


Youth Work  HD

Projekts “Youth Work HD” E-mācību vide un apmācību materiāli, to pieejamība interesentiem

Līga Damberga, Arnita Vaitkus
Jelgava,
22.08.2018.

Kursu "Youth Work HD" veido četri moduļi

1. Jauniešu sasniegšana
2. Sadarbība ar iesaistītajām pusēm
3. Politikas ietekme
4. Digitālo rīku izmantošana

Tests!

kahoot.it



1. moduļa «Jauniešu sasniegšana» temati

1. Jaunieši. Kas, kurš, kad?
2. Kāds darbinieks Jūs esat?
3. Komunikācija
4. Klausīšanās prasme
5. Atbalstošas un pozitīvas vides izveide
6. Motivācija
7. Problēmu risināšana
8. Tiešsaistes un klātienēs saziņa

1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

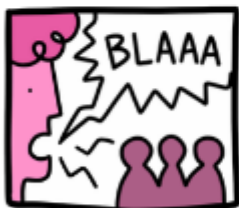
Prognozējamās problēmas ar jauniešiem

Šis ir dažas no problēmām, kuras varat sagaidīt, strādājot ar jauniešiem:



1. Jaunieši kļūst pārāk atkarīgi no darbiniekiem, kas strādā ar jauniešiem

Dažkārt jaunieši automātiski griezties pie jums pēc pareizās atbildes, nevis paši mēģinās rast atbildi. Ja skolotājs katru reizi telks priekšā pareizo atbildi, nevis mācīs tiem pašiem pieņemt lēmumus, tā var kļūt par nopietnu problēmu. Labāk koncentrējieties uz pozitīvu iedrošinājumu.



2. Jaunietis ir izaicinošs, nikns vai novērš citiem uzmanību

Tas notiks, neskatoties ne uz ko. Ja visa grupa sāk neklausīt, tas varētu būt jaunatnes darbinieka deļ. Piemēram, viņš vai viņa izmanto garlaicīgu materiālu vai arī nemāk vadīt grupas. Ja tas ir viens konkrēts indivīds, jums jārikojas ātri. Mēģiniet runāt ar šo personu ārpus grupas un uzzināt, kāda ir problēma.



3. Jauniešu "nozagtā lekcija" jeb "nobastošana" - lekcija neiet tajā virzienā, kādā jūs vēlaties

Darba ar jauniešiem jūs vienmēr varat palūgties uz to, ka jaunieši noteikti centīsies "nozagt" katu stundu. Dažreiz tas var būt labi. Tas parāda to, ka viņiem ir interese un, kamēr vien viņi piedalās, tā ir produktīva pieredze.

Kritisko situāciju risināšana



Agresija

Ja jums ir darīšana ar skolēnu, kurš ir agresīvs pret citiem skolēniem, jums ir stingri jānorāda, ka agresīva izturēšanās netiks pieļauta. Pa biedriem.

Ko jūs varat darīt:

Esiet pārliecināts, kad pārtrauciet cīņu. Izmantojiet stingru un skaļu balsi, lai apturētu agresiju / negaidītu (piemēram, "Skatieties! Griezti gažas!"), lai novirzītu viņu uzmanību. Kad incidents ir beidzies, sniegt jums versijas par notikušo un jūs varētu palīdzēt viņiem atrisināt ietilgušās problēmas. Paziņ nepilngadīgi).

Agresīvam skolēnam atbildiet mierīgi, bet noteikti. Runājot ar skolēnu, pievērsiet uzmanību jūsu kliecēm, palieciniet mierīgi. Ļaujiet viņam izteikties par to, ko viņš/viņa ir pārdzīvojis, nepārtraucot, un nerādīet ar pirkstu vai jebko, kas varētu radīt draudus - jebkura no šīm darbībām varētu intensīvi

Iedodiet jauniešiem pārtraukumu, lai apdomātu situāciju. Jums jāsecina, ka skolēna agresīvā uzvedība ir stingrs norādījums, ka viņam/viņai par šādu rīcību draud nopietnas sekas.

Kad agresīvais skolēns nomierinās, aprunājieties ar viņu divatā. Lai gan viņi varētu sagaidīt, ka savu nostāju par to, ka šāda rīcība nevar palīdzēt problēmu risināšanā un nav pieņemami apdrauc

Lieciet skolēnam atvainoties. Jūs noteikti nevēlaties piespiest agresīvo skolēnu teikt, ka viņam/viņai tomēr, ja viņš/viņa vēlas to darīt, tad paskaidrojiet, ka tas palīdzēs mazināt aizvainojumu un izvairīt

1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

Kāds ir jūsu mācīšanas stils?

Šis ir personības tests, kas dos jums iespēju noteikt, kāds darbinieks jūs esat un kamam mācīšanas stilam dodat priekšroku.

Jūsu mācīšanas stils



Tāpat kā skolēniem ir individuāli mācīšanās stili, skolotājiem ir mācīšanas stili, kas viņiem vislabāk padodas. Svarīgi ir apzināties Jūsu vēlmes, veidojot un pasniedzot nodarbības.

Download Embed

1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

Piemērs

Tagad noskatieties šo īso interviju ar Lorenu Zecu, psihologi, kas strādā ar jauniešiem, kuri ir cietuši no vardarbības ģimenē un un kuri ieklausieties viņas sacītajā!



Padomi un triki

Droša un atbalstoša vide ir svarīga jauniešu veselībai. Droša un atbalstoša vide nozīmē ne tikai fiziskās vajadzības, bet arī cilvēka sociālās un emocionālās vajadzības.

Ka darbinieki, kas ikdienā strādā ar jauniešiem, mes nevaram kontrolēt, ko mūsu jaunieši piedzīvo, kad viņi iziet no mūsu centra vai klases. Bet mes varam ietekmēt to, ko viņi pieredz mūsu telpās.



1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

Jauniešu leksikas vārdnīca

Jaunatnes darbinieki! Dodiet savu ieguldījumu ar savām zināšanām un pieredzi. Izmantojot vārdnīcu kā atsauci, strādājiet ar jauniešiem.

Meklēt



Meklēt visā tekstā

Pievienot jaunu šķirkli

Pārlūkot vārdnīcu, izmantojot šo rādītāju

Īpašās | A | Ā | B | C | Č | D | E | Ē | F | G | Ģ | H | I | Ī | J | K | Ķ | L | Ļ | M | N | Ņ | O | P | Q | R | S | Š | T | U | Ū | V | W | X | Y | Z | Ž | VISI

Ko nozīmē?
*Man ar čubriku bija
bīfs.*
*Tik asam cilvēki ir
atnākuši!*

Druka

1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

Praktisks uzdevums - tests

 Obligātais uzdevums

Apkopjot šo nodarbību, lūdzam Jūs aizpildīt testu par komunikāciju.

Komunikācija, kurā persona izmanto vārdus, gan mutiskus, gan rakstiskus, lai nosūtītu ziņojumu otrai personai, ir pazīstama kā ...

Verbāla komunikācija

Neverbāla komunikācija

✘ Formāla komunikācija

Nebūs pareizi.






Mēģiniet vēlreiz!

Formālā komunikācija ir verbālās komunikācijas veids.

1. modulis

«Jauniešu sasniegšana»

Klausīšanās prasme

-  Aktīva klausīšanās
-  Jautājumu uzdošana
-  Praktisks uzdevums - tests
-  Izmantotie avoti
-  Novērtēšana - Klausīšanās prasme












2. moduļa «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm» temati

1. Sadarbības teorētiskie aspekti
2. Ieinteresēto pušu iesaistīšana
3. Jauniešu līdzdalība
4. Komunikācija efektīvai sadarbībai

2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Sadarbības teorētiskie aspekti

Šajā nodaļā mēs analizēsim kooperācijas un sadarbības galvenos aspektus, rūpīgāk aplūkosim s uzturēt mūsu profesionālo kontaktu tīklu.

-  Kooperācija un sadarbība
-  Sastrādāšanās komponenti un formas
-  Sadarbības šķēršļu pārvarēšana
 -  Praktisks uzdevums
-  Individuāla pieeja
 -  Praktisks uzdevums
 -  Komentāri par testa rezultātiem
-  Praktisks uzdevums
-  Izmantotie avoti
-  Tests
-  Novērtēšana - Sadarbības teorētiskie aspekti



2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Kooperācija un sadarbība



Domājot par veidiem, kā iesaistīt darbā sociālos partnerus, jums ir jāizlemj, kurš sadarbības veids ir piemērotākais mērķiem, kurus vēlaties sasniegt. Lai raksturotu efektīvu komandas darbu, cilvēki parasti lieto vārdus "kooperācija" un "sadarbība" kā sinonīmus. Bet tie pārstāv divas dažādas līdzdarbības pieejas.

Kooperējoties cilvēki vai organizācijas vienkārši darbojas kopā (kā pats vārds mums saka – ko-operēties), cenšoties sasniegt savus individuālos mērķus un tajā pašā laikā atbalstot otra mērķus.

Kooperācijas būtība ir "Ja tu man palīdzēsi, es tev palīdzēšu". Tā parasti ietver informācijas apmaiņu, kopīgu plānošanu, darbību koordinēšanu vai mācīšanos citam no cita. Piemēram: jauniešu centrs un vidusskola sanāk kopā, lai organizētu pasākumu. Skola var

piedāvāt pasākuma norises vietu un skolēnus, jauniešu centrs ir gatavs organizēt neformālas aktivitātes skolēniem, lai padarītu pasākumu interaktīvāku. Abām organizācijām ir savi mērķi - jauniešu centrs vēlas piesaistīt vairāk jauniešu un palielināt viņu informētību par centra piedāvātajiem pakalpojumiem, un skolai ir nepieciešams organizēt neformālus pasākumus vecākiem un jauniešiem. Kooperācija tiek panākta, sadalot pienākumus, un katra persona (vai organizācija) ir atbildīga par savu sadaļu. Tas visbiežāk ir īstermiņa projekts. Kooperācija var pārtapt par sadarbību, ja laimējas satikt pareizos cilvēkus un spējat izveidot spēcīgu profesionālo kontaktu tīklu.

Sadarbība nozīmē strādāt kopā vienota mērķa vārdā. Sadarbība ir radīšana. Kā Michael Schrage raksta savā grāmatā "Shared Minds": "... sadarbība ir kopīgas radīšanas process: divi vai vairāki indivīdi ar savstarpēji papildinošām prasmēm sadarbojas, lai veidotu kaut ko kopīgu, ko iepriekš viens cilvēks nav spējis viens pats izdarīt."

2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Praktisks uzdevums

Nosauciet 5 lietas, kas, uzsākot sadarbību, jāņem vērā, lai novērstu šķēršļus. Mēs esam sagatavojuši dažus padomus, lai padarītu šo uzdevumu vieglāku.

1 / 5



Jūsu atbilde



Parbaudīt



Jūsu atbilde



Personības tests

Personības tests

1 of 15

Kāda ir jūsu mīļākā krāsa?



Oranža



Dzeltena



Sarkana



Zila

Personības tests



Strādīgā Bite



Viltīgā Lapsa



Sirsnīgais Vilks



Vadošā Lauva

2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Sagatavošanās ieinteresēto pušu iesaistīšanai



Ieinteresēto pušu analīze soli pa solim

Pirmais solis Ieinteresēto pušu analīzē ir potenciālo personu **noteikšana**. Padomājiet par visiem cilvēkiem un organizācijām, uz kurām jūsu virzītais projekts/ideja var atstāt ietekmi vai kuras var ietekmēt jūsu projekta/idejas realizāciju. Viens no instrumentiem, ko jūs varētu izmantot šādai analīzei, ir ieinteresēto pušu kartēšana (ko sauc arī par ietekmes-ieinteresētības režģi).

Apsveriet sadarbību ar jau esošajiem sociālajiem partneriem, ar kuriem jums ir bijusi laba pieredze, bet esiet atvērti arī jaunām ieinteresētajām pusēm. Centieties panākt kompetenci un resursu dažādību. Sociālie mediji var būt noderīgs līdzeklis, lai atrastu mazāk zināmas ieinteresētās puses – pārbaudiet forumus, publiskas vai slēgtas jaunatnes darbinieku grupas.

Noderīgs padoms: ieinteresētās personas var būt organizācijas vai cilvēki, bet galu galā jūs saņimsieties un strādāsiet ar cilvēkiem. Parļiecinieties, ka esat atraduši ieinteresētajā organizācijā īstās personas.

Otrais solis ir **analīze**. Kad esat izveidojis iespējamo ieinteresēto pušu sarakstu, veiciet sīkāku analīzi, lai labāk izprastu viņu intereses, iespējas pievienoties jūsu projektam un to, kādus resursus viņi varētu piedāvāt. Padomājiet par viņu motivāciju un vēlmi iesaistīties – kas viņiem ir svarīgs un ko jūs varētu piedāvāt apmaiņā

par savu iemērto laiku

2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Tīmekļa satura izveide



Mūsdienās lielākā daļa no jaunu darbinieku saziņas noris caur tīmekļa kanāliem, jo šis saziņas līdzeklis ir vispopulārākais informācijas avots jauniešu vidū. Tradicionālie drukātie materiāli, kuri tiek izmantoti kā pamats tīmekļa satura izveidei, satur daudz liekvārdības, kas internetā nav nepieciešama. Šajā nodarbībā ir sniegti daži padomi par tīmeklim paredzēta teksta optimālo garumu un struktūru.

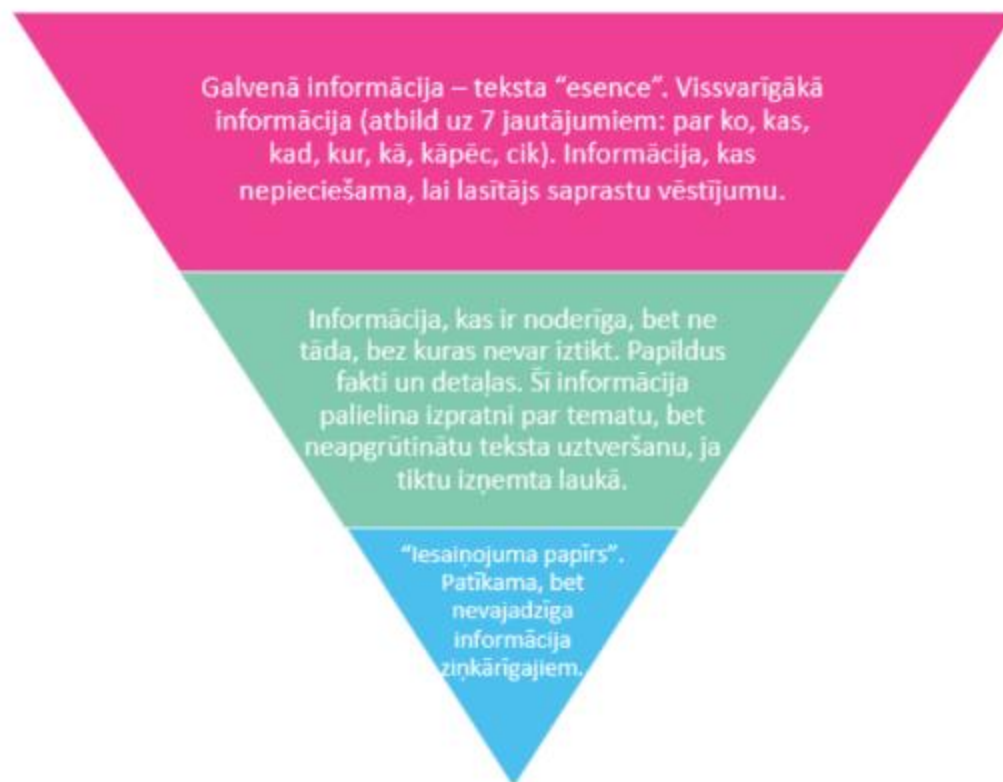
10 padomi veiksmīgai tīmekļa satura izveidei

Eiropas Komisija ir sagatavojusi noderīgu komunikācijas ceļvedi "Rakstīsim skaidri".

Ceļvedis sniedz 10 noderīgus padomus, ko var izmantot veiksmīgai tiešsaistes komunikācijai. Aplūkosim šos ieteikumus.

2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Apgrieztā piramīda ir lieliska metode, ko pielietot ikreiz, kad ir svarīgi pārlicinoši un ātri sniegt informāciju.



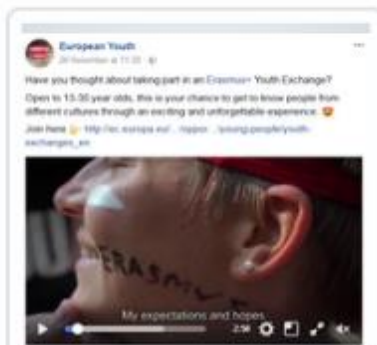
2. modulis «Sadarbība ar ieinteresētajām pusēm»

Praktisks uzdevums

Velciet no kreisās uz labo, lai sakārtotu dotās Facebook ziņas pareizā secībā atbilstoši to ietekmei uz auditoriju (sākot ar visietekmīgāko). Ziņas ir sakārtotas pēc "patīk" klikšķu, kopīgošanas reižu, komentāru un skatījumu skaita..



Aicin. kopīgot foto ar suņiem



Video par Erasmus+



Attēls ar brīvprātīgajiem



Sveiciens brīvprātīgo dienā



Attēls ar grāmatu un brillēm

3. moduļa

«Politikas ietekme» temati

1. Kas ir Eiropas Savienība?
2. Eiropas jaunatnes politika
3. Ceļā uz izpratni par politikas veidotāju valodu
4. Sazināšanās ar politikas veidotājiem: ietekme, veidojot tiešos kontaktus
5. Interesešu aizstāvība un tiešsaistes interesešu aizstāvība: palielināt ietekmi, veidojot izpratni
6. Efektīvas interesešu aizstāvības kampaņas veidošana: veiksmīgi piemēri

3. modulis

«Politikas ietekme»

- Kas ir Eiropas Ogļu un tērauda kopiena?
- Kāda ir Breksit ietekme uz jaunatnes lietām?
- Kādas ir ES iestādes?
- Kad tika izveidota Jauniešu garantija?
- Vai Apvienotā Karaliste joprojām ir tiesīga piedalīties Erasmus+ programmā pēc Breksita lēmuma?
- Kas ir politiskā komunikācija?
- Kas ir izzinošs dialogs un strukturēta ideju apmaiņa?
- Kādi ir interešu aizstāvības veidi?

3. modulis

«Politikas ietekme»

Vingrināsimies!

Izlasiet sekojošo fragmentu no oficiālā Eiropas Komisijas paziņojuma presei (pilns paziņojums pieejams [šeit](#)) par Jauniešu garantiju un izrakstiet **svaīgākos vārdus un jēdzienus**, ko jūs atrodat.

Jauniešu bezdarba apkarošana ir viena no galvenajām ES prioritātēm. Nodarbinātības veicināšana ir vispārsvarīgs jautājums, kas attiecas uz visām dalībvalstīm, un Komisija ar virkni politikas pasākumu un darbību atbalsta to centienus.

Šajā nolūkā pirms trim gadiem tika uzsākta ES shēma "Garantija jauniešiem" un Jaunatnes nodarbinātības iniciatīva. Pašlaik Eiropas Savienībā kopš 2013. gada bezdarba esošo jauniešu skaits ir samazinājies par 1,6 miljoniem, un par 900 000 ir samazinājies to jauniešu skaits, kas nemācās, nestrādā un neapgūst arodu. Šīs tendences liecina, ka shēma "Garantija jauniešiem" ar Jaunatnes nodarbinātības iniciatīvas atbalstu ir sekmējusi pozitīvas pārmaiņas vietējā līmenī. Aptuveni 9 miljoni jauniešu ir pieņēmuši kādu piedāvājumu, no kuriem lielākā daļa bija darba piedāvājumi.

Lai nodrošinātu pilnīgu un ilgtspējīgu shēmas "Garantija jauniešiem" īstenošanu un lai to izvērstu reģionos, kur tas ir visvairāk nepieciešams, Komisija nesēn ierosināja pievienot papildu €2 miljardus, lai turpinātu visā Eiropā izvērst shēmu "Garantija jauniešiem" un līdz 2020. gadam sniegtu atbalstu papildu 1 miljonam jauniešu.

Pēc tam **dalieties ar sava darba rezultātiem forumā** un salīdziniet ar citiem foruma dalībniekiem, kas jums šķitis svarīgs.

3. modulis

«Politikas ietekme»

Cik daudz zināt par ES?

Eiropas Savienības vispārējo politisko virzību un prioritātes nosaka:

- Eiropas Komisija
- Eiropadome
- Visas Eiropas Savienības iestādes

Ko jūs zināt par ES jaunatnes politiku?

Kā tika pieņemta Jauniešu garantijas shēma?

- Pateicoties Lisabonas līgumam
- Ar ES tiesību aktiem
- Ar ieteikumu

3. modulis

«Politikas ietekme»

Vingrināsimies!

 Obligātais uzdevums

Ko jūs zināt par ES jaunatnes politiku?

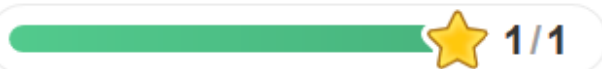
Kā tika pieņemta Jauniešu garantijas shēma?

Ar ES tiesību aktiem

Ar ieteikumu

Pareizi! ES Ministru padome oficiāli apstiprināja ierosinājumu par Jaunatnes garantijas izveidi 2013. gada 22. aprīlī, pamatojoties uz Komisijas 2012. gada decembra priekšlikumu, un 2013. gada jūnijā to apstiprināja Eiropadome.

Pateicoties Lisabonas līgumam



3. modulis

«Politikas ietekme»

Video aizstāvība

Jā ierakstīsiet "interese aizstāvība" ("advocacy") mērķētāja, atradīsiet informāciju par daudzām kampaņām (video, petīcijas u.c.), kā arī vairākus piemērus tam, kā interese aizstāvība var tikt īstenota.

Videoklipu izmantošana, lai veicinātu pārmaiņas, ir plaši izmantota metode, kas galu galā bieži izrādās **joti efektīva**. Šī paša metode tiek saukta par "**video aizstāvību**".

Tā ir vizuālo līdzekļu kā stratēģiska plašsaziņas instrumenta izmantošana, lai iesaistītu cilvēkus pārmaiņu radīšanā.

Lai izveidotu aizstāvības videoklipu, ir nepieciešams definēt mērķus, noteikt mērķauditoriju un izstrādāt stratēģisku plānu tā radīšanai un izplatīšanai. Lai nodrošinātu, ka videoklipam ir vēlāmā ietekme. Atcerieties, ka video ir līdzeklis, aizstāvība ir nolūks un pārmaiņas ir mērķis.

Videoklipi ir nozīmīgi aizstāvības kampaņām, jo tie ir vienkāršs un efektīvs veids, kā nodot idejas vai galveno informāciju lielam skaitam cilvēku.

Visiem **video** parast ir **dažas kopīgas iezīmes**:

- To **garums** variē no 2 līdz 3 minūtēm, tādēļ vēstījumam jābūt trāpīgam un tas nedrīkst būt pārāk garlaicīgs. Cilvēki parasti veic maz laika vienam videoklipam!
- Tie sniedz statistiku par attiecīgās **problēmas** būtību, lai ikviens varētu nekavējoties iesaistīties un būt lietas kursā;
- Tiem ir **ietekme** uz "**skatītāju sirdsapziņu**", jo aicina viņus rīkoties;
- Tie **voicina izpratni un vēlmi izzināt**;
- Tie bieži piedāvā "**risinājumus**", pamudinot skatītājus uz konkrētu rīcību.

Talāk ir minēti daži efektīvas video aizstāvības piemēri:

- **Kampaņa pret apcēšanu**, izplatot vēstījumu, ka "Apcēšanas pārtraukšana ir sociāli atbildīga rīcība";



3. modulis

«Politikas ietekme»

Tiešsaistes petīcijas

Petīcija – kolektīvs lūgums, prasība, kuru darba devēji, darbinieki u. c. parasti iesniedz augstākajām valsts varas institūcijām (Akadēmiskā terminu datubāze).

Tiešsaistes petīcija (vai interneta petīcija, vai e-petīcija) ir **petīcija**, kas tiek **parakstīta tiešsaistē**, parasti izmantojot veidlapu tīmekļa vietnē.

Tiešsaistes petīcijas atbalstītāji paraksta petīciju, pievienojot informāciju par sevi (piemēram, vārdu un e-pasta adresi). Kad **sasniegts pietiekams parakstu skaits, oficiāla vēstule** (visbiežāk e-pasta vēstule) **tiek nosūtīta adresātam, kuram petīcija paredzēta**. Vēstuli var arī nosūtīt adresātam pēc katra veiktā paraksta.

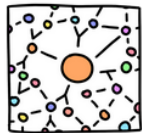
Tiešsaistes petīcijas: plusi un mīnusi

Tiešsaistes petīciju **galvenais pluss** ir tas, ka **cilvēki var sagatavot un parakstīt tās jebkurā laikā**. Vairākās tīmekļa vietnēs jebkurš, kam ir interneta pieslēgums un piekļuve datoram, var izmantot šāda veida rīku.

No otras puses, tā kā petīcijas ir viegli izveidot, vietnēs var tikt bezatbildīgi ievietotas arī neistas petīcijas ar vieglprātīgu nodomu vai mērķi izjokot.

Tiešsaistes petīcijas var tikt ļaunprātīgi izmantotas, ja parakstu veicēji neizmanto savus īstos vārdus, tādējādi mazinot petīcijas legimitāti. Šī iemesla dēļ ir ļoti svarīgi, ja izlemjat veidot savu petīciju tiešsaistē, lai jūs **izmantotu dažas parakstu verificācijas stratēģijas**.

Petīcijas parakstītāja e-pasta adreses apstiprināšana var novērst nepatiesu personu vārdu un e-pasta adresu sniegšanu petīcijā. Daudzas petīciju vietnes mūsdienās nodrošina pārbaudes, kas garantē, ka informācija atbilst reālai pasaulei. Piemēram, vietējās pašvaldības bieži prasa protesta grupām iesniegt parakstītāju vārdus, kā arī apliecinājumu paraksta īstumam, lai pārlicinātos, ka paraksti nav viltoti. Kā paraksta īstuma apliecinājumu izmanto vai nu tālruņa numuru, vai pases numuru, vai vadītāja apliecības numuru.



Iinteresējoša ziņojuma izplatīšana

Padomi: veiksmīgai petīcijai ir **pozitīvs mērķis**, tā ir rakstīta **konkrētai mērķauditorijai**, un tai ir spēcīgs vēstījums, kas gūst rezonansi. Līdz ar to jums vajadzētu:

3. modulis

«Politikas ietekme»

Kampaņas rezultāti bija tiešām neticami:

- Tika augšupielādēti 17 miljoni video no 159 valstīm un veikti 70 miljoni skatījumu;
- Piedalījās daudzas slavenības - Vils Smits, Opra Vinfrija u.c.;
- Saziedoti 220 miljoni dolāru;
- 440 miljoni cilvēku noskatījās kampaņas video.

Rezultāti tika sasniegti ar kopējo mārketinga budžetu – 0\$.

Facebook reklāmas kampaņa „Ledus spaiņa izaicinājums” („Ice Bucket Challenge”).

Atziņas, ko varat gūt no šīs kampaņas: ne vienmēr nepieciešams liels budžets, lai izveidotu kampaņu un izplatītu vēstījumu.

Kampaņas stratēģija aicināt cilvēkus rīkoties, veicot vienkāršu darbību, izrādījās uzvaru nesoša.

Cilvēki, kuri piedalījās kampaņā un viņu reakcijas, bija patiesas, un tas padarīja kampaņu atšķirīgu un unikālu.



3. modulis

«Politikas ietekme»

Veiksmīgas aizstāvības kampaņas, izmantojot tiešsaistes petīcijas

Daudzi cilvēki var apstrīdēt **tiešsaistes petīciju** lietderīgumu, jo bieži vien ir grūti saskatīt tūlītējas pārmaiņas politikā vai, veroties plašākā mērogā, sabiedrībā.

Tomēr, **ja meklējat internetā veiksmīgas tiešsaistes petīcijas, jūs atradīsiet vairākus veiksmes stāstus.**

Labs piemērs ir Change.org tīmekļa vietnē. Tur **Iman Ghavami** (anglijā dzīvojošs irāņu tautības vīrietis) 2014.gadā ievietoja petīciju, lai atbalstītu māsas – **Ghoncheh Ghavami** – atbrīvošanu pēc tam, kad viņa tika ieslodzīta Irānas cietumā.

Petīcija izplatījās pa visu pasauli, un to parakstīja vairāk nekā 775 000 cilvēku. Tad tā tika **aizsūtīta Irānas un Apvienotās Karalistes valdībām.**

Šī rīcība izraisīja politiskas diskusijas, kas galu galā panāca **sievietes atbrīvošanu.**

Jūs varat atrast petīcijas tekstu [šeit](#).

Interesu aizstāvības, tiešsaistes petīcijas un citi līdzekļi var nebūt veiksmīgi, daudzas petīcijas nav panākušas nekādus rezultātus, lai gan tās parakstījuši miljoniem cilvēku.

Lai vai kā, **tiešsaistes petīciju kampaņas ļauj secināt, ka tās var veicināt pārmaiņas sabiedrībā, informēt cilvēkus, veicināt pozitīvu rīcību un aktīvu pilsoniskumu vietējā, reģionālā, valsts, Eiropas un pat starptautiskā līmenī.**

Tiešsaistes petīcijas var tikt izmantotas dažādos kontekstos, dažādiem mērķiem un arī vietējā līmenī.

4. moduļa «Digitālo rīku izmantošana» temati

1. Uzdevumu un laika plānošanas, projektu vadības rīki
2. Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai
3. Rīki digitālo datu vizualizēšanai
4. Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai
5. Sociālie tīkli

1. Uzdevumu un laika plānošanas, projektu vadības rīki



1. Uzdevumu un laika plānošanas, projektu vadības rīki

Uzdevumu un laika plānošanas, projektu vadības rīki

- levars
- Tiešsaistes kalendāri
- Doodle
- Kā plānot laiku, izmantojot Doodle?
 - Praktisks uzdevums
- Tiešsaistes platformas projektu vadībai
- Trello
- Video apmācība
- Izmantotie avoti
- Novērtēšana - Uzdevumu un laika plānošanas, projektu vadības rīki

Kā plānot laiku, izmantojot Doodle?

5. Laukā **What are the options?** norāda datumus, kad plānotais pasākums varētu notikt.

Jāpievērš uzmanība, ka šajā kalendārā nedēļas pirmā diena ir svētdiena.



2. Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai



2. Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai

Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai

- ievads
- Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai
 - Tiešsaistes rīki
- Skype
 - Skype instalēšana
 - Skype iespējas
 - Skype for Business
- WhatsApp - daži ieteikumi pasākumu rīkotājiem
 - WhatsApp iespējas, kuras ikvienam vajadzētu izmantot
- Praktisks uzdevums
- Izmantotie avoti
- Novērtēšana - Rīki tiešsaistes sanāksmju organizēšanai



3. Rīki digitālo datu vizualizēšanai



3. Rīki digitālo datu vizualizēšanai

- Rīki, lai veidotu plakātus, komiksus, avатарus un giff attēlus



3. Rīki digitālo datu vizualizēšanai

- Grafiskā dizaina rīki, lai izveidotu infografikas

Praktisks uzdevums

🕒 Sunday, 10 June 2018, 3:40 PM

! Obligātais uzdevums

Lai izmantotu iegūtās zināšanas darbam, lūdzu, izveidojiet Infografiku par sevi - kurā jāiekļauj šāda informācija:

- Jūsu fotogrāfija (ja nevēlaties izmantot savu personīgo fotogrāfiju, varat to aizvietot ar savu avatāru)
- Vārds
- Dzīvesvieta (valsts un pilsēta)
- Nodarbošanās vai darba vieta
- Jūsu dzīves moto

Lejupielādējiet savu darbu šeit zemāk forumā, spiežot uz Atbildēt (lūdzam nepārsniegt 1 MB izmēru).



3. Rīki digitālo datu vizualizēšanai

- Grafiskā dizaina rīki, lai izveidotu prezentācijas un animācijas

Praktisks uzdevums

Obligātais uzdevums

Šajā praktiskajā uzdevumā jūs uzskatīsit, kā izmantot dažādas rīku Powtoon.com, lai veidotu animētas videoklipus un prezentācijas, lai piesaistītu jūsu auditorijas uzmanību, padarot informāciju un mācību materiālus "atviegļotus". Ar Powtoon prezentācijām varat mijiedarboties, mācīt un iesaiņt savu auditoriju.



Kāpēc veidot prezentāciju?

Lai informētu



Lai instruētu



Lai izklaidētu



Lai iedvesmotu un motivētu



Lai stimulētu



Lai pārliecinātu



4. Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai



Young Work 

Šajā nodaļā mēs
apskatīsim dažus
aptauju
veidošanas rīkus, kas
pieejami tiešsaistē

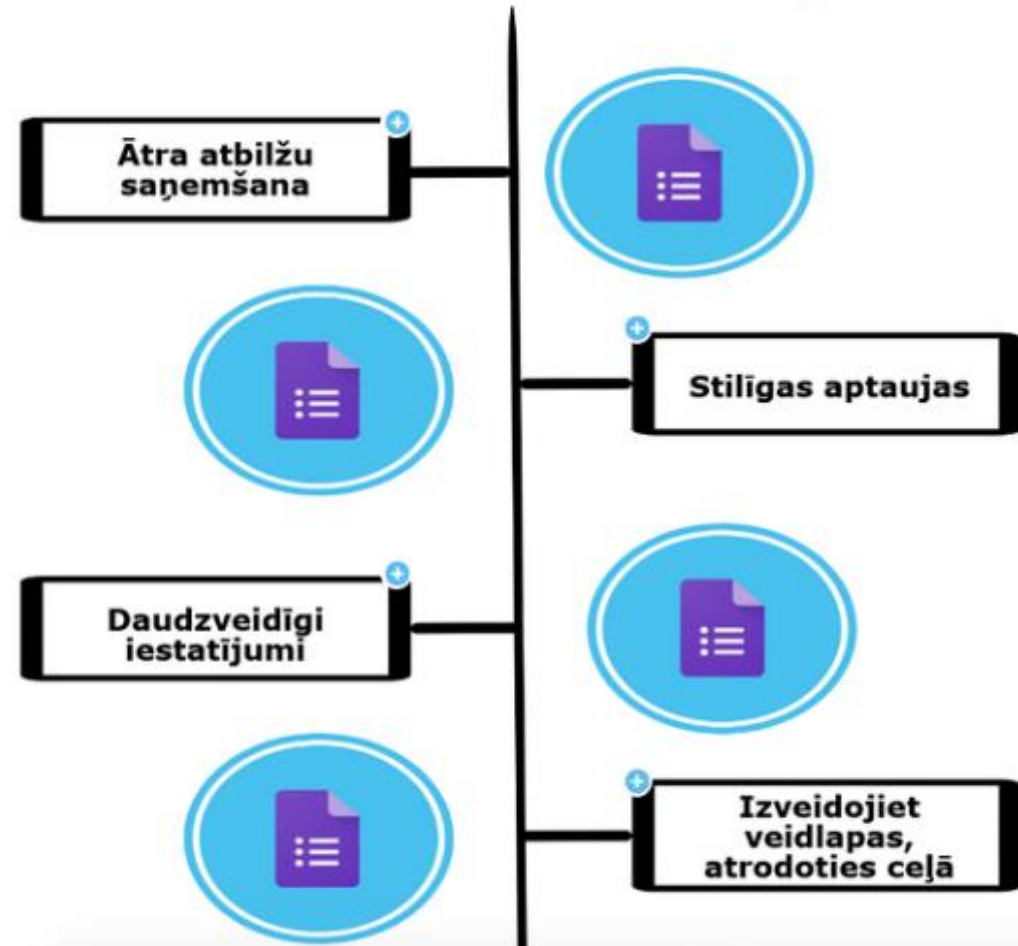


4. Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai

Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai

- ievads
- Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai
- Svarīgi ieteikumi pirms uzsākat aptaujas veidošanu
- Google formas
 - Video par Google aptauju veidošanu
- Praktisks uzdevums
- Izmantotie avoti
- Novērtēšana - Rīki tiešsaistes aptauju organizēšanai

Google veidlapas



5. Sociālie tīkli



Youth Work HD

Sociālie tīkli
ir ļoti spēcīgs
instruments, lai
iekļautos jauniešu
vidū un tos
ieinteresētu

© 2015

5. Sociālie tīkli

- Kas ir sociālie tīkli?
 - Kāpēc un vai man tie nepieciešami?
 - Pirmie soļi sociālās startēģijas izveidei
- Populārākie termini
- Jūsu mērķauditorija
 - Par ko tā interesējas
- Atrodiet Jums piemērotāko sociālo tīklu
 - Kuros sociālajos tīklos slēpjas Jūsu auditorija
 - Tests: Kur es iederos?
- Facebook
 - Profila izveide
 - Ko un cik bieži Jums vajadzētu publiskot
 - Padomi un noteikumi

Facebook

Facebook lietotāju iedalījums pēc dzimuma
55% sievietes un 45% vīrieši



Vidējais vecums 24-34 gadi



Katru dienu vairāk kā 300 miljonu fotogrāfiju tiek augšupielādētas



Vidēji katram Facebook lietotājam ir 229 draugi



Facebook vietnē piespiests "Patīk" tiek 4,5 miljoni reižu katru dienu



Interneta lietotāji vairāk laika pavada Facebook vietnē, nekā jebkurā citā vietnē



5. Sociālie tīkli

- Instagram
 - Profila izveide
 - Ko un cik bieži jums vajadzētu publiskot
 - Twitter
 - Profila izveide
 - Ko un cik bieži jums vajadzētu publiskot
 - Padomi un noteikumi
- Sociālie tīkli neapstājas ar šo
- LinkedIn
 - Pinterest
 - Snapchat
- Sociālo tīklu saturs
- Top kļūdas sociālajos tīklos

Padomi un vadlīnijas



Nesūtiet spamu jeb surpgātpastu:

Esiet pārleicināti, ka Jūsu tvīti nesatur nevajadzīgu informāciju un lai tie ir noderīgi Jūsu sekotājiem.

Mirkļbirkas:

Izmantojot #haštagus, Jūs sasniegsiet plašāku auditoriju. Daudzi cilvēki seko sarunām, izmantojot dažādas mirkļbirkas. Hashtags ir domāts kā īsceļš, lai izskaidrotu par ko Jūs tvītojat un, lai parādītu, ka esat daļa no sarunas vai notikuma.




Saišu saīsināšana:

Twitter tagad automātiski saīsina Jūsu saites, taču jums vajadzētu apsvērt iespēju izmantot atsevišķu saīsināšanas pakalpojumu, kā piemēram ej.uz.

Paldies!

Darbinieks, kas strādā ar jauniešiem, ir supervaronis

Chapter 2 - Youth worker is a superhero



Psychologist

Communicator

Facilitator

Motivator

Expert on the topic

Have information and resources

Understand

Follow development Of technologies

Know languages

Be passionate!