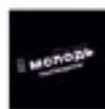




# АКТИВНА МОЛОДЬ рушій розвитку громад

Проект реалізується ГО «Фонд сприяння демократії» в рамках грантового конкурсу «Голоси громад в умовах війни», що впроваджується НУО «Сучасний Формат» за підтримки Національного фонду сприяння демократії.



# Важливість громадського суспільства

Слугує соціальною основою держави, не існує поза державою.

Розвивається в системі взаємодії з державою через партії, вибори, представницькі органи влади, а також через групи та об'єднання за інтересами.

Впливає на створення і функціонування державних органів у власних інтересах.

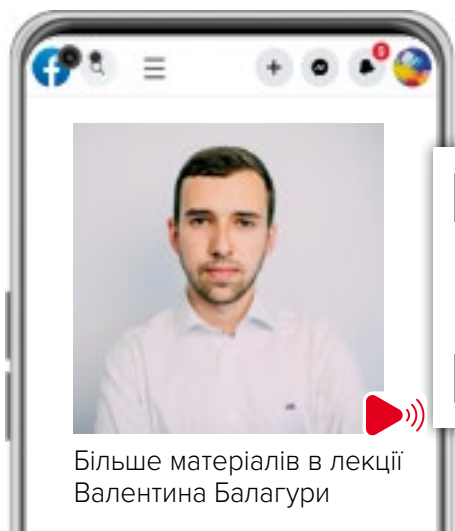
Потребує від держави охорони і захисту життя, здоров'я, безпеки громадян, але не допускає втручання держави в їх приватні інтереси.

Використовує норми права, встановлені і закріплені державою у формах права – нормативно-правових актах, нормативно-правових договорах, правових прецедентах тощо.





# ЯК МОЛОДЬ МОЖЕ БРАТИ УЧАСТЬ У ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ



Більше матеріалів в лекції  
Валентина Балагури





**Чи  
прискорює  
війна  
ймовірність змін?**

**Так!**

**Чи  
гарантовані  
такі зміни?**

**Ні!**

## **Від чого залежить ймовірність змін?**

Від змобілізованості та наполегливості суспільних груп, зацікавлених у змінах. Важливо щоб ці групи були здатні, з одного боку, змусити владу піти на суттєві поступки суспільству, а з іншого, зберегти працездатність державних інститутів.

Однією із таких суспільних груп, традиційно є молодь.





## Молодь — «драйвер» змін в Україні



**1990**

Револуція  
на граніті



**2004**

Помаранчева  
револуція



**2013-2014**

Револуція  
Гідності



**2014**

Волонтерство та участь  
у добровільчому русі на  
початку агресії РФ



**2022**

Волонтерська робота,  
значна частина із діючих  
службовців в ЗСУ

Чому  
молодь  
може це  
зробити?

Більше енергії

Більше вільного часу

Відсутність фрустрації

Переконання, що все можна змінити

Висока здатність використовувати сучасні  
засоби комунікації



## Чому молоді не вдавалось до сьогодні?

(до початку повномасштабного вторгнення)

1

Гидливе ставлення до вертикальних структур та недовіра до політиків

2

Відсутність знань і навичок щодо організації громадянської діяльності

3

Низький рівень політизації: лише 31,7% молоді слідували за політичним життям

4

Архаїчні та нецікаві схеми роботи громадських та політичних об'єднань з молодіжним сегментом

5

Низький рівень політичної участі – лише трохи більше половини молодих людей (51,3%) брали участь у виборах

6

«Прихований патерналізм» - переконаність, що держава чи громадсько-політичні організації мають забезпечити умови для активності молоді





## Якісні зміни в життєвих установках після початку війни?

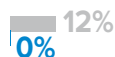
Дані взяті з опитування «Вплив війни на молодь України»  
<https://cedos.org.ua/researches/vpliv-vijni-na-molod-v-ukrayini/>



Бажання набуття суб'єктності (бути вільними та незалежними у своїх рішеннях та вчинках) зросло з 28% до 52%



Бажання принести користь своїй країні зросло до 6% до 37%



Бажання спокою та ні в що не втручатися зменшилось з 12% до 0%



Небажання емігрувати з України зросло з 49% до 66%



Кількість прихильників вступу до НАТО збільшилася з 59% до 80%



Кількість прихильників вступу до ЄС збільшилася з 67% до 84%

**30%** Кількість респондентів, що почали займатись волонтерською діяльністю за останній рік склала – 30%

## Які цілі діяльності «молодіжного лобізму» на місцевому рівні?

- Зміна ролі молоді зі спостерігачів на виробників політики
- Вплив на ухвалення рішень
- Підвищення якості рішень
- Підвищення громадянської активності молоді
- Врахування думки молоді з тих чи інших питань



## Чи готові особисто ви долучитись до процесу відновлення у вашій громаді?

Дані взяті з опитування «Вплив війни на молодь України»  
<https://cedos.org.ua/researches/vpliv-vijni-na-molod-v-ukrayini/>

Вже долучився	Так	Скоріше так	Скоріше ні	Ні	Важко відповісти
1%	35%	37%	7%	8%	12%

## Які структури доцільно використовувати для діяльності «молодіжного лобізму» на місцевому рівні?

- Місцеві органи виконавчої влади
- Органи самоврядування
- Громадські об'єднання
- Органи учнівського та студентського самоуправління
- Молодіжні центри
- Молодіжні консультативно-дорадчі органи
- Місцеві осередки політичних партій







## Які існують рівні «молодіжного лобювання» на місцевому рівні?

Рівень	Інструмент
Рівень інформування	Офіційне інформування (низька ступінь ефективності)
	Неофіційне інформування (часто бракує навичок та знань для ефективної роботи)
Рівень консультування	Консультування з представниками молоді (пріоритет віддається контактам із організованими групами)
	Електронні консультації
	Спілкування під час тематичних форумів чи круглих столів
Рівень діалогу	Громадські слухання
	Публічні заходи
	Створення багатосторонніх дорадчих та консультативних груп
	Публічні онлайн – запити
Партнерство	Розроблення проектів рішень під час взаємодії з представниками молоді
	Участь представників молоді в органах та комісіях
	Спільна розробка проектів
	Співпраця при реалізації рішень та заходів



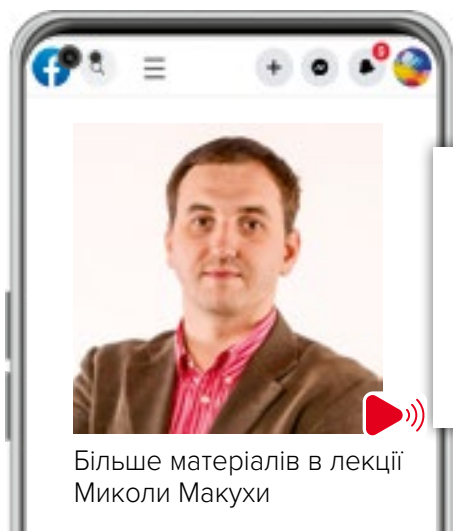
## Які існують механізми для участі молоді в громадській діяльності?

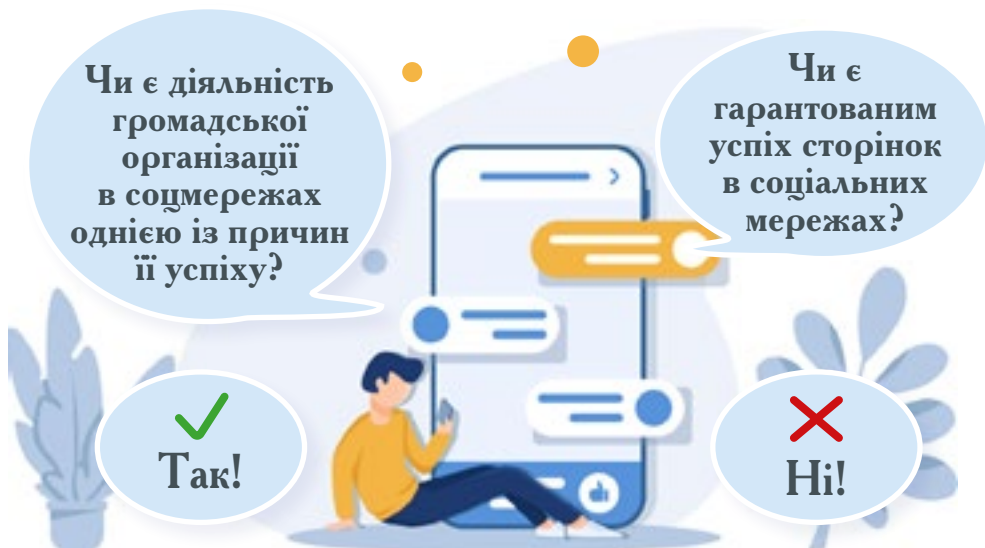
- 1 Набудьте суб'єктності.** Сприйняття одинака (навіть найрозумнішого та найорганізованішого) та представника об'єднання суттєво відрізняється. Якщо людина говорить від імені певної структури, це суттєво збільшує його вагу серед владних органів, ЗМІ та потенційних партнерів.
- 2 Збільшуйте кількісний та якісний склад вашої організації.** Значущою є розвиток потенціалу та навичок місцевих організацій, щоб вони могли активно брати участь у формуванні політики, розробці проектів та наданні послуг.
- 3 Створіть власне унікальне позиціонування.** Організація, яка матиме репутацію структури, що працює із певною нішею чи має якісь унікальні риси (які відрізняють її від загалу) суттєво розширює свою впливовість. Такі організації стають впізнаваними та отримують позитивну репутацію. Саме це дозволяє організації більш ефективно лобювати ті чи інші рішення.
- 4 Використовуйте електронну участь.** Ініціатива щодо створення електронних інструментів дозволить вам: по-перше, протестувати наскільки та чи інша ідея є резонансною; по-друге, налагодити контакт із громадянами, для яких вирішення цієї проблеми є актуальною; по-третє, в разі успіху, дозволить вам говорити про свій вплив.
- 5 Спробуйте налагодити співпрацю між вашою організацією та державними структурами.** В разі успішного розв'язання того чи іншого питання на місцевому рівні, вага вашої організації суттєво збільшиться.
- 6 Пропонуйте підписання рамкових документів для співпраці.** В Україні така практика слабо поширена, проте у багатьох європейських країнах розроблені рамкові угоди, що визначають ініціативи, ролі, обов'язки та процедури співпраці між громадськими організаціями та органами державної влади. Ці документи створюють чітку основу для партнерства та сприяють постійному діалогу та взаєморозумінню між сторонами. Вони можуть включати двосторонні угоди з парламентом або урядом, стратегічні документи та офіційні програми співпраці, прийняті органами державної влади.





# МЕТОДИ КОМУНІКАЦІЇ ПРО СВОЮ ДІЯЛЬНІСТЬ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ





## Від чого залежить успішність сторінок громадської організації в соцмережах?

- Актуальність та резонансність інформації.
- Вміння чітко визначити власну цільову аудиторію.
- Майстерності у визначенні пріоритетів цільової аудиторії.
- Присутності (чи принаймні заангажованості) відомих осіб на сторінках соцмереж.
- **Головне** – грамотна методика використання соціальних мереж.



## Чи відбулись зміни в отриманні інформації після початку повномасштабного вторгнення?

- ▶ У значної кількості громадян виникла потреба перебувати у постійному інформаційному потоці.
- ▶ Навіть громадяни, які раніше уникали перегляду новин, почали їх відстежувати.
- ▶ Більшість громадян використовують різні джерела для відстеження новин.
- ▶ Частина споживачів розважального контенту відмовилась від його перегляду та переорієнтувались на перегляд новин чи суспільно-військово-аналітичного продукту.
- ▶ Частина споживачів розважального контенту, в зв'язку із вилученням деяких розважальних програм з ТВ, шукають його у YouTube. Проте навіть ці глядачі, переглядають новини в проміжку між переглядом розважального контенту.
- ▶ Основним засобом перегляду новин став смартфон. Перегляд телевізорів суттєво зменшився.

### Пристрої для отримання інформації



Смартфон

**82%**



Ноутбук, комп'ютер, планшет

**35%**



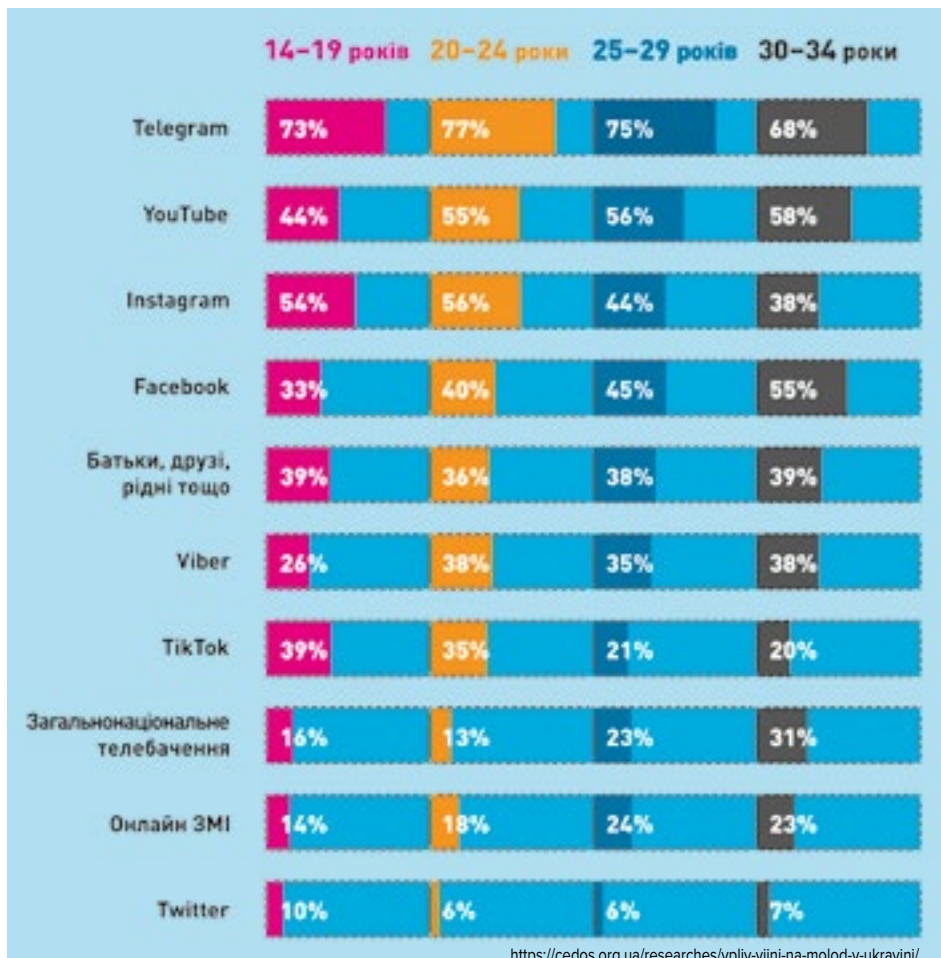
Телевізор

**34%**



## Яка специфіка перегляду новин серед молодіжної аудиторії?

Джерела інформації, що використовували громадяни у віці 14-34 років.



<https://cedos.org.ua/researches/vpliv-vijni-na-molod-v-ukrayini/>





## Які основні характеристики найбільш популярних соцмереж?



### Telegram

Шалені темпи зростання охоплення. Значно менше обмежень, ніж на YouTube. Добре заходять лайфхаки та різного роду «гайди».



### YouTube

Великі темпи зростання аудиторії. Останнім часом виконує не тільки функції відеохостингу, а почав перетворюватися на подобу пошукової системи і навіть навчальної платформи.

Робота в YouTube потребує додаткового обладнання та навичок відеомонтажу.



### Instagram

Хоча гендерні дисбаланси скорочуються, проте серед аудиторії переважають жінки. Вікове охоплення – переважно 18-34. Популярна у великих містах.

Серед аудиторії традиційно підвищена увага тематиці подорожей та бізнесу «короткої відстані» - практично 90% користувачів підписані хоча б на один комерційний аакаунт.



### Facebook

Втрати в охопленні. Залишкова популярність серед вікових категорій 30+.

Може використовуватись як засіб для збору думок та апробації ідей.



### Twitter

Значно більш популярний в США, Канаді та Європі. Особливо важливий ресурс соцмережі – використовується закордонними стейкхолдерами.



### **TikTok**

Спочатку сприймався як «Youtube для підлітків». Зараз вікове охоплення розширюється. Проте, поки, молодь лишається основною аудиторією.

Класичний формат – короткі відео, наскільки можна смішні – є не дуже актуальним під час війни. Сьогодні спостерігаються спроби використовувати TikTok під формат «воєнного часу».

В класичному «розважальному форматі» відео може стати вірусним за декілька годин.

## **Які два основних тактичних шляхи просування в соцмережах?**



### **МІНІМАЛЬНИЙ**

Концентрація зусиль відбувається на одній-двох соціальних мережах.



### **КІЛЬКІСНИЙ**

Намагання «засвітитися» усюди де можна – спробувати охопити аудиторію за рахунок усіх можливих помереж.

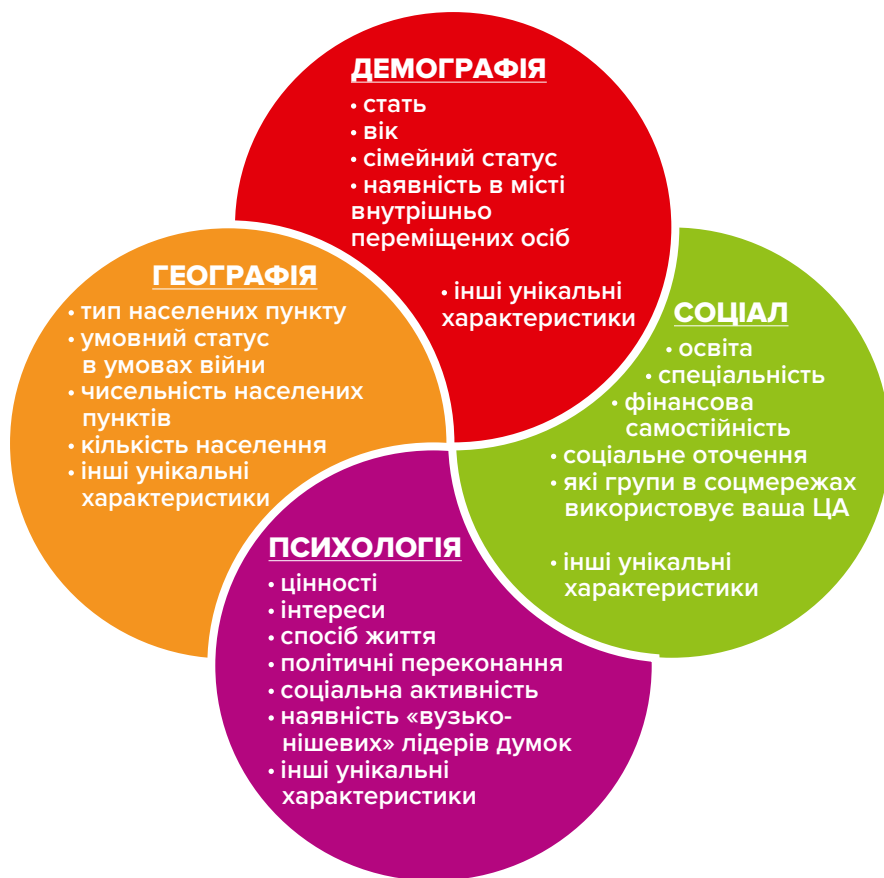
Вибір залежить від специфіки цільової аудиторії та форми вашої діяльності. Проте, головне – пріоритет в тактиці просування залежить від ваших можливостей та від вас самих. Відчуваєте, що вашої енергії вистачить на усі соцмережі обирайте кількісну тактику. Розумієте, що краще зосередитись на одній-двох платформах, робіть саме так. Вибір виключно за вами.







## Як зробити профіль цільової аудиторії?



Приклад носить дорадчий характер. Якщо той чи інший пункт є неактуальним, можна відмовитись від нього. Особливу увагу варто приділити «іншим унікальним характеристикам», якщо такі є.



## Аудиторія Facebook і що із цим робити?

З початку 2010-х років найбільш соціально активною мережею вважається Facebook. Цілком можливо, що деяка частина вашої цільової аудиторії по інерції користується цією мережею.

Годі сподіватися, що основний масив вашої ЦА автоматично мігрує із звичних площадок до вашої сторінки в іншій соцмережі.

### Дві стратегії переведення аудиторії з Facebook

#### МІМІКРІЯ

Адаптуватися в соцмережу із вже існуючою групою та використовувати її для цілей вашої громадської ініціативи.

Проте це несе із собою декілька складнощів:

1. Facebook обрізає охоплення, залучення та нових підписників (навіть відписує);
2. Перенасиченість контентом (кількість людей, сторінок, проєктів...);
3. Алгоритми Facebook/Instagram створюють інформаційну бульбашку, з якої важко вийти;
4. У багатьох «забанена» кнопка repost
5. Ця площадка залишатиметься чужою і вам доведеться грати за чужими правилами – вас, будь-якої хвилини, можуть обмежити в доступі чи забанити.

**ПРЕВАГИ** – не треба буде використовувати час та енергію на адміністрування групи.

#### ПРОАКТИВНИЙ

Використовувати існуючі групи для:

1. Переведення аудиторії на вашу сторінку.
2. В подальшому використовувати існуючі групи як додатковий ресурс інформування про свою діяльність.

**ПЕРЕВАГА** – ви буде контролювати нову площадку.

**НЕДОЛІКИ** – витрачання значної кількості часу та енергії на створення нової площадки, переведення з однієї соцмережі до іншої, адміністрування сторінки.

Вибір стратегії використання стратегії переведення – за вами. Головне – діяти!





## Які базові принципи роботи із соцмережами?

- 1 Скромність в добу суцільного PR-у – дорівнює смертельному гріху. Дійте за принципом – щось зробив, скажи про це.
- 2 Не бійтеся експериментів з контентом – невідомо що вистрелить.
- 3 Рекламний бюджет (у разі наявності) – перерозподіляти між різними платформами.
- 4 Робіть більше контенту на вашій основній площадці, та інформуйте про це аудиторію на сторінках інших соцмереж).
- 5 Не перетворювайте контент на копіпаст пресрелізів. Робіть рерайт ваших повідомлень під соціальні медіа.
- 6 Якщо є потреба у великому тексті чи дослідженні, розмістите його на іншому ресурсі та давайте короткий опис із посиланням на більший текст чи дослідження.
- 7 Відмовтесь від практики «посилання під першим постом». Особливо по важливим для вас темам. Збільшення кліків автоматично зменшує кількість переходів.
- 8 Робіть контент-план, навіть якщо працюєте самостійно. Це збільшує дисципліну/ самодисципліну.
- 9 Використовуйте хайп. Пишіть пости на актуальний порядок денний. Якщо ваша організація є тематичною – прив'яжуйте хайпові теми до вашої спеціалізації.
- 10 Підтримуйте інтерактивне спілкування із своєю аудиторією.
- 11 Пишіть на тему своєї унікальної тематики, а не про життя вашої організації. Навряд чи сьогодні у вашої організації багато фанів, яким цікаві ваше організаційне життя.
- 12 Непоганим мобілізаційним чинником для ЦА є: опитування та петиції з нагальних потреб. Якщо ваша організація може таке організувати, використовуйте цей механізм.



## Як оформлювати пости в соцмережах?

- 1 При написанні посту намагайтесь робити «якір» - перше речення має бути яскравим, афористичним. Бажано – коротким.
- 2 Так само пишть основний текст короткими реченнями.
- 3 Не зловживайте кількістю тексту в постах. В разі потреби краще зробіть великий текст чи дослідження на іншому ресурсі та розмістіть посилання на нього під коротким текстом.
- 4 Робить багато абзаців.
- 5 Використовуйте смайли (значки, знаки оклику, знаки запитання, стрілки – і таке інше).
- 6 Використовуйте ілюстрацію яка чіпляє.
- 7 Використовують хештеги - #хештегипрацюють.
- 8 Використовуйте посилання на чужі тексти та дослідження як нагадування про свої. Але не дублюйте новинну стрічку.
- 9 Не зловживайте кількістю тексту на ілюстраціях. Навіть при яскравій картинці, багато дрібного тексту читатиме лише ваша бабуся.



### Де можна брати безкоштовні ілюстрації?

1. <https://www.flickr.com>
2. <http://pixabay.com/>  
(пошук російською мовою)
3. <http://www.pexels.com/>
4. <https://unsplash.com/>
5. <http://libreshot.com/>
6. <https://gratisography.com/>
7. <https://morguefile.com/>
8. <http://www.stockvault.net/>
9. <http://pdphoto.org/>
10. <http://www.photos-public-domain.com/>
11. <http://publicdomainarchive.com/>
12. <https://www.rawpixel.com/>
13. <https://www.reshot.com/>

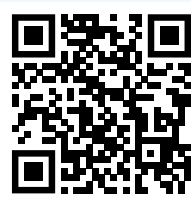




## Як розкрутити свою сторінку?

- 1 Повідомляйте про свою діяльність на інших площадках.
- 2 Якщо є можливість, використовуйте платну рекламу.
- 3 Беріть участь у тематичних підбірках.
- 4 Якщо у вашій ніші тематичні підбірки відсутні, створіть власну.
- 5 Якщо створюєте власний унікальний візуальний контент, розміщуйте на ньому своє лого чи адресу сторінки.
- 6 Домовтесь із дружніми каналами про можливість взаємного розміщення посилань.
- 7 Використовуйте «гостьові публікації» - домовтесь із автором іншого каналу написати допис на вашу сторінку. В самій публікації згадаєте гостьового адміна та його канал.
- 8 Інший варіант «гостьової публікації» - самостійно написати допис, але вказати, що інформацію брали ось у цього адміна в ось цьому каналі.
- 9 Використовуйте Crosser Bot для аналізу аудиторії каналів і чатів в Telegram.

### Де знайти інструкції «Як зробити бота для Telegram-каналу?»





## Які принципи роботи в YouTube?



## Які безкоштовні фоторедактори існують?

1. <http://www.befunky.com/>
2. <https://www.picmonkey.com/>
3. <https://pixlr.com>
4. <https://crello.com/ru/>
5. [https://www.canva.com/ru\\_ru/fotoredaktor/](https://www.canva.com/ru_ru/fotoredaktor/)
6. <https://www.fotor.com/ru/>
7. <http://editor.pho.to/ru/>
8. <https://avatan.ru/#/editor> шрифти+
9. <https://fotostars.me/>
10. <https://www.picmonkey.com/> багато ефектів, але галімі шрифти
11. <https://online-fotoshop.ru/> середньої паршивості ресурс





## Для чого використовувати візуалізацію?

Продовження історії (в пості текст, у візуалізації дані, розрахунки, показники)

Нудну інформацію подати у привабливому вигляді

Забезпечує цитованість у медіа (бо візуалізація – додана вартість до контенту)



Можливість «полегшити» пост (виключити важкі описи даних)

Впливає на охоплення аудиторії, збільшення like & share

### Які існують інструменти візуалізації?

1. Google Drive («просунутий рівень» - Google Fusion Tables, Google Charts)
2. Infogr.am
3. Datawrapper
4. easel.ly
5. piktochart.com
6. infoactive.co
7. Діаграми: <http://creately.com/>

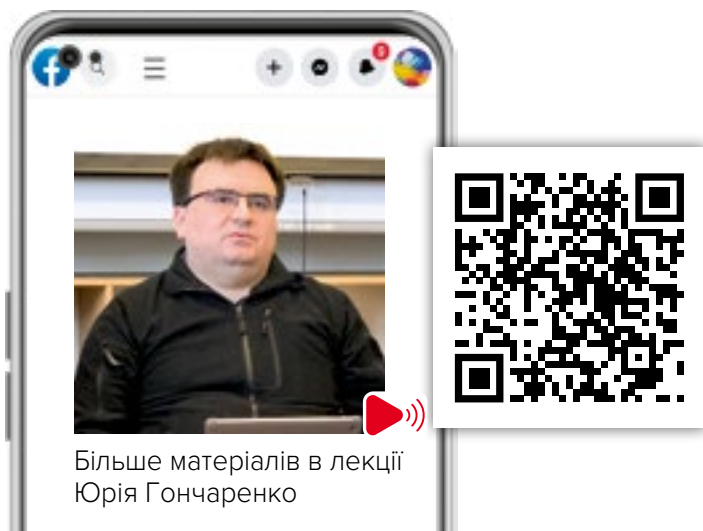
### Де можна брати розширений набір іконок?

<https://facebook-emoticons.ru/downloadastro.com/tools/>  
<https://uk.piliapp.com/facebook-symbols/>

### Які існують корисні ресурси та боти для роботи каналу в Telegram?

Реєстрація в каталозі (+бот)  
[uk.tgstat.com](http://uk.tgstat.com)  
<https://tlgrm.ru/>  
<https://catalog-telegram.info/>  
<http://www.телеграм.укр/каталог/>  
<http://tcnl.ru/>  
<http://tsear.ch/>  
<http://telegram.org.ru/channels>  
<http://tlgrm.pro/channel>  
<http://telegramzy.ru/katalog-kanalov>  
<https://telegram.bz/>  
<http://catalog-telegram.info/>

# ВПЛИВ НА ОРГАНИ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ З ПОЗИЦІЙ ЗВИЧАЙНОГО ГРОМА- ДЯНИНА ТА/АБО ПРЕДСТАВНИКА ГО







Чи може громадськість впливати на політику державних органів?

Так!



Чи гарантованим є такий вплив?

Ні!

## Від чого залежить вплив громадськості на державні органи?

Від активності й наполегливості громадських організацій, вміння ГО організувати створення коаліцій та грамотного впливу на суспільну думку.

Що є початковим кроком для громадської діяльності?

НЕГАТИВНА ЕМОЦІЯ ЩОДО ТОГО ЧИ ІНШОГО ФАКТУ СУСПІЛЬНОГО ЖИТТЯ.

УСВІДОМЛЕННЯ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

ГОСТРОЇ РЕАКЦІЇ ЩОДО ПОРУШЕННЯ СУСПІЛЬНИХ НОРМ



## Чому важливі негативні емоції?

Негативні емоції допомагають людям побачити та відчути проблему. Різниця між громадянськими суспільствами та тираніями полягає в тому, що в громадянському суспільстві люди можуть не лише висловлювати свої емоції щодо негативних суспільних явищ, але й мають інструменти тиску на державні органи для усунення тих чи інших недоліків.

В тираніях все навпаки – висловлювання власних емоцій щодо негативних явищ може потягнути за собою санкції з боку влади на різних рівнях. При цьому жертва санкцій обмежена в правах власного захисту, як на рівні державних органів (оскарження рішень), так і на рівні суспільних інститутів (розголошення в ЗМІ, відсутність підтримки з боку суспільних груп).

## Чому важливі цінності?

Цінності являють собою основоположні переконання, що є правильним і що неправильним.

Кожна соціальна спільнота базується на цінностях, тобто на уявленнях про добро та зло або ж пр. правильне та неправильне.

## Чому важливі норми?

Цінності трансформуються у норми, а норми – у закони та приписи. Вони захищають нас і вони обмежують нас. Ми не можемо робити все, що нам, можливо, хотілося б робити, проте натомість ми маємо гарантію, що інші також не зможуть робити все, що вони, можливо, хотіли б робити.





## З чого починається громадська діяльність на світоглядному рівні?



**1** пошуку середовища чи людей, які поділяють ваші негативні емоції щодо того чи іншого явища

**2** визначення цінності, які громадянин готовий захищати

**3** визначення мети, яку громадянин хоче досягти – тобто які ваші цінності мають стати нормативними

Це потрібно і для вас, і тому що ані ваші потенційні прихильники, ані потенційні спонсори/грантодавці вас не підтримають, якщо не побачать за що і якими методами ви збираєтесь боротися

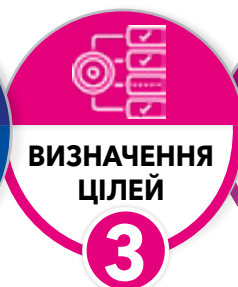
## З чого починається громадська діяльність на організаційному рівні?



чим організація буде керуватись у власній діяльності



того, чого ви хочете досягнути як кінцеву мету вашої організації



досяжні орієнтири за чітко визначений термін та план дій



інструментів досягнення цілей



## Які ризики несе з собою громадська діяльність персонально для вас?

- Органи влади не будуть дослухати до вас.
- Ваші поради і вимоги держслужбовці та політики будуть сприймати як ворожі.
- Чим ближче до вирішення питання ви будете перебувати – тим сильнішим буде опір.
- Вас можуть пробувати підкупити, дискредитувати.
- У вас може виникнути бажання здатися і стати на шлях поганих компромісів.

## Які теми є актуальними на місцевому рівні?

- Комуналка
- Екологія
- Благоустрій
- Сфера послуг
- Забудови
- Самоврядування

## З чого починається активізм?



Ваш шлях майже завжди має початися з того, що ви:

- більше не будете байдужими до проблем, які бачите;
- ви зрозумієте, що ці проблеми - «ваша справа»!





## Які форми може набувати громадянський активізм?

### ОРГАНІЗОВАНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ РУХ

Громадські організації, наприклад такі, що за визначеною законом процедурою одержали статус і повноваження суб'єктів громадського контролю, а також органи самоорганізації населення та ЗМІ

### НЕОРГАНІЗОВАНИЙ ГРОМАДСЬКИЙ РУХ

Ініціативні групи громадян, наприклад мінімально необхідної чисельності згідно з вимогами закону, які не поєднані між собою у будь-які організаційні форми і представляють власні інтереси або, ситуативно, спільні інтереси жителів, користувачів або споживачів певної соціальної групи

## Що є основним на початку діяльності організації?

- 1** Знайти людей, яких хвилює проблема, яка хвилює вас.
- 2** Знайти людей, які здатні побороти лінощі, страх та «внутрішній опір» для вирішення цієї проблеми, а не лише для обурення.
- 3** Скоординувати дію новоутвореної групи.



## Що для цього треба зробити?

### Розвивати комунікаційні навички

вам доведеться стикнутися із людьми які мають різний рівень освіти чи мають різні уявлення про життя. Бажано вміти досягти спільну мову із усіма.

### Бути толерантним

вам може не подобатись людина яка пропонує співпрацю. Вам вирішувати – чи готові ви з нею співпрацювати щоб вирішити проблему.

### Досягти перших успіхів

люди йдуть за успіхом. Перші, навіть невеличкі перемоги збільшують кількість людей, які здатні з вами співпрацювати та підтримувати діяльність вашої організації.

## Що таке громадський контроль?

Основними групами об'єктів громадського контролю є:

- органи державної влади;
- органи місцевого самоврядування;
- державні та комунальні підприємства;
- установи, організації, що надають публічні послуги.

### Процедури громадського контролю:

- Контрольна перевірка
- Громадський моніторинг
- Громадська експертиза
- Громадський аудит
- Громадське розслідування





## Які є інструменти громадянського активізму?



Листи, в тому числі електронні



Петиції



Соціальні мережі

## Які є унікальні органи громадянської активності для молоді?

Молодіжні ради  
різного рівня

Молодіжні  
парламенти

Інші молодіжні  
консультативно-  
дорадчі органи.

### Які додаткові інструменти дають молодіжні консультативні органи?

- Надають пропозиції, висновки, рекомендації щодо питань формування та реалізації молодіжної політики, обов'язкові до розгляду органом при якому її утворюємо.
- Здійснюють моніторинг і оцінку ефективності реалізації молодіжної політики на регіональному та місцевому рівнях.
- Здійснюють громадську експертизу фінансування заходів молодіжної політики.



## Де брати ресурси для діяльності організації?

Міжнародні  
грантодавчі  
структури.

Українські,  
в тому числі,  
й державні

Регіональні  
і приватні  
фонди



## Що треба робити для успішного розвитку організації?



Відвідування тренінгів.



Самостійне вивчення законодавства.



Обмін досвіду із колегами.



Реалізація програм інституційного та організаційного розвитку.



Відвідування семінарів та конференцій вашої тематики.



Закордонне стажування та інші програми.





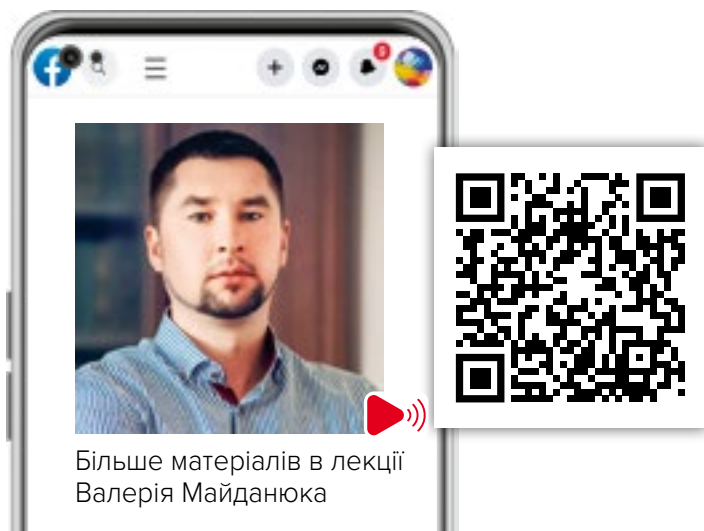


## Де брати інформацію про актуальні гранти?

	Громадський простір		<a href="https://www.prostir.ua/">https://www.prostir.ua/</a>
	ГУРТ		<a href="https://gurt.org.ua/">https://gurt.org.ua/</a>
	ІСАР Єднання		<a href="https://ednannia.ua/">https://ednannia.ua/</a>
	House of Europe		<a href="https://houseofeurope.org.ua/">https://houseofeurope.org.ua/</a>
	Платформа «Маркетплейс»		<a href="https://cd-platform.org/granti">https://cd-platform.org/granti</a>
	IREX		<a href="https://www.irex.org/region/europe-eurasia/ukraine">https://www.irex.org/region/europe-eurasia/ukraine</a>
	USAID		<a href="https://www.usaid.gov/ukraine">https://www.usaid.gov/ukraine</a>
	Мріємо та діємо разом		<a href="https://mriemotadiemorazom.org/">https://mriemotadiemorazom.org/</a>
	EU NEIGHBOUR EAST		<a href="https://euneighbourseast.eu/uk/opportunities/">https://euneighbourseast.eu/uk/opportunities/</a>
	ВЕЛИКА ІДЕЯ		<a href="https://biggggidea.com/opportunities/?category=1">https://biggggidea.com/opportunities/?category=1</a>



# ЯК ЕФЕКТИВНО НАЛАГОДИТИ РОБОТУ ГРОМАДСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ





Чи важлива правильна структура для успішної діяльності громадської організації?

✓  
Так!

Чи існує єдина, універсальна формула управління для всіх типів громадських організацій?

✗  
Ні!



## Якою є основа успішної ГО?



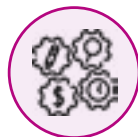
Мета і завдання



Команда



Партнери



Ресурси

Якою має бути структура ефективної ГО?

Актив

Керівник

Виконавчий орган ГО

Традиції

Статут

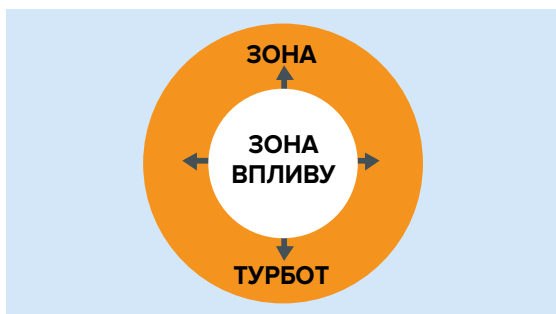


## Якою має бути комунікація успішної ГО?

- Ефективні комунікації між учасниками
- Професіоналізм членів команди.
- Орієнтація на загальний успіх.
- Гнучкий розподіл функцій між членами команди.
- ГО - проектна команда.
- Команди які не розвиваються і не зростають складно назвати успішними. І організації, які не мають успішних команд також складно назвати успішними.

## Які є зони роботи ГО?

Команди громадських організацій, зосереджені на колі турбот можуть швидко втратити сенс своєї роботи. Такі команди частіше відчувають безпорадність під час кризи.



Команди, зосереджені на колі впливу — активно розвиваються навіть за несприятливих зовнішніх обставин.

## Як подолати кризу в організації?

- Інформуємо
- Тримаємо зв'язок
- Комунікуємо рішення
- Додаємо емпатії та турботи
- Відстежуємо ресурсність
- Надихаємо один одного
- Уникаємо токсичних людей





## Які можуть бути стилі лідерства ГО?



### АВТОРИТАРНИЙ

– коли влада керівника є визначальною, все тримається під суворим контролем.



### ДЕМОКРАТИЧНИЙ

– колегіальне вирішення завдань, довіра між членами організації, розвиток їх ініціативності, висока самосвідомість і відповідальність кожного.



### ЛІБЕРАЛЬНИЙ

– низька вимогливість, відсутність дисципліни та чіткого контролю за діями членів колективу.

## Якою має бути інформаційна політика ГО?

- 1 Активність у соцмережах -пріоритет.
- 2 Вирішіть, хто буде займатися вашими сторінками в соцмережах.
- 3 Хто ваша цільова аудиторія?
- 4 Встановіть конкретні та вимірювані цілі для своєї сторінки у соцмережах.
- 5 Використовуйте групи у соцмережах.
- 6 Підтримуйте зв'язок з пресою.



## Які є ознаки успішності ГО?

- Фінансово життєздатна
- Веде активну діяльність, вирішують важливі суспільні питання.
- Залучає до роботи волонтерів.
- Фінансова діяльність прозора і відома громадськості.
- Мають суспільну довіру. В умовах однакових пропозицій конкуренція відбувається на рівні репутації.
- Ведуть та демонструють облік успішності.
- Винагороджують мотивацію та результативність.

## Важливі запитання для успішної ГО

Відсутність розвитку дорівнює смерті. Отож, навіть найуспішніші організації, мають періодично задаватися питаннями:

- Якою ми бачимо організацію в майбутньому?
- Нагадуємо навіщо ми це все робимо?
- З ким ми працюємо.
- З ким ми точно не працюємо?
- Які потрібні спонсори та зв'язки?
- Як підбирати людей і які таланти нам потрібні?
- Як утримати їх в організації?
- Яка роль лідера і як оптимально керувати командою?



# Цінності ЄС зазначені в Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод

- Право на життя
- Заборона катування
- Заборона рабства і примусової праці
- Право на справедливий суд
- Ніякого покарання без закону
- Право на повагу до приватного і сімейного життя
- Свобода думки, совісті і релігії
- Свобода вираження поглядів
- Свобода зібрань та об'єднання
- Право на шлюб
- Право на ефективний засіб правового захисту
- Заборона дискримінації





# АКТИВНА МОЛОДЬ рушій розвитку громад

Більше за темою брошури можна довідатись в авторських лекціях проекту



**Валентин Балагура**

*«Як молодь може брати участь у діяльності місцевого самоврядування»*

**Юрій Гончаренко**

*«Вплив на органи державної влади з позицій звичайного громадянина та/або представника го»*



**Микола Макуха**

*«Методи комунікації про свою діяльність через соціальні мережі»*

**Валерій Майданюк**

*«Як ефективно налагодити роботу громадської організації»*



Текст —  
Костянтин Канішев



Комп'ютерний  
дизайн та верстка —  
Дмитро Сапон



[fpdi.org.ua](http://fpdi.org.ua)

ГО «Фонд сприяння демократії»