motiva să ia măsuri și, pe de altă parte, îi inspiră să facă o muncă mai bună, cu rezultate mai bune și cu un impact mai puternic;
- pentru a contribui la cercetarea socială - din păcate, datele găsite în acest domeniu au multe probleme (de la lipsa informațiilor la surse nesigure). Prin urmare, măsurarea impactului, colectarea de date cantitative și calitative sunt relevante pentru o categorie largă de consumatori, unii dintre ei fiind cercetători în domeniul social;
- să pună în valoare activitatea ONG-urilor - încrederea în sectorul ONG-urilor poate crește doar prin a continua să arate rezultatele, impactul și crearea de noi parteneriate valoroase pentru co-

munitate și pentru educația comunitară

- pentru a menține și crește motivația - se referă la persoane direct implicate, precum și la alte persoane. În primul rând, prin măsurarea impactului și identificarea poziției/statutului său, întreaga comunitate este informată despre schimbările pozitive care se întâmplă la nivel local, regional, național sau chiar internațional. În acest fel, mai multe persoane sunt motivate să se alăture acțiunilor legate de educația comunitară, să le dezvolte sau să le sprijine în moduri diferite. În al doilea rând, motivația furnizorilor de CE este esențial să fie menținută la un nivel superior, deoarece ei sunt cei care furnizează aceste programe. Văzând rezultatele și impactul muncii lor este un instrument valoros în găsirea de noi resurse și a motivației interioare și o motivație pentru a continua;
- evaluarea persoanelor implicate - implicarea fiecărei persoane, coordonator,



manager de proiect sau voluntar este esențială pentru desfășurarea programului CE. Cu toate acestea, munca prestată de aceștia trebuie evaluată constant. Un indicator pentru eficacitatea muncii lor este impactul proiectului la care lucrează. Desigur, pot exista și alți factori care au influențat progresul proiectului, dar este totuși relevant pentru evaluarea și autoevaluarea capacităților, cum



ar fi: managementul resurselor, managementul timpului, comunicare, flexibilitate, adaptare, inițiativă, dedicare etc .;

- pentru a valorifica munca voluntarilor - ca orice altă parte implicată în program, voluntarii sunt interesați și de impactul obținut. Până la urmă, acesta este motivul pentru care se implică, pentru a face o schimbare. Ar trebui să fie întotdeauna tratați ca o piesă relevantă din puzzle. Trebuie recunoscut rolul lor cheie, iar una dintre modalitățile de a face asta este prin a arăta recunoștință pentru contribuția lor la crearea impactului dorit.





# COMMUNITY EDUCATION ARE UN IMPACT

Aici sunt câteva exemple particulare de programe de educație comunitară și impactul observat asupra indivizilor și a societății. Aceste programe au fost colectate de la 5 ONG-uri din 5 țări diferite, care au lucrat la dezvoltarea conținutului acestei cărți pe baza experienței lor.

Distribuirea alimentelor este un program care angajează toate categoriile de cetățeni cu scopul de a reduce risipa de alimente și de a-i ajuta pe cei care au nevoie. Acest lucru reunește oameni din medii socio-economice diferite și le arată o nouă perspectivă a implicării în comunitate.

Impactul creat pe diferite niveluri:

- individual: conectarea oamenilor, prevenirea singurătății;
- societate: toleranță, deschidere pentru diversitate și incluziune și asigurarea unei vieți mai sustenabile.

Consilierea personală este un program dezvoltat pentru persoanele care au nevoie de îndrumare în diferite momente din viața lor, dar care din multe motive nu ar avea acces la el. Întâlnirile de consiliere creează un spațiu sigur pentru ca beneficiarii să se

deschidă, să caute răspunsuri și să devină mai încrezători în propriile atuuiri.

Impactul creat pe diferite niveluri:

- individual: abilitare, încredere în sine, proactivitate;
- societate: cetățenie activă, empatie, incluziune.

Ateliere educaționale pentru persoanele cu condiții fizice/mentale speciale sunt organizate întrucât aceștia se confruntă cu excluderea socială și economică. Aceste ateliere sunt menite să le ofere un set de abilități necesare pentru a obține o profesie - în principal asistenți de magazin sau creatori de handmade.

Impactul creat pe diferite niveluri:

- individual: abilitare, încredere în sine, abilități de viață;
- societate: cetățenie activă, empatie, incluziune.

Asistența la teme prin programe zilnice este menită să dea o mână tinerilor dintr-un context socio-economic dificil, care se află



în pericol din cauza condițiilor în care trăiesc. Sprijinul în învățare este crucial pentru că în majoritatea cazurilor este singura lor șansă de a rămâne în sistemul educațional. Fără acest ajutor și această grijă, ei tind să abandoneze/renunțe la școală.

Impactul creat pe diferite niveluri:

- individual: emancipare, motivație, educație;
- societate: cetățenie activă, angajare.

Căutătorul de prieteni este un proiect prin care cetățenii locali sunt în contact cu solicitanții de azil minori. Prin această legătură, cei doi tineri sunt încurajați să dezvolte o prietenie autentică, ambele părți aflând despre diversitate și mergând mai departe decât limitele limbii sau etniei.

Impactul creat pe diferite niveluri:

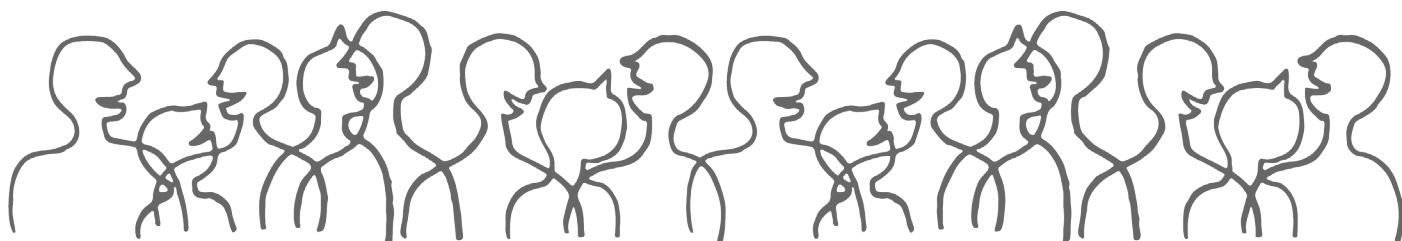
- individual: îndrumare, deschidere, apartenență;
- societate: cetățenie activă, integrare.

Taberele de vară pentru copii cu probleme de sănătate sunt un program conceput astfel încât beneficiarii să aibă șansa de a experimenta activități la care, în mod normal, nu ar avea acces. Programul implică o mulțime de activități în aer liber, care sunt adaptate pentru siguranța și distracția copiilor.

Impactul creat pe diferite niveluri:

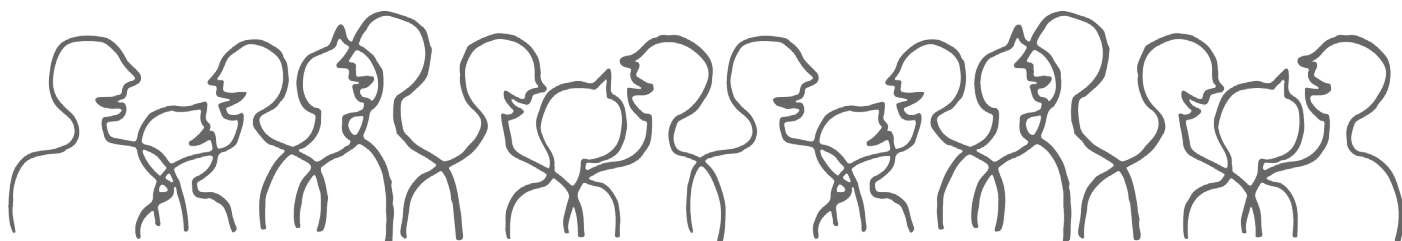
- individual: fericire, încredere în sine, pozitivism;
- societate: cetățenie activă, incluziune.

Toate acestea, și multe altele, sunt posibile cu ajutorul voluntarilor. Ei sunt un element cheie în programele de educație comunitară și o dovadă a impactului lor. Datorită implicării lor, mai multe comunități pot beneficia de programele sau serviciile oferite. Prin propria implicare, voluntarii înșiși beneficiază de educația comunitară, dar dintr-o perspectivă diferită - își asumă responsabilitatea de dragul comunității, având un impact și asupra propriilor lor personalități.



## CAPITOLUL VI

**CUM SA INSPIRI ONG URILE SA  
FOLOSEASCA CE, SA INVETE DIN  
CONCLUZIILE NOASTRE SI SA  
INTELEAGA IMPORTANTA PR-ULUI,  
PROMOVARII SI A DISEMINARII CE LA  
NIVEL LOCAL SI EUROPEAN**



Conform definiției Educației comunitare (a se vedea capitolul 1), implicarea civilă este fundamentul educației comunitare. CE este, de asemenea, necesară pentru educarea tuturor membrilor unei comunități pentru a atinge o calitate mai bună a vieții și o societate mai coezivă. Pe lângă inițiativele individuale, ONG-urile sunt printre cei mai importanți furnizori de CE. Programele lor de CE aduc o contribuție importantă și unică sistemului de învățământ, întrucât ajung la participanți și grupuri țintă rar înscrise în programe educaționale formale și/sau la care ajung instituțiile formale de învățământ. De obicei, ONG-urile au mai mult succes în a ajunge la participanții care nu sunt țintiți de instituțiile profesionale de învățământ. Acest lucru se întâmplă deoarece de obicei nu există bariere de acces: oricine poate participa, mediul de învățare este mai puțin formal, iar ofertele educaționale se bazează pe nevoile și situația comunității.

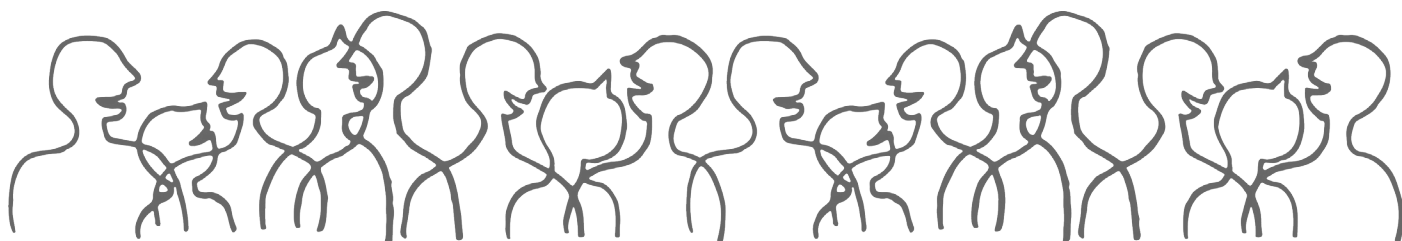
Mai ales centrele de voluntariat, centrele din cartier și centre interculturale și alte ONG-uri la nivel local ajung la o gamă largă de cetățeni din comunitatea lor și sunt capabili să-i motiveze să participe la activități (de voluntariat) și la oportunități gratuite de învățare și formare. În acest fel, programele CE îmbunătățesc nu numai capacitatea indivizilor și a grupurilor de toate vârstele și din toate mediile, ci și capacitatea și sustenabilitatea comunităților.

Am aflat că, în multe cazuri, ONG-urile nici măcar nu sunt conștiente de faptul că

o mare parte din activitatea lor este CE. Deoarece nu sunt conștienți de o contribuție valoroasă, uneori ratează oportunitățile de a se promova ca furnizori de educație importanți, demni de sprijin.

Prin urmare, recomandăm ONG-urilor să:

1. Afle care dintre proiectele și activitățile lor pot fi etichetate drept „programe și activități CE”.
2. Ia în considerare motivele, de ce și cum ar putea ONG-urile lor să beneficieze de CE.
3. Afle ce tip de inspirație este necesar, pentru a începe implementarea programelor și proiectelor CE în cadrul propriei organizații.
4. Identifice modalitățile de a detecta rezultatele relevante și de a le documenta într-o formă inteligibilă și inspirațională
5. Dezvolte idei și strategii pentru promovarea programelor și activităților lor CE și diseminarea rezultatelor și a factorilor de succes, pentru a inspira și pe alții să le copieze. În acest fel sunt capabili să ajungă la mult mai multe persoane care să beneficieze de munca lor.
6. Se gândească la diferite formate și concepte ale programelor și proiectelor CE și să identifice nevoile, abilitățile, capacitățile și oportunitățile lor pentru a începe propriile programe și proiecte CE.



## CARE DINTRE PROIECTELE SI ACTIVITATILE TALE POT FI CONSIDERATE “PROGRAME SI ACTIVITATI CE”?

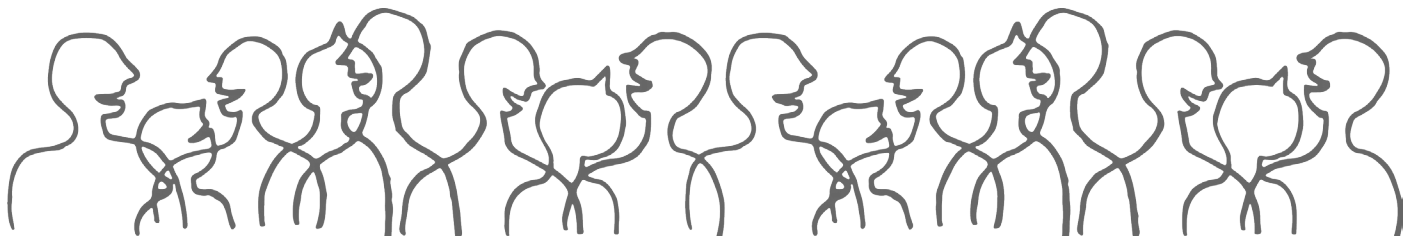
Așa cum s-a spus în capitolul unu, CE își are rădăcinile în ideea că oamenii pot învăța prin, cu și unii de la alții, pentru a crea o „lume mai bună” printr-o comunitate mai bună. Deci orice program, proiect sau activitate care creează oportunități de învățare pentru toți membrii comunității poate fi etichetat ca „program sau activitate CE”. De obicei, acestea abordează o nevoie specifică sau o problemă detectată în cadrul comunității locale și membrii acesteia (cetățeni locali, organizații sau instituții).

Doar priviți colecția noastră de bune practici din acest eBook (a se vedea capitolul 7): chiar și aceste câteva exemple evidențiază marea varietate de oportunități de învățare prin CE:

- În „Grădina urbană intergenerațională” ceahă, persoanele în vârstă, care de obicei nu prea au contact cu generația tânără, se întâlnesc cu copii regulat. Copiii învață despre munca în grădină, care nu este predată la școală și cei mai mulți dintre ei nu au ocazia să exerseze altfel.
- Rromii se confruntă cu multe discriminări în Ungaria. „Tururi de plimbare în cartier” prin districtul de rromi, organizat și îndrumat de rromi, încearcă să schimbe

prejudecățile negative cu privire la rromii din Ungaria, oferind participanților posibilitatea de a vedea viața comunității prin ochii lor, auzind partea lor de poveste, fiind capabili să comunice deschis și cu puțin noroc să depășească stereotipurile și comportamentul discriminatoriu.

- Proiectul german „Vorbește cu mine” face posibil ca tinerii refugiați să se întâlnească și să discute cu tineri germani. Prin întâlnirile regulate, refugiații implicați își îmbunătățesc abilitățile de limbă germană, înțeleg cultura germană (a tineretului) și se formează prietenii.
- Proiectul românesc „EVSification” oferă o pregătire calificată pentru a fi activ în domeniul managementului voluntarilor EVS, pentru a îmbunătăți activitatea și serviciile pentru voluntarii internaționali.
- Proiectul austriac „Cina împreună” abordează nu numai problema risipei de alimente, ci și susține dezvoltarea unei „identități de cartier” într-o zonă defavorizată, un loc unde membrii comunității sunt bineveniți și se întâlnesc.
- În Finlanda, „Language Café”, organizat de voluntari internaționali, permite vizitatorilor să ia parte la sesiuni de învățare a unei limbi diferite și un pic despre diferitele culturi ale migrantilor, imigranților și refugiaților care trăiesc în oraș.



# DE CE SI CUM AR PUTEA BENEFICIA ONG-UL TAU DE EDUCATIA COMUNITARA?

Pentru a-i convinge pe ceilalti, dar si pe toata lumea din propria organizatie sa participe sau sa organizeze programe si activitati de educatie comunitara, trebuie sa le explicati ce beneficii le-ar putea aduce astfel de programe si activitati.

Iata cateva beneficii pe care le-am experimentat:

- Invatati lucruri noi, care v-ar putea ajuta sa imbunatati situatia din propria comunitate.
- Veți lucra într-un mod mai profesionist
- Puteți crea parteneriate noi sau imbunatati parteneriatele cu autoritatile si institutiile locale, deoarece veți oferi solutii la nivel de comunitate
- S-ar putea sa obtineti resurse umane suplimentare si/sau imbunatate: participantii la programul sau activitatea voastra s-ar putea alatura sau ar putea sa faca voluntariat pentru voi si/sau participantii propriei organizatii pot dobandi noi abilitati, competente sau know-how
- CE ar putea consolida identitatea organizatiei
- Veți implica cetatenii în procesul de participare si luarea deciziilor
- S-ar putea sa gasiti parteneri noi pentru cooperare si sprijin
- Prin furnizarea de programe si activitati CE utile veți castiga o reputatie noua sau imbunatatita ca „rezolvator de probleme (en: problem solver)” (construirea imaginii!). S-ar putea sa fiti privit ca un factor important în construirea comunitatii.
- Participarea la programele CE poate duce la o mai mare motivatie în rândul personalului si voluntarilor.
- Veți activa persoane (noi) pentru a furniza servicii pentru comunitate, în special persoane la care institutiile formale ajung cu greu.

Pentru a rezuma: ONG-urile pot obtine o multime de avantaje prin implementarea Educatiei Comunitare în programele si activitatile lor.



## CUM POATE UN ONG SA FIE INSPIRAT IN ASA FEL INCAT SA INCEAPA SA IMPLEMENTEZE PROGRAME SI PROIECTE CE IN PROPRIA ORGANIZATIE?

Gândiți-vă la toate avantajele care pot rezulta din programele și activitățile CE: acces la cunoștințe și informații mai multe și gratuite, mai bine calificat și implicat și/sau noi voluntari, susținători și membri ai personalului, soluții la problemele existente la nivel de comunitate, noi rețele, parteneri și cooperări, noi servicii și oportunități și o imagine mai bună în comunitate. Numai asta ar trebui să inspire și să motiveze ONG-urile să înceapă propriul program CE.

Dar înainte de a începe propriul program și activitatea CE, există anumite lucruri pe care le-ați putea lua în considerare, care vor crește motivația:

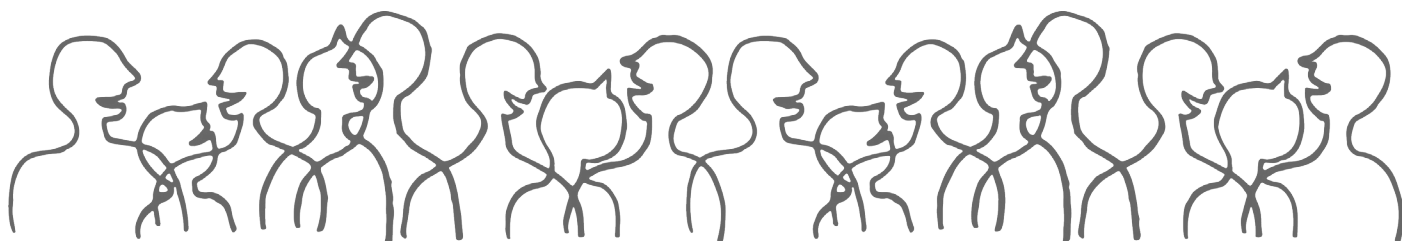
a) Trebuie să fii tu însuși inspirat și motivat pentru implementarea programului și activității CE. Dacă nu ești inspirat și motivat, nu îi vei putea inspira sau motiva pe alții. Cu cât ești mai inspirat și motivat, cu atât îți va fi mai ușor să motivezi și să îi inspiri pe alții și publicul larg și să găsești susținători și sponsori. Există un citat frumos despre acest lucru de la Aurelius Augustinus: „Ceea ce doriți să aprindeți în alții trebuie să simțiți mai întâi arzând în voi înșivă.”

b) Dacă ești extrem de motivat, vei găsi modalități noi și inovatoare de a-ți realiza ideile. Motivația duce la inovație și invers.

c) Gândește-te la o problemă sau o nevoie în propria comunitate, care poate fi abordată prin CE. Dacă programul sau activitatea voastră de CE ajută direct la rezolvarea unei probleme la nivel local, atunci motivația de a participa va crește, iar un astfel de nivel ridicat de motivație vă va ajuta să continuați.

d) Nu trebuie să reinventați roata: Există un program sau activitate CE existentă care vă place foarte mult și doriți să aveți în propria comunitate? Nu trebuie să crezi ceva complet nou, dacă există deja soluții bune. Mai ales la început, este mult mai ușor să copiați ceva care a funcționat bine în altă parte și este deja testat ca proiect pilot. Acest lucru vă va economisi timp, resurse și energie.

e) Căutați și colaborări la nivel european: nu numai în regiunea sau în țara ta există programe și activități CE minunate. Poți găsi alte ONG-uri care lucrează într-un domeniu similar cu al tău, care au deja practici bune pe care le poți copia. De exemplu, partenerii din acest proiect VOICE s-au inspirat reciproc și am copiat proiecte și programe de la partenerii noștri. Este foarte inspirațional să lucrezi la nivel european și să obții o mostră din ceea ce ar putea fi UE.



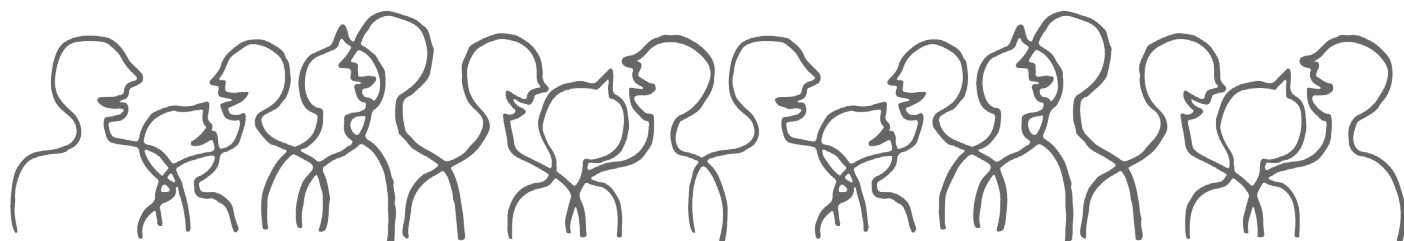
# CUM SA IDENTIFICI REZULTATELE RELEVANTE SI SA LE DOCUMENTEZI ÎNTR-O FORMA INTELEGIBILA SI INSPIRATIONALA?

Ține-ți ochii și urechile deschise: dacă din ce în ce mai mulți oameni oferă feedback pozitiv programelor și activităților tale CE, dacă informațiile despre ele sunt răspândite mult prin recomandări personale și „din gură în gură”, dacă oamenii și mass-media vorbesc despre asta, dacă rata de participare crește, dacă alte organizații vă contactează și vă propun să cooperați, dacă programele și activitățile dvs. sunt copiate: atunci știți că programul și activitățile dvs. au succes.

Pentru a afla de ce au succes, întrebați participanții, formatorii, personalul implicat și partenerii în mod regulat: Ce ți-a plăcut la aceasta? Ce ai învățat și cum folosești aceste cunoștințe noi? Care este beneficiul? Folosiți aceleași întrebări/chestionar și înregistrați răspunsurile într-un mod structurat. Și dacă aveți răspunsul, este important să înregistrați rezultatele într-un fel, ca alții să le poată copia sau adapta cu ușurință la programul sau activitatea lor.

Scrieți-o ca rețetă: mai întâi enumerați toate ingredientele necesare, modalitatea de implementare a acestora și recomandări, precum și avertismente pentru a fi un succes. Colectați citate și comentarii de la diverși participanți, formatori, parteneri, membri ai personalului: acest lucru va face descrierea mai autentică, de încredere și mai interesantă de citit.

Nu uita niciodată să faci poze și videoclipuri de bună calitate în timpul programelor și activităților tale CE: o poză poate spune de o mie de ori mai mult decât niște cuvinte: vizualizează-ți proiectul! Încercați să faceți să pară și distractiv, folosiți metoda gamificării: acest lucru motivează și inspiră oamenii să participe sau să copieze activitățile. Adăugați informații despre alte resurse și referințe conexe și oferiți datele de contact pentru informații suplimentare.





# CUM ÎTI POTI PROMOVA MUNCA CE SI SA DISEMINEZI REZULTATELE SI FACTORII DE SUCCES AI PROGRAMELOR SI PROIECTELOR TALE CE?

ONG-urile trebuie să opereze și să fie gestionate în interes public. Acestea trebuie să își comunice scopurile și obiectivele pentru a: a) construi o imagine, b) menține vizibilitatea, credibilitatea, responsabilitatea și creșterea, c) strânge fonduri și susținere, d) găsi voluntari, personal, participanți și beneficiari. Oamenii trebuie să știe că ONG-ul tău există, ce faci, pentru cine faci și de ce faci. Prin urmare, activitatea de PR și promovare, precum și activitățile de relaționare și diseminare joacă în mod clar un rol esențial în activitatea ONG-urilor.

Pentru a avea o comunicare de succes, ONG-urile trebuie să:

a) construiască mai întâi o imagine: Ce înseamnă organizația noastră? Care este identitatea noastră? Care este misiunea noastră? Care sunt principiile noastre de bază? De ce facem CE? Și de ce suntem experți în CE?

b) fie clare cu privire la obiectivele, precum și mesajele de bază și informațiile despre activitatea lor de CE

c) identifice grupurile lor țintă: pe cine vreau să participe la programele și activitățile mele CE și cine m-ar putea susține, informându-se și activându-le?

d) înțeleagă cum funcționează comunicarea internă și externă

e) cunoască și să aleagă modalitățile și metodele de comunicare adecvate

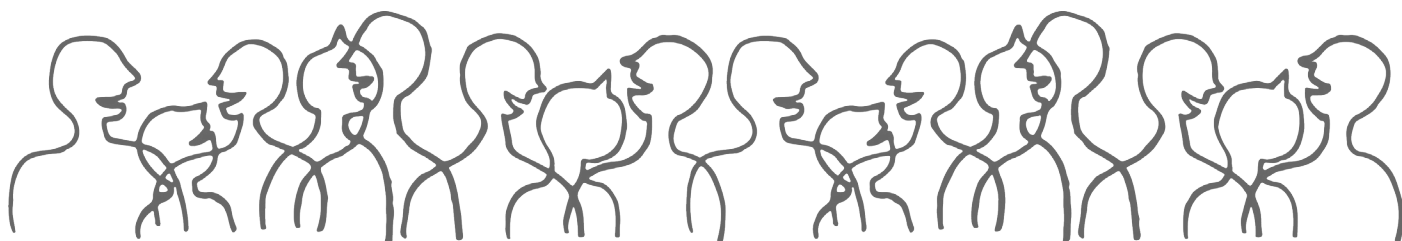
f) relaționeze

g) disemineze rezultatele și factorii de succes ai activității CE, astfel încât lucrările CE să aibă un impact mult mai larg.

Din păcate, diferitele grupuri țintă au canale și metode de comunicare și informare diferite. În capitolul 6.6. și subcapitolele sale vă vom oferi, de asemenea, câteva idei despre cum să vă îmbunătățiți imaginea, munca de comunicare internă și externă și cum să folosiți mai eficient munca de PR, marketing și promovare, evenimentele de relaționare și activitățile de diseminare.

## CONSTRUIREA IMAGINII

Pentru un ONG, vizibilitatea este esențială. Doar cei care sunt prezenți în public și ale căror preocupări sunt înțelese și susținute de un număr mare de oameni au șansa de a-și crea o imagine și de a obține astfel un succes pe termen lung. Aceasta înseamnă



că ONG-urile trebuie să-și construiască o imagine: Ce înseamnă organizația mea? Care este identitatea noastră? Care este misiunea noastră? Care sunt principiile noastre de bază? Construirea imaginii este esențială și pentru comunicarea internă și externă, astfel încât comunicarea să fie coerentă.

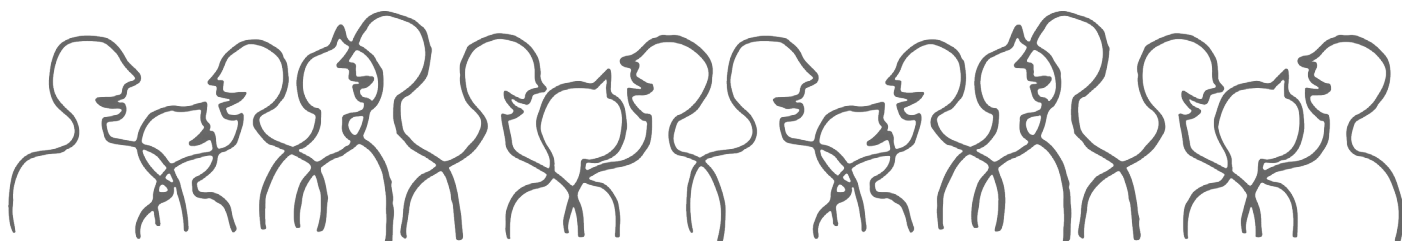
Adesea, ONG-urile trebuie să cultive nu o singură imagine, ci mai multe diferite în funcție de activitățile lor de bază. De exemplu: De ce facem CE? Și de ce suntem experți în CE?

Un ONG trebuie să dețină cel puțin patru imagini coerente:

- Prima imagine este destinată grupului țintă: Grupul țintă pe care îl aveți în minte trebuie să simtă că vă adresați lui și că este înțeles, astfel încât să fie dispuși să participe sau să coopereze. Aici trebuie luate în considerare nevoile speciale în comunicare. Un ONG care, de exemplu, este dedicat persoanelor în vârstă trebuie să ia în considerare alte aspecte decât unul care se dedică tinerilor. (de exemplu: programele de gimnastică trebuie adaptate la condiția fizică ...)
- A doua imagine este destinată suport-erilor, sponsorilor și posibililor clienți: aceștia trebuie informați direct prin diverse canale despre ce se întâmplă cu investițiile lor în ONG-uri și, prin urmare, în societate. Rapoartele anuale, publicațiile, procesele verbale,

vizitele, sponsorizarea evenimentelor etc. fac parte din menținerea relației cu susținătorii financiari ai ONG-ului. Este foarte important să nu uitați niciodată să menționați sponsorii și susținătorii, indiferent dacă sunteți la apariții publice sau pe mail.

- A treia imagine este destinată angajaților: nu este important dacă sunt angajați, stagiari sau voluntari. Doar cei care se pot identifica cu obiectivele ONG-ului și simt că sunt pe mâini bune pot lucra eficient și cu motivație pe termen lung. Aici este important să știm cum este atmosfera de lucru, dacă angajații primesc suficient feedback, dacă sunt conștienți de orice dezavantaje și, dacă nu, dacă pot vorbi despre ele și să ia activ măsuri pentru a minimiza inegalitățile și dezavantajele. Comunicarea internă este importantă, iar angajații sunt apreciați. Foștii angajați iau și ei o imagine cu ei și cu cât sunt mai mulțumiți, cu atât ONG-ul va avea mai puține probleme în atragerea de noi angajați.
- A patra imagine este poate cea mai generală: este imaginea publică a ONG-ului, însemnând imaginea pentru publicul larg: această imagine este cultivată în principal prin întâlniri față în față și apariții în diverse media. Media clasice, cum ar fi print, radio și televiziune, dar și mijloacele pe internet, cum ar fi un site web bun, Facebook, Twitter, Instagram,



LinkedIn, Youtube, bloguri și podcast-uri sunt canalele prin care publicul obține o imagine a ONG-ului.

Cu toate acestea, imaginea unui ONG trebuie să fie coerentă și holistică. Autenticitatea este esențială. Pe toate nivelurile (viziunea, atitudinea și comportamentul liderilor și personalului, tipul de activități, mesajele și informațiile oferite etc.), un ONG trebuie să acționeze coerent și autentic. Doar atunci cele 4 fațete diferite ale unei imagini se pot întrepătrunde. Dacă imaginea externă și imaginea internă nu se potrivesc, aceasta va deveni mai devreme sau mai târziu o problemă sau va duce la eșec sau neînțelegeri. Soluția este fie să fie remediate deficiențele, fie, dacă este necesar, să fie schimbată imaginea.

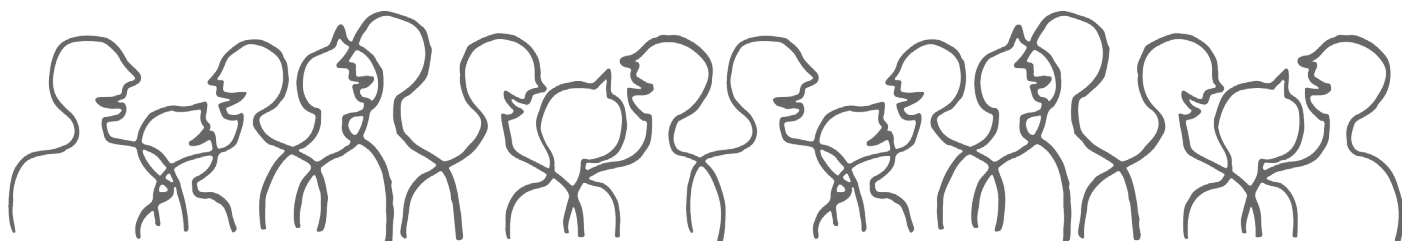
### **Exemplu:**

În fața crizei de refugiați din orașul lor, Passau, partenerul german „Gemeinsam leben & lernen in Europa” (GLL) a început o mulțime de programe și activități CE pentru refugiați și voluntarii care lucrează cu aceștia. Datorită activității sale bune în domeniu, acoperirii presei și prin câștigarea unui premiu de integrare, GLL a obținut o imagine de a fi o „organizație a refugiaților” și celelalte programe CE au fost folosite de mai puțini oameni (de exemplu, programe de învățare intergenerațională, implicarea tinerilor, programe europene de schimb de experiență).

Ce poate face un ONG, dacă se întâmplă ceva de genul acesta? În primul rând, gândiți-vă dacă aceasta este direcția în care vreți să meargă ONG-ul. Dacă da, investiți mai mult timp și energie continuând în această direcție. Dacă nu, gândiți-vă cum puteți îmbunătăți promovarea celorlalte programe CE sau inventați altele noi, cum să ajungeți la celelalte grupuri țintă prevăzute și cum puteți să îmbunătățiți strategiile voastre de comunicare internă și externă. Implicați liderii, personalul, voluntarii, membrii și vizitatorii în acest proces și identificați nevoile, dorințele și ideile lor (de exemplu, prin discuții față în față, sondaje, întâlniri de feedback etc.). Dacă ați făcut asta, adresați-vă mai exact diferitelor grupuri țintă și adaptați-vă imaginea publică în consecință.

## **MESAJELE DE BAZA ȘI INFORMAȚIILE TALE DESPRE MUNCA ÎN COMMUNITY EDUCATION**

Dar pentru a avea parte de un succes, toți acești oameni diferiți trebuie să-ți cunoască misiunea și să înțeleagă obiectivele ONG-ului tău. Toate ar trebui să vorbească cu o singură voce: înțelegerea și descrierea misiunii tale și ghidarea principiilor, activitățile curente, cunoașterea modului în care funcționează



organizația, astfel încât să fie transmise aceleași mesaje. Deci, fiecare organizație ar trebui să aibă o declarație scrisă și binecunoscută a misiunii, care este scurtă și concisă și comunică în mod clar esența modului în care își imaginează ONG-ul. Ar trebui să fie formulată ca un pitch: fiecare voluntar, membru, etc. ar trebui să poată susține aproape același discurs scurt și persuasiv timp de 20-30 de secunde, care să stârnească interesul pentru ceea ce face organizația ta.

## DEFINIȚIA ȘI INTELEGEREA GRUPURILOR ȚINTĂ

Pentru a identifica strategia de PR și promovare potrivită și pentru a promova ofertele CE și pentru a lucra cu succes, trebuie să identificați mai întâi grupul țintă și să fiți clar pentru ce aveți nevoie de ei: cine vreau să participe la programele și activitățile mele CE și cine m-ar putea susține, informându-i și activându-i?

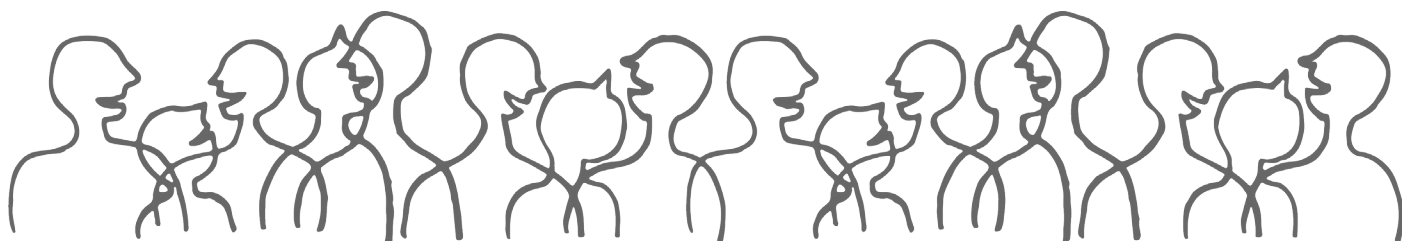
Prin urmare, grupurile voastre țintă principale sunt participanții (potențiali) ai programelor și activităților dvs. CE. Ar trebui să puteți să vă definiți clar participanții și să vă cunoașteți publicul potențial: Vreți să vă adresați persoanelor tinere, de vârstă mijlocie sau vârstnice? Ce fel de pregătire ar trebui să aibă? Doriți să ajungeți la persoane defavorizate și ce fel de grup dezavantajat aveți în

mente (șomeri, persoane cu dizabilități mentale sau fizice, migranți sau refugiați, abandon școlar și altele). Trebuie să aibă anumite abilități, competențe, interese sau nevoi? Ar trebui să vină din comunitatea locală sau pot veni și din diferite locuri? .... Cu cât definiți mai exact potențialii voștri participanți, cu atât vă puteți adapta strategiile de comunicare, promovare și marketing!

Grupurile voastre țintă secundare sunt oameni care v-ar putea susține în promovare și marketing, dar și în diseminarea muncii și a rezultatelor voastre bune. Sfatul nostru este să priviți mai întâi în propria organizație: aceasta este cea mai simplă modalitate de a găsi suporteri buni pentru cursul vostru. Implică-ți voluntarii și membrii personalului, membrii consiliului, membrii și organizațiile membre în procesul de achiziție. Dar și membrii familiei, prietenii și colegii vă pot susține. Dar, desigur, uitați-vă și în afara organizației tale: Cine m-ar putea susține?

Iată câteva exemple, care ar putea fi utile:

- a) alte ONG-uri, centre comunitare, care implică voluntari în activitățile lor sau sunt voluntari/centre interculturale/de cartier la nivel local, regional, național și UE
- b) finanțatori ai programelor CE, training-uri de voluntari (de exemplu, companii, finanțări, organe legislative și



factori de decizie, membri ai consiliului orășenesc sau municipal, membri ai parlamentului, deputați) la nivel local, regional și național

c) voluntari, practicanți ai CE și coordonatori voluntari la nivel local, regional și național

d) public general la nivel local/regional/național

e) organizații-umbrelă la nivel local, regional, național și UE

f) furnizori de educație (adulți) (școli, școli profesionale și furnizori de training-uri, furnizori de educație (adulți), universități)

Toate vă pot ajuta să răspândiți știrile despre ofertele și rezultatele voastre. În acest fel puteți găsi mai mulți participanți, dar puteți și să inspirați mai multe persoane pentru a copia programele și activitățile CE. În acest fel veți ajunge la mult mai multe persoane care vor beneficia de munca voastră.

Dar, desigur, nu este întotdeauna ușor să identificați de ce fel de multiplicatori veți avea nevoie și aveți la nivel local și ce instrumente de comunicare ar fi cele mai bune. Am învățat că cel mai bine este:

- Să vă documentați mai întâi despre structura politică și socială locală: care sunt cele mai importante organizații, instituții și persoane active în dome-

niul în care doriți să lucrați și cum să intrați în contact cu acestea?

- Informațiile sunt importante! Citiți ziare locale, postări de Instagram și Facebook, fiți la curent cu zvonurile
- Detectați oamenii, care ar putea și vă vor susține cursul
- Să aveți legături bune cu politicienii locali și cu factorii de decizie, dacă este posibil chiar la nivel personal
- Implicați și invitați autoritățile locale și persoane „relevante” la evenimentele voastre
- Invitați membrii tuturor partidelor și aveți grijă să nu fiți conectați prea strâns cu un singur partid politic. Fiind foarte strâns legat de o parte, poate conduce la riscul ca alte părți să nu sprijine organizația sau cursul vostru doar pentru că nu doresc să sprijine o altă parte „concurrentă”.
- Fiți conștienți de schimbările politicienilor, ale liderilor locali după alegeri
- Relaționați cu alte organizații active la nivel local și începeți cu colaborări la scară mică și activități comune mici pentru început
- Și desigur vizitați evenimentele altor organizații: acest lucru vă arată interesul și



respectul pentru activitățile lor, dar aceste evenimente pot duce, de asemenea, la noi oportunități de relaționare pentru voi

- Fiți un hub de relaționare: colectați informații și detalii de contact despre toți actorii relevanți din regiunea voastră, aveți o bază de date și răspândiți aceste informații dacă este nevoie. Dacă îi ajutați pe alții sau răspândiți informații utile și date de contact, oamenii își vor aminti de voi într-un mod pozitiv.

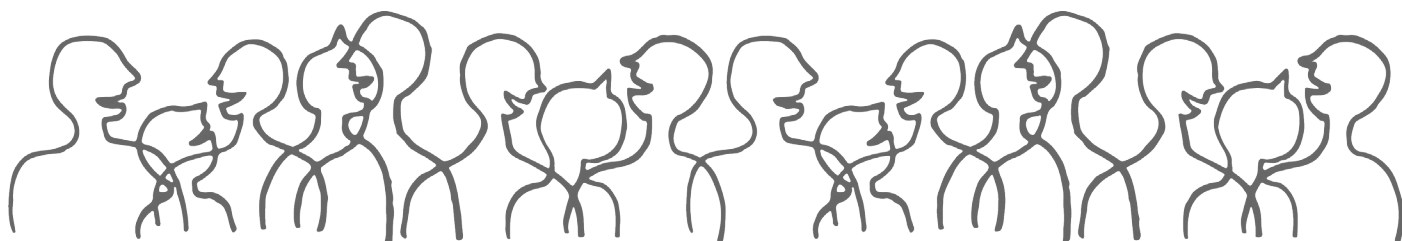
## INTELEGHERA SI ORGANIZAREA COMUNICĂRII EXTERNE

Pentru a-și atinge scopurile și obiectivele, fiecare organizație trebuie să mențină o relație cu alte organizații, instituții, părți interesate și publicul larg și să organizeze „comunicare externă”. Comunicarea externă înseamnă schimbul (formal sau informal) de informații și mesaje cu alte organizații, oficiali, clienți, factori de decizie, companii sau publicul larg din afara organizației proprii, precum și interacțiunea cu acestea.

Obiectivele comunicării externe sunt de a facilita cooperarea cu grupuri și persoane și de a prezenta o imagine favorabilă a organizației voastre, a serviciilor și produselor voastre către clienții/cumpărătorii actuali și potențiali

ai serviciilor și produselor voastre. Dar vă doriți și să vă adresați societății și să arătați impactul și beneficiile activităților, de ex. prin abordarea și oferirea de soluții posibile la provocările fundamentale ale societății.

Mai ales atunci când configurați un proiect în educația comunitară, este important să informați și să promovați proiectul și rezultatele/poveștile sale de succes înainte, în timpul și după implementarea acestuia. „Comunicarea în cadrul proiecte este un proces planificat strategic, care începe de la începutul acțiunii și continuă pe toată durata vieții, care vizează promovarea acțiunii și a rezultatelor acesteia. Necesită măsuri strategice și direcționate pentru a comunica despre (i) acțiunea și (ii) rezultatele acesteia unei multitudini de audiențe, inclusiv mass-media și public și, eventual, implicarea într-un schimb bidirecțional.” (Sursa: EC Research & Innovation Participant Portal Glossary/ Reference Terms).



## MODURI, METODE ȘI CANALE POTRIVITE DE COMUNICARE

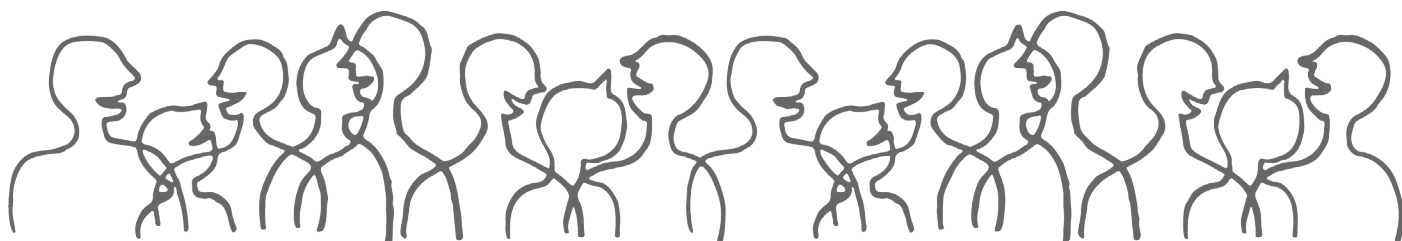
Pentru a ajunge la publicul dorit, trebuie să cunoașteți și să alegeți modalitățile și metodele de comunicare adecvate. Dar aceasta nu este o sarcină ușoară! De obicei, publicul vostru țintă este public multiplu dincolo de propria comunitate a proiectului, inclusiv media și publicul larg. Prin urmare, o varietate de canale pot fi potrivite pentru comunicarea externă pentru a capta atenția publicului vostru (potențial). Și un mix adecvat de instrumente de PR poate ajuta ONG-urile să se asigure că toate grupurile lor țintă sunt atinse în mod eficient.

Iată câteva idei pentru căi de comunicare externă:

- Întâlniri față în față,
- Dă o voce voluntarilor tăi (de exemplu, la conferință, ca testimoniale pe site-ul web și în publicații. De obicei, acest lucru funcționează foarte bine, iar informațiile sunt de obicei mai autentice și de încredere)
- Lucrările de presă și relațiile publice funcționează pentru presa scrisă sau difuzată (comunicate de presă, interviuri, conferințe de presă)
- Internet (site-uri proprii, informații cu

hyperlink spre alte site-uri web) și social media (Facebook, Instagram, Youtube, bloguri, podcast-uri)

- Campanii de informare și/sau promovare
- Buletine informative și e-mail
- Publicitate (de exemplu, pe platforme de voluntariat)
- Prezentări și producție de materiale informaționale (de exemplu, pliante, afișe, rollup-uri)
- Activități de networking
- Evenimente și conferințe live
- Și nu subestimați niciodată puterea „propagandei orale”: în cadrul ONG-ului vostru voluntarii, membrii personalului, consiliul de administrație și utilizatorii programelor și activităților voastre sunt cei mai buni ambasadori ai cursului vostru: toți vor vorbi și ar trebui să povestească despre organizația la fiecare oportunitate, să o promoveze și să motiveze noi membri și voluntari să participe.
- Aceasta înseamnă că trebuie nu doar să adaptați informațiile la felul și limbajul publicului vostru țintă, dar trebuie să alegeți și canalul potrivit pentru comunicare. Dacă doriți să ajungeți la diferite grupuri țintă, trebuie să utilizați mai multe canale de comunicare în același timp.



# RELATIONARE

ONG-urile și organizațiile care se bazează pe voluntari se confruntă adesea cu un deficit de resurse. Prin urmare, este important să avem o rețea bună pentru a compensa lipsa de personal plătit, finanțare și alte resurse.

Înțelesul „conectării în rețea” nu poate fi complet clar, chiar dacă folosim regulat termenul în viața noastră de zi cu zi. Cu alte cuvinte, conectarea în rețea înseamnă „stabilirea de contacte și întreținerea și utilizarea acestora.” Aceste contacte pot fi prieteni, cunoscuți, parteneri de afaceri sau alte organizații.

Punctul forte al rețelelor este acela că de obicei sunt:

- inovatoare și multifuncționale („piața posibilităților”)
- au structuri descentralizate și o ierarhie plană; respectă principiul „împreună poți obține mai mult decât singur”
- permite accesul mai bun la cunoștințe și informații prin intermediul partenerilor din rețea
- rapid de înființat, dar și de încetat, pentru că nu există nici o birocrație mică de luat în considerare

Dar, desigur, rețelele nu sunt întotdeauna soluții perfecte și au punctele lor slabe,

având în vedere că:

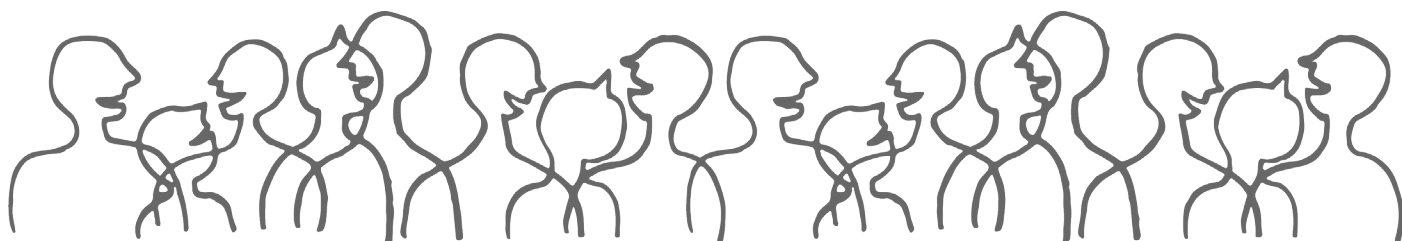
- nu au structuri fixe
- nu sunt o entitate legală (în majoritatea cazurilor)
- nu sunt ușor de coordonat
- nu au aranjamente obligatorii cu privire la sarcini, roluri, input și output
- adesea le lipsește coordonarea profesională și o coordonare insuficientă a partenerilor din rețea poate duce la înmulțirea lucrărilor sau la reprezentarea unor opinii contradictorii în numele rețelei
- echilibrul dintre preluare și acordare poate fi dificil de gestionat, mai ales dacă aveți parteneri de rețea, care doar iau și dau puțin sau nimic.

Aici veți găsi câteva informații despre cum să stabiliți aceste contacte:

## a) Colectarea informațiilor și a datelor de contact sunt esențiale în rețea

Persoanele cheie dintr-un ONG ar trebui să fie întotdeauna bine informate. Informațiile sunt esențiale, deoarece oferă baza deciziilor. ONG-urile ar trebui să știe:

- cum sunt structurate exact grupurile lor țintă și prin ce mijloace și modalități





pot ajunge cel mai ușor la ele

- cine ar putea și le-ar susține preocupările și cum să le contacteze (colectați toate datele de contact relevante!)
- cine sunt politicienii locali și pentru ce departamente sunt responsabili
- care posturi și responsabilități au fost atribuite noilor politicieni după alegeri
- care sunt autoritățile și birourile relevante pentru propria lor activitate și care sunt funcționarii și angajații care sunt cunoscuți acolo
- ce se întâmplă zilnic, citind știri regionale, naționale și internaționale (din presa scrisă, internet, conversații ...).
- ce programe urmează partidele politice

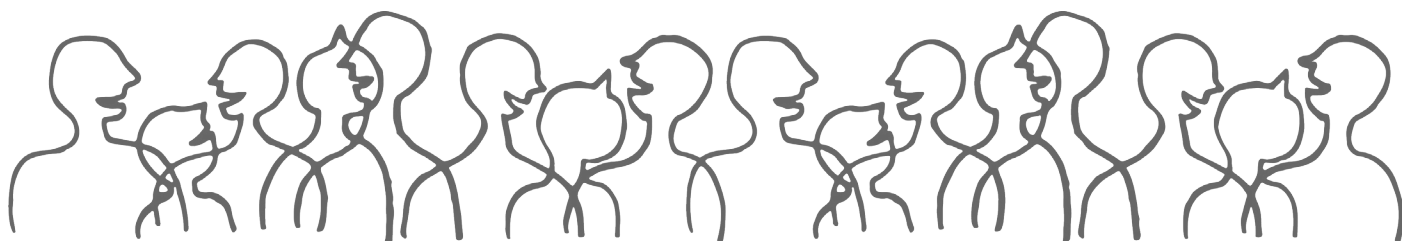
Pentru a gestiona toate datele relevante, fiecare ONG are nevoie de o bază de date, poate fi o simplă listă excel sau o bază de date digitală profesională. Indiferent de instrumentul pe care îl utilizați, asigurați-vă că toți membrii personalului și voluntarii folosesc același lucru și că este actualizat periodic. Trebuie să acordați atenție reglementărilor privind protecția datelor: colectați datele într-un mod care să corespundă cu standardele normelor de protecție a datelor. Și acceptați și respectați că nimeni nu este obligat să pună familia și conexiunile personale în serviciul unui

ONG! Acceptați limitele voluntarilor, personalului și familiilor, prietenilor și colegilor.

## **b) Cunoașterea propriilor rețele locale și individuale**

Un ONG este în primul rând situat într-un mediu local specific și trebuie să se ocupe de comunitatea locală. Prin urmare, este cel mai important să cunoașteți bine comunitatea locală și să faceți networking. Dar cum poți face asta?

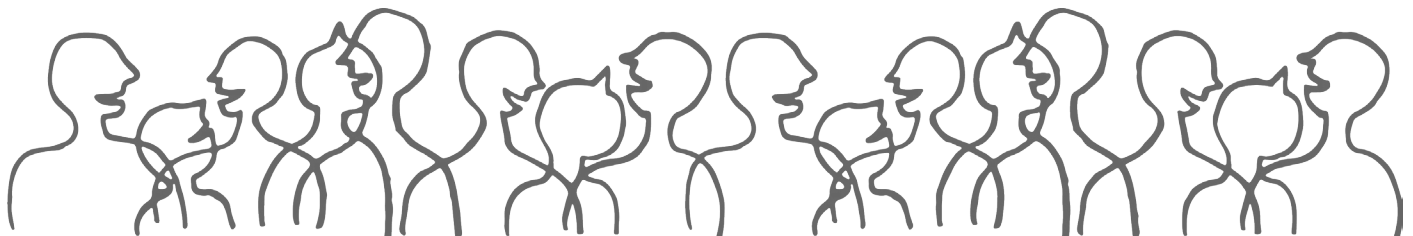
Când vine vorba de rețea, contactele personale sunt cruciale. Imediat după naștere, creștem în diverse rețele (rețele de familie, rețele de cartier, rețele școlare etc.) care ne influențează viața socială și profesională. Dar, de asemenea ne creăm și propriile noastre rețele personale (prieteni, colegi, rețele bazate pe interese, rețele digitale etc.) și rețelele noastre profesionale (colegi, clienți, conexiuni cu alte companii, organizații, părți interesate etc.). Dar și organizația sau compania pentru care lucrăm face parte din rețele sau creează rețele. Este important să rețineți că o persoană nu este activă doar într-o rețea, ci în general în mai multe. Contactele unei rețele pot fi de asemenea utile pentru cineva dintr-o altă rețea, sau pentru o altă rețea. Deci suntem conectați într-un mod foarte cuprinzător și uneori subestimăm la câte resurse avem acces (informații și contacte utile, materiale și infrastructura altora pe care le putem folosi, suport mental și fizic al oamenilor, oportunități de comunicare și diseminare



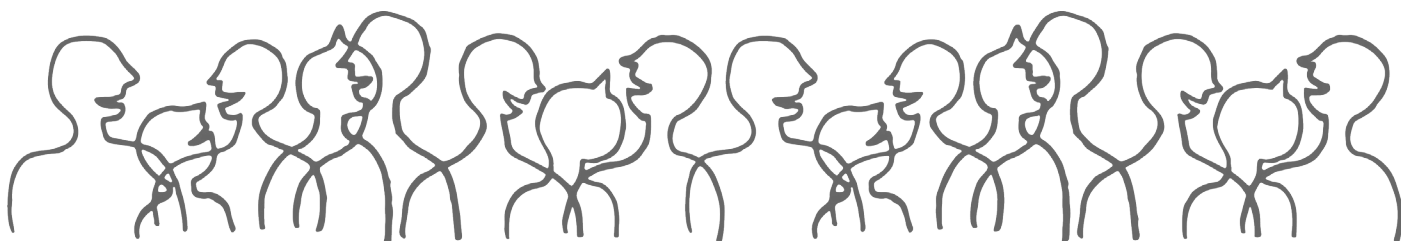
etc.). Ceea ce trebuie să-ți amintești mereu este că suntem conectați cu OAMENI, care te cunosc și au încredere în tine și, prin urmare, te sprijină dacă este nevoie sau se bazează pe sprijinul tău.

### c) Cum pot fi formate și extinse rețelele?

- identifică mai întâi interesele comune: care ar fi beneficiile pentru oricine se înscrie în rețea
- stabilești o cauză sau un scop concret (de exemplu, o idee de proiect comun sau necesitatea de a grupa resurse din cauza lipsei de finanțare și sprijin)
- dezvoltă o platformă (idee) interesantă sau creează un cadru/ocazie pentru o platformă
- au intenții de bază comune: formularea comună a obiectivelor, protejând în același timp autonomia individului
- identificarea, adresarea și obținerea partenerilor/membrilor rețelei
  - Cine are resursele/competențele pentru a-mi susține obiectivul?
  - Ce i-ar putea motiva pe partenerii mei să participe?
  - Ce platformă trebuie să ofer pentru a realiza o rețea eficientă?
- Cine poate fi un partener interesant/util pentru rețea sau are multe contacte?
- oamenii sunt la fel de importanți ca organizațiile și instituțiile, uneori chiar mai importanți
- stabilirea încrederii între parteneri
- creați un sentiment de unitate și un sentiment de apartenență
- respectă diferitele competențe/cunoștințe ale partenerilor
- acceptă faptul că participarea partenerilor în rețea este voluntară
- fii deschis pentru parteneri și contacte noi
- acceptați că o rețea este o conexiune „liberă” și nu ar trebui să aibă ierarhii formale. O rețea este un aranjament temporar al responsabilităților și îndatoririlor, chiar dacă unele rețele funcționează bine pentru o perioadă lungă de timp.
- găsiți un mod pentru colaborarea dvs.: definirea sarcinilor și competențelor, stabilirea regulilor, confirmare etc.
- relațiile strânse și libere trebuie gestionate într-un mod adecvat



- recunoaște și folosește abilitățile și experiența membrilor sau partenerilor implicați
- continuitatea și fiabilitatea sunt importante
- clarificarea așteptărilor reciproce este, de asemenea, importantă
- un schimb: toți partenerii din rețea ar trebui să profite din participarea la rețea
- planificați evenimente mici și invitați persoanele dorite/ONG-urile/companiile/părțile interesate
- vorbiți despre programul și activitățile CE cât mai multor persoane diferite - dar într-un mod frumos. Nu forța, respectă granițele.
- participați la alte evenimente și întâlniri organizate de alte organizații și instituții, în special în domeniul programelor și activităților voastre CE
- participați la întâlniri politice și fiți prezenți la evenimente politice locale. Dacă este posibil, întrebați dacă puteți prezenta programele și activitățile CE sau, cel puțin, să oferiți informații sau prezentări scurte despre aceasta.
- căutați multiplicatori și reprezentanți ai publicului vizat și încercați să îi faceți să difuzeze programele și activitățile CE.
- utilizați rețele, dar și - mai important contribuți la rețele (de exemplu, diseminarea informațiilor și contactelor utile, furnizarea de resurse precum materiale, spațiu, catering etc.)
- evitați greșelile tipice și problemele de rețea, cum ar fi
  - o obiectiv și scop neclar
  - o înțelegerea diferită a misiunii și obiectivului muncii nete
  - o măsurători neclare ale rezultatelor și concluziilor
  - o distribuție inegală a muncii
  - o membri individuali care exploatează rețeaua, dar nu contribuie la ea
  - o schimbarea reprezentării organizațiilor individuale și schimbarea personalului
  - o discuții îndelungate
  - o nevoia de mai multă muncă și contribuție decât sunt partenerii de rețea dispuși și capabili să dea
  - o dificultăți de a găsi date comune (de exemplu, pentru întâlniri)
- Dar fiți pregătit: să aveți întotdeauna cartea de vizită la voi și o broșură cu in-



formații scurte despre organizația voastră sau despre programul/proiectul CE, pe care îl puteți oferi oamenilor pe care i-ați cunoscut și ar putea fi interesați.

Un alt sfat pentru rețelele de succes este: Dă, dă, dă. Menținerea conexiunilor de rețea este importantă și necesită efort! Uneori, contribuția voastră nu va fi rasplătită direct, dar în final veți fi răsplătiți. Deci, aveți răbdare, munca investită inițial în întreținerea rețelei merită pe termen lung, deoarece conexiunile voastre de rețea personale și profesionale vor fi mai puternice. Și conexiunile puternice de rețea vor economisi resurse, vor răspândi mai repede propriile idei, iar soluțiile pot fi găsite mai ușor și mai eficient prin contacte directe și căi de comunicare scurte.

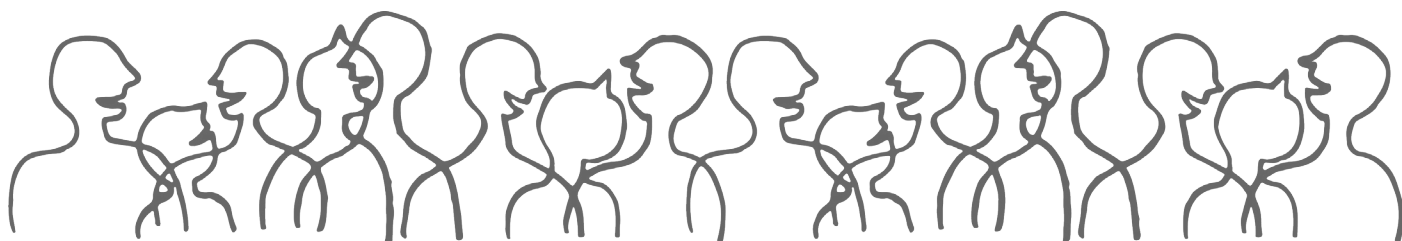
#### **d) Networking la nivel european**

Dar, desigur, rețeaua nu este importantă doar la nivel local. Dacă un ONG și-a stabilit obiectivul de a fi activ și la nivel național și european, trebuie să dezvolte strategii de extindere a rețelelor locale și personale existente.

Partenerii implicați ai acestui proiect au beneficiat foarte mult din a lucra împreună la nivel european: am învățat multe unii de la alții, am găsit finanțare suplimentară pentru activitățile noastre la nivel local, ne-am inspirat unii de la alții și acum copiem o parte din activitățile și proiectele celorlalți. Prin urmare, dorim să promovăm

și crearea de rețele și cooperarea la nivel european. Dar cum poți face asta și să te conectezi cu alte ONG-uri care lucrează în domeniul tău? Iată câteva recomandări de activități care au funcționat pentru noi:

- Vizitați evenimente de rețea și conferințe la nivel european. Verificați autoritățile naționale: uneori oferă programe și finanțare pentru participarea la conferințele și evenimentele europene.
- Relaționare la nivel european
- Alăturați-vă unui proiect transnațional ca organizație parteneră: Comisia Europeană oferă baze de date europene precum Platforma electronică pentru învățarea adulților în Europa EPALE (<https://epale.ec.europa.eu/en/partner-search>), oportunități de finanțare și licitație - Single Electronic Data Interchange Area (SEDIA) <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/how-to-participate/partner-search>
- Contactați organizația parteneră a acestui proiect
- Contactați organizația umbrelă din domeniul vostru, care are conexiuni cu UE și cereți sprijinul lor
- Găsiți și utilizați rețelele existente căutând pe internet și utilizând rețeaua personală



- Alăturați-vă organizațiilor-umbrelă europene precum Volonteurope (<https://volonteurope.eu/>)
- Folosiți programul European Solidarity Corps și lucrați cu voluntari din toată Europa. Ei nu numai că vă vor promova în viitor, dar pot fi viitori parteneri de cooperare sau vă vor conecta cu organizația parteneră potrivită din țara lor. Este o modalitate bună de a începe cooperarea internațională.

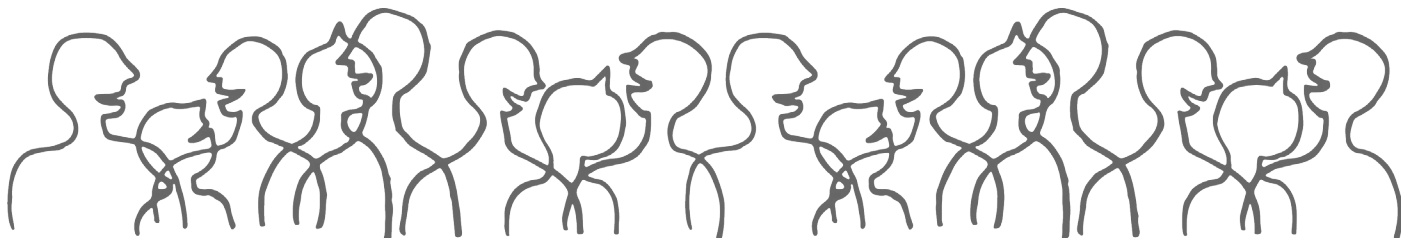
## DISEMINAREA

Pentru a crește impactul activității voastre CE, ONG-urile ar trebui să-și disemineze rezultatele și factorii de succes între utilizatorii potențiali. După proiect, ceilalți ar trebui să poată utiliza și prelua rezultatele proiectului, maximizând astfel impactul cercetărilor și al rezultatelor. Deci obiectivul ar trebui să fie transferarea cunoștințelor și a rezultatelor altora la finalul unui proiect în așa fel încât aceștia să fie inspirați să folosească, să copieze și să implementeze rezultatele. Aceasta se numește diseminare. Diseminarea este definită drept „dezvăluirea publică a rezultatelor prin orice mijloace adecvate (altele decât rezultând din protejarea și exploatarea rezultatelor), inclusiv prin publicații științifice în orice mediu.”

(Sursa: [https://www.iprhelppdesk.eu/sites/default/files/EU-IPR-Brochure-Boosting-Impact-C-D-E\\_0.pdf](https://www.iprhelppdesk.eu/sites/default/files/EU-IPR-Brochure-Boosting-Impact-C-D-E_0.pdf))

Ce rezultate merită să fie diseminate?

Desigur, exemple bune și transferabile de practică CE sunt întotdeauna un rezultat pe care alții îl vor înțelege cu ușurință și li se va părea inspirațional. Un exemplu de bune practici poate ilustra adesea mai bine despre ce este vorba în programul sau activitățile CE. Pentru a-l face mai atractiv pentru utilizatorii potențiali și multiplicatori, descrieți-l într-un limbaj simplu, adăugați imagini, filme și citate ale utiliza-



torilor proiectelor voastre CE. În plus, exemplele de bune practici pot fi considerate ambasadorii unui ONG și pot fi prezentate în consecință.

Alte rezultate în domeniul CE pot fi: programe de învățământ, manual privind implementarea anumitor programe și activități CE, raport de cercetare, filme, videoclipuri, materiale de învățare și predare, descrieri ale activităților...

Aceste rezultate pot fi împărtășite:

- de către personal, membrii și voluntari
- la întâlnirile interne ale echipei
- la ateliere
- în ziare
- în propuneri
- în rapoartele finale
- pe platformele online
- pe Youtube, media sociale și tradiționale

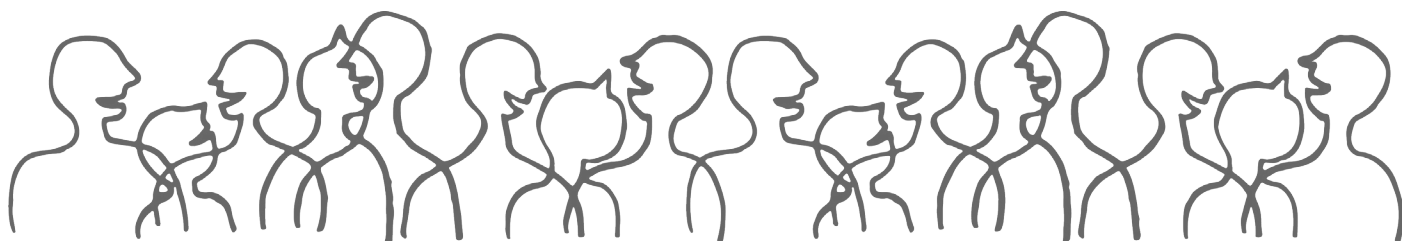
Ce tipuri de platforme, canale media, programe etc. sunt utile pentru diseminarea proiectelor/programelor CE?

Rezultatele obținute devin mai valoroase dacă pot fi puse la dispoziția publicului larg. Majoritatea programelor de finanțare

necesită comunicarea și diseminarea proiectelor și a rezultatelor. Dar și pentru ONG-urile care se finanțează diferit, este avantajoasă diseminarea proiectelor și rezultatelor pe diferite platforme și prin diferite canale. În acest fel, nu numai că pot fi utilizate cunoștințele lor relevante de către comunitate, dar imaginea și legitimitatea ONG-urilor pot fi, de asemenea, consolidate.

Diseminarea poate avea loc prin:

- Media tradițională, precum televiziunea locală sau națională, radio local sau ziare și reviste
- Pliante
- Ziar
- Rețele de socializare
- Folosirea rețelilor, bazelor de date
- Promovarea participanților, voluntarilor și partenerilor
- Platformele UE de educație și pe site-ul UE
- Autoritățile naționale



## **CE FORMATE SI CONCEPTE DE PROGRAME SI PROIECTE CE EXISTA? DE CE FEL DE ABILITATI, CAPACITATI SI OPORTUNITATI AVEM NEVOIE PENTRU A NE INCEPE PROPRIUL PROGRAM SI PROIECT DE CE?**

Așa cum s-a spus în capitolul 6.1., programele și proiectele CE pot avea toate formele și formatele, abordând tot felul de subiecte diferite care ar putea fi importante pentru comunitatea voastră.

Am scris acest eBook cu intenția de a inspira și de a ajuta alte ONG-uri și organizații conduse de voluntari să înceapă sau să-și îmbunătățească propriul program sau proiect CE.

Așadar, consultați Capitolul 7 cu colecția noastră de bune practici și sperăm că veți găsi un program CE pe care doriți să îl copiați.

Din experiența noastră, ceea ce vă trebuie pentru a începe un program sau activitate CE este:

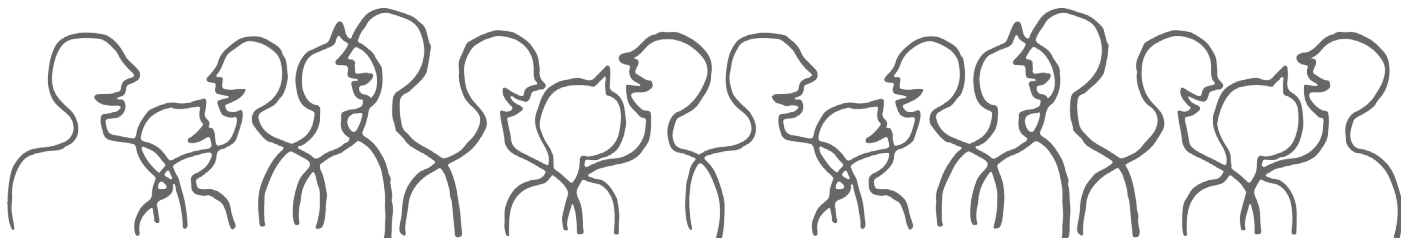
- capacitatea de a identifica nevoile sau beneficiile reale pentru comunitatea locală
- disponibilitatea pentru învățarea de-a

lungul vieții

- resurse: personal sau voluntari, bani, infrastructură, materiale
- personal dedicat și profesori/formatori, care știu cu adevărat despre ce vorbesc
- flexibilitate și deschidere, astfel încât să puteți adapta programul sau activitatea la nevoile actuale ale publicului și utilizatorilor
- cineva cu abilități organizaționale bune, pentru a stabili cadrul pentru activitatea voastră de CE
- cineva din organizația voastră care se pricepe la PR și promovare
- o rețea bună în cadrul comunității locale pentru a ajunge la potențialii dvs. utilizatori și public

Și tot ce putem spune la final:

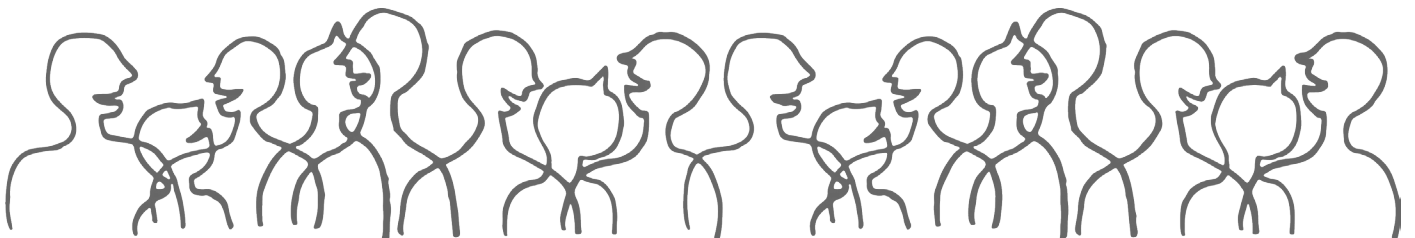
Nu mai așteptați, gândiți, urmăriți și vă mirați. Începeți să faceți.



# CAPITOLUL VII

## BUNE PRACTICI

PENTRU O SERIE DE BUNE PRACTICI, CLICK [AICI.](#)







Acest e-book a fost creat în cadrul proiectului VOICE - Volunteers Organisations' Input to Community Education, coordonat de Gemeinsam leben & lernen in Europa (Germania) în parteneriat cu Totem (Republica Cehă), Stadt Labor (Austria), Settlementti Puijola Monikulttuurikeskus Kompassi (Finlanda), Aurora (Ungaria), Centrul de Voluntariat Cluj-Napoca (România).

Proiectul a fost finanțat de Erasmus+ Programme of the European Union.

Sprejînul primit de la Comisia Europeană pentru crearea acestei publicații nu reprezintă acordul asupra conținutului, care reprezintă exclusiv viziunea autorilor, iar Comisia nu poate fi responsabilă pentru informațiile oferite în material.

Fotografiile folosite în publicație sunt parte din colecțiile personale ale participanților sau luate de pe [Freepik](#).

Credite către: Gemeinsam leben & lernen in Europa (Germania) în parteneriat cu Totem (Republica Cehă), Stadt Labor (Austria), Settlementti Puijola Monikulttuurikeskus Kompassi (Finlanda), Aurora (Ungaria), Centrul de Voluntariat Cluj-Napoca (România).

Reproducerea acestui material este autorizată doar cu acordul autorilor.

