



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

**Проект на УСАИД за основно образование - ПЕП  
Зајакнување на капацитетите на училишните одбори**

**КОМУНИКАЦИИ**



# ВЕЖБА 1

**Тест за силни и слаби страни во  
комуникацијата**



# СОСТАНОЦИ



Состанокот е форма на групна работа, каде се разменуваат информации, се решаваат проблеми, се развиваат креативни идеи, се донесуваат одлуки или... се губи време



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Правила за организирање на ефикасен и ефективен состанок

- Добра подготовка на состанокот
- Извори на квалитетни информации
- Избор на учесници
- Дефинирање на целта на состанокот
- Дневен ред
- Соодветен термин и место на реализација
- Подготовка и доставување на потребни материјали
- Разумна временна рамка на состанокот



## Правила за организирање на ефикасен и ефективен состанок

- Однапред дефинирани правила на водење на состанокот
- Примена на комуникациски вештини
- Водење на поттикната дискусија
- Справување со различни типови на дискусанти
- Генерирање на идеи
- Консензуално одлучување
- Водење на записник



Поттикната дискусија на тема:

**Состојбите во училиштето  
од аспект на хигиената**



## Метод за поттикнување на дискусија

- Што се случува?
- Што од тоа што го слушна те наведе да кажеш/ мислиш дека...?
- Што уште?
- Дали некој размислува поинаку...
- Да ги слушнеме и другите кои не го кажаа своето гледиште...





## Што правеше фацитаторот додека ја водеше поттикнатата дискусија?

- Поставување на прашања
- Активно слушање
- Парафразирање
- Поврзување
- Говор на телото
- Консезус, взаемно решение



## Примарни чинители на квалитетна интерперсонална комуникација

- Гласовно изразување
- Визуелни елементи
- Карактеристики на личноста



## Активно слушање и парафразирање

- Проверка дали говорникот и слушателот се на иста линија
- Проверка дали има меѓусебно разбирање
- Водење на дискусијата на ниво на еднаквост
- Повторување на коментарите со свои зборови



## Повратна информација

- Информација која може да се употреби за да се дознае како е разбрана пораката од оној кој ја примил



## Состаноците се:

- Мегдан на соработката, довербата и поддршката меѓу членовите на УО
- Огледало на рамноправниот, партнерски однос меѓу различните засегнати страни во состав на УО, без присуство на доминација



## За состаноците е важно:

- Да завршат со позитивни коментари
- Взаемно да се испланираат активностите за подобрување
- Да се одржува добра клима за комуникација

**(Linn & Miller, 2005)**



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

Време е за...





# Комуницирање со внатрешни и надворешни партнери





Со квалитетно комуницирање градиме рамноправен,  
взаемен однос за постигнување на заеднички  
определената цел



## Комуницирањето претставува:

- Процес на размена на пораки (вербални или невербални), помеѓу најмалку две лица со одредена цел или намера
- Секоја размена се одвива во рамки на некоја ситуација – контекст на комуникација
- За успешна комуникација, неопходно е да постои прилагодување на сите учесници на разновидните ситуации на комуникација



## Неколку видови на деловна комуникација:

- Усна комуникација
- Пишана комуникација
- Телефонска комуникација
- Електронска комуникација
- Комуникација со медиуми



## Усна комуникација

- Добриот говор може да има особено силен ефект
- Да се одржи во вистинско време и од вистински говорник
- Информативен и убедувачки говор



## Пишана комуникација

- Најчесто користен медиум во деловната комуникација
- Лесно разбирлив и јасен текст
- Деловно писмо
- Известување за внатрешна употреба
- Соопштение за јавноста



## Телефонска комуникација

- Брз начин на комуникација
- Лесен пристап до информации
- Култура на телефонското комуницирање
  - запишете го точното име и титула на лицето што го барате
  - бидете јасни што сакате (информација, објаснување...)
  - претставете се
  - прецизно кажете што барате
  - правете паузи за да добиете одговор
  - фаќајте белешки за она што е кажано
  - прашајте дали може повторно да се јавите



## Интернет комуникација

Најдинамично средство за комуникација

- Електронска пошта
- Интернет страница на училиштето
- Социјални мрежи (блогови, Facebook, Twitter)
- Електронски весник



## Етика во деловната комуникација

- Деловната етика се јавува како резултат на обидите критички да биде осмислено однесувањето на личноста во рамките на организацијата, нејзината вредност и можностите, како и принципите врз кои почиваат меѓучовечките односи во самата организација.





## Етика во деловната комуникација

- Етиката вклучува учење за тоа што е правилно, а што погрешно
- Секој човек има потреба од правила кои ќе бидат рамка за однесувањето
- Етиката е збир на правила кои водат кон високо морално однесување и кои се јавуваат како основа за зачувување на организираниот начин на живот на поединците



## **Дискусија:**

**Кои се внатрешни, а кои надворешни  
партнери на УО?**



## Надворешни и внатрешни партнери

- Родители
- Локална заедница, граѓани
- Локална власт
- МОН, БРО, ДПИ
- Поддржувачи
- Донатори/ спонзори
- Доставувачи
- Други училишта/ Универзитети
- Бизнис заедницата



## Комуникацијата со партнерите вклучува:

- Поттикнување соработка
- Градење доверба
- Почитување на разликите
- Изразување на сопственото мислење
- Сослушување на мислењето на другите
- Почитување на принципите на еднаквост



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Комуникацијата со партнерите вклучува:

- Развивање на вештини за градење на интерперсоналните односи
- Создавање на глобална стратегија за соработка со локалната заедница.
- Одржливост на односите во сите животни ситуации
- Градење на мрежи за соработка и поддршка на долги патеки



## За комуникација со внатрешните партнери е важно:

- Поттикнување на лојалност кон училиштето - Ние/Нас/Наше
- Споделена - НИЕ одговорност
- Ние работиме заедно заради:
  - постигнување на заедничките цели
  - справување со разликите
  - подобрување на нашиот статус



## За комуникација со надворешните партнери е важно:

- Пренесување на јасна порака
- Споделена - НИЕ одговорност
- Креирање можности за појаснување
- Градење на можност за взаемна полза
- Здрави интерперсонални односи
- Отсуство на секаков вид на доминација



## **Важноста на емоционална интелигенција во градењето на квалитетната комуникација**

- Способност на личноста успешно да управува со своите чувства
- Способност за соодветно да одговара на чувствата на своите соговорници





## Начини на изразување

| Ти искази                 | Јас искази   |
|---------------------------|--|
| Го прекрши нашиот договор | Се чувствувам (тажно, повредено) бидејќи го прекрши нашиот договор   |
| Ти не си човек од доверба | Збунет сум не знам во што да верувам                                 |
| Не ме почитуваш           | Се чувствувам повредено затоа што...                                 |
| Ти ме разлути             | Кога ќе откријам дека _____ навистина се лутам                       |
| Не сфаќаш дека...         | Ние имаме проблем околу разбирањето _____.                           |
| Никогаш не ти е грижа     | Она што мене ми недостига е да видам дека навистина се грижиш за.... |



## **ВЕЖБА 2**

### **РАБОТА ВО ДВЕ ГРУПИ**

**ПОЗИТИВНИ И НЕГАТИВНИ НАЧИНИ НА  
ИЗРАЗУВАЊЕ ВО КОМУНИКАЦИЈА СО ПАРТНЕРИТЕ**



Време е за...





# ОДНОСИ СО ЈАВНОСТ

**Зошто се важни односите со јавноста?**



## Односите со јавноста се важни за:

- Да се воспостави двонасочен процес на комуникација
- Да се добијат повратни информации
- Да се согледа како другите не перцепираат
- Критиките и желбите на јавноста да бидат коректори на нашето поведење



- Односите со јавноста се составени од сите облици на планирано комуницирање, внатрешно и надворешно, меѓу училиштето и нејзината јавност, за постигнување на специфични цели, од заеднички интерес



Односите со јавноста преку стратешкото планирање и комуницирање на долги патеки обезбедуваат:

- Влијание
- Доверба
- Углед
- Подобрен јавниот имиџ
- Поволен медиумски третман



## План за односи со јавноста

- Анализа на организацијата на училиштето (каде се наоѓа, каде сака да стигне)
- Анализа на јавноста (кои се целните групи, кои се нивните интереси, можности)
- Дефинирање на клучна порака (да се сублимира суштината на нашата цел, што ќе биде дел од секоја комуникација)





## План за односи со јавноста

- Креирање на стратегија/план за односи со јавност
- Формирање на тим за односи со јавност
- Формирање на училишна секција
- Изработка на училишен весник, брошура
- Контакт со медиумите



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Обезбедување на контакти со јавноста

- Список со контакти на медиумите
  - национални/локални телевизии – Совет за радиодифузија
  - дневни/неделни/месечни весници – Здружение на новинари
  - други публикации – Универзитетска библиотека
- Список со контакти на невладини (граѓански) организации
  - Адресар на МЦМС
- Список со контакти од бизнис заедницата
- Список на клучни личности од локалната власт
  - општински весник, информатор



## Цели на односите со јавноста на едно училиште:

- Презентирање на резултатите од некоја анкета
- Доделување или добивање на награди
- Промовирање на наградени ученици и/или наставници
- Настан за прибирање донации, реновирање или отворање на нови простории
- Организирање на „Денови на отворени врати“
- Хуманитарни и еколошки акции



- Да се „спакува“ добра приказна
  - таа да е во тековен интерес за јавноста
  - да ги проучите медиумите и да знаете кому да му ја понудите приказната
  - приказната да има емотивни елементи или некоја универзална вистина, да ја трогнете публиката



## ВЕЖБА 3

Работа во 3 групи

- 1 група: Составете говор
- 2 група: Составете писмо
- 3 група: Составете соопштение за медиумите



Време е за...





# ЛОБИРАЊЕ



## Лобирањето претставува:

- Уметност на убедување
- Техника на креирање на стратегии
- Влијание врз влијателните
- Обид на поединец или група да влијае на одлуката на власта





## Вежба 4:

Индивидуална работа 3-5 мин

Работа во три групи

Вртелешка

1. Дефинирање на потребите од лобирање
2. Стратегии за лобирање
3. Подрачја на лобирање



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Зошто да се лобира?

- Луѓето кои работат заедно можат да направат разлика
- Луѓето можат да ги менуваат законите
- Лобирањето е демократска традиција
- Лобирањето помага да се изнајдат реални решенија
- На креаторите на политика им е потребна вашата стручност



## Лобирањето:

- Ја унапредува каузата и гради јавна доверба
- Процес со кој се влијае на резултатите на некоја политика, усвојување на некој закон или донесување на некоја одлука
- Вид на тргување, каде се продаваат идеи, но одлуката за „купување“ зависи од начинот на кој ќе биде претставена идејата



## Директно лобирање

- Состаноци со луѓе на кои треба да се влијае
- Обезбедување на доволно информации за целите на лобирањето
- Докажување на исправноста на она што се застапува
- Преговарање со други лоби групи



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Правила во лобирањето

- Да се одделат личностите од проблемот
- Да се стави фокусот врз интересите, не врз позициите
- Да се изнајдат мноштво опции пред да се одлучи што да се прави
- Да се инсистира резултатот да се заснова врз објективни стандарди



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**MACEDONIA**

## Лобисти

- Самоуверени, полни со знаење и искуство
- Свесни за сопственото влијание врз другите
- Можат да ги препознаат силните и слабите страни на другите
- Имаат добар стил на однесување и комуницирање
- Се залагаат за праведни решенија
- Се зрели и решителни во секоја ситуација
- Познатите јавни личности може да помогнат



## Практични совети за тоа како да лобирате

1. Утврдете ја вашата агенда и цели
2. Закажете состанок со вашата целна група
3. Слушајте внимателно
4. Бидете добро информирани и подготвени
5. Не зборувајте премногу долго
6. Првиот состанок е за да изградите контакт
7. Одржувањето на контактот е многу важно



## Задача за менторска средба

- Организирајте настан за собирање дополнителни средства
- Направете план: цел, целни групи, организација на настанот, поделба на задачите, контакт со внатрешни и надворешни партнери, однос со медиумите
- Најуспешниот училиштен одбор ќе добие награда од ПЕП. Успешноста ќе биде оценувана според повеќе критериуми (на пр. кој ќе вклучи најмногу ученици, ќе собере најмногу средства, ќе има најдобра медиумска покриеност итн.)