



KODANIKUÜHISKOND JA PROJEKTÕPE

Aasta: 2015

Autor: Karel Strachota

Toimetaja: Jana Toužimská

Kaasautorid: Lenka Deverová, Tereza Kučerová,
František Rozum, Jana Seidlová, Hana Stelzerová,
Karel Strachota, Karel Vrána

Tõlge eesti keelde 2016 Anneli Uus



Erasmus+

JSNS.CZ 

SISUKORD

Alustuseks veidi teooriat	4
Kuidas ühildada „Kes veel?“ meeskonnaprojekt kooli õppekavaga	5
Kes veel, kui mitte sina? „Kes Veel?“ projekti planeerimine ja ettevalmistus	7
Konkreetsed tegevused	15
Konkreetsed töövahendid	25
Projekti käsiraamat – töölehed	37
Inspiratsioon	46
Koostöö valitsusväliste mittetulundusühingutega	49
Näited rahvusvahelistest organisatsioonidest	50

ALUSTUSEKS VEIDI TEOORIAID

INIMESED KUI KODANIKUD

Kes on kodanik? Kodanik on kindla riigi liige ning kuigi kodanikuks saamiseks on mitmeid võimalusi, siis tavaliselt kaasneb see automaatselt inimese sünniga. Kodakondsust saab aga omandada ka abielludes või teatud riigi kodanikuks saamist taotledes.

„Kitsamas tähenduses märgib mõiste „kodanik”, et isik kuulub konkreetseesse inimeste gruppi või kogukonda. Kodanikena oleme me teatud asukoha, kogukonna, riigi liikmed, mis tähendab, et isik saab olla kodanik üksnes konstitutsioonilise süsteemi kontekstis, mis defineerib kodakondsusega seotud õigused ja kohustused. Laiemas tähenduses viitab kodanikuks olemine üksikisiku tahtlikule nõusolekule ja kohustuse teadlikule täitmisele suurema inimgrupi ees, mis ühtlasi tähendab, et üksikisikul on moraalne vastutus ühiskonna ees, milles ta elab.”

(29. juuli 2013, <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/Z/386/obcan-a-obcanstvi.html/>)

Iga inimene, kes on Eesti Vabariigi kodanik, on samaaegselt ka Euroopa Liidu kodanik. Kodanikel on **kindlad õigused, vabadused ja kohustused**, mis määravad tegevusi ja käitumist, mis omakorda määratlevad isiku positsiooni seoses riigi ja ühiskonnaga. Õigused, vabadused ja kohustused on üksteisest lahutatud ja tihedas omavahelises seoses, mistõttu on need tavaliselt koondatud ühte dokumenti. Eestis on selleks dokumendiks Eesti Vabariigi põhiseadus, mis võeti vastu 1992. aastal. Mõiste „kodanik” on kasutusel, et eristada, kuidas põhiseadus kohaldub erinevatele inimgruppidele (ja mis on oluline näiteks juhul, kui küsimuse all on õigus hääletada või asutada poliitiline partei või muu ühendus).

Kodanike õigused, vabadused ja kohustused kattuvad inimõiguste ja kohustustega, mis omakorda määratlevad üksikisiku ja ühiskonna vahelisi suhteid. Iga riik, mis on allkirjastanud *inimõiguste ülddeklaratsiooni*, mille ÜRO Peaassamblee 1948. aastal vastu võttis, on seeläbi väljendanud omapoolset inimõiguste ja kohustuste tunnustamist. Euroopas on inimõigused kaitstud ka 1950. aastal Roomas allkirjastatud *Euroopa inimõiguste ja põhivabaduste kaitse konventsiooniga*.

Infotehnoloogia ja globaliseerunud majanduse ajastul räägitakse palju **globaalse kodakondsuse** kontseptsioonist (kodakondsus, mis seondub planeediga tervikuna sõltumata riigipiiridest). See on pigem siiski sotsioloogiline mõiste kui teadlikult mõtestatud kodakondsuse vorm.

KODANIKUALGATUS

Mida tähendab aktiivseks kodanikuks olemine? Aktiivne kodanik on keegi, kes ei kasuta üksnes passiivselt oma õigusi ja vabadusi, vaid osaleb aktiivselt **avaliku elu kujundamises**. Selleks, et olla aktiivne kodanik, peab olema teadlik ümbritsevast keskkonnast, tunnetama oma kuuluvust ja osalemist ühiskonnas, milles elatakse, ning aktsepteerima jagatud vastutust ühiskonna ees. See eeldab teadlikkust sellest, kuidas asjad igal ühiskonnatasandil üksteisega suhestuvad ning tahet ühiskonnaelus osaleda – ja mitte ainult teoorias, vaid ka praktikas.

Kuigi idee aktiivsest kodanikust võib tunduda teatud mõttes elitaarne, siis on sotsioloogid kerge murenoodiga märkinud, et Lääne-Euroopa ja Põhja-Ameerika inimesed osalevad ühiskonnaelus järjest vähem ja vähem.

KODANIKUÜHISKOND

Kodanikuühiskond on abstraktne mõiste. Seda võib määratleda kui **kodanike tegevust ühiskonnasfäärides**, mis ei ole juhitud riigistruktuuride ega äriühingute poolt. See võib võtta eraisiku või erinevate algatuste, huvigruppide ja ühingute poolt tehtud tegevuste kuju. Kodanikuühiskonna täpne definitsioon on aja jooksul muutunud ja tänapäeval on sellel mitmeid erinevaid tõlgendusi. Üldjuhul püüab kodanikuühiskond siiski pakuda visiooni demokraatia, erasektori, avaliku sektori, turumajanduse ja kodaniku omavahelistest suhetest.

MEESKONNAPROJEKTID

Projekt koosneb süsteemsest tegevuskavast, mis on koostatud eesmärgiga luua, organiseerida, ellu viia, toota, edendada või lahendada midagi konkreetset... Projekt või „õpilasfirma“ luuakse grupi inimeste poolt, kes jagavad ühist eesmärki, teevad koostööd, tugevdavad ja toetavad üksteist, korraldavad ja jagavad omavahel tööülesandeid ning järgivad reegleid, mida kõik grupi liikmed austavad. „Meeskonna“ projekt viitab, et kogu projektiga seotud töö tuleks ära teha eeskätt õpilaste endi poolt.

Projekti tulemus võib olla näiteks heategevusüritus, uus mänguväljak, **näitus, publikatsioon või ka ettepaneku esitlus (kavand) mõne kogukonda puudutava probleemi lahendamiseks.**

KUIDAS ÜHILDADA „KES VEEL?“ MEESKONNAPROJEKT KOOLI ÕPPEKAVAGA

Alljärgnevalt on välja toodud mitu võimalust, kuidas „Kes veel?“ meeskonnaprojekti saaks ühildada koolide õppekavaga nii põhi- kui keskkoolis. Samuti on välja pakutud lühikursus ja nimekiri põhioskustest, mida õpilased saavad „Kes veel?“ meeskonnaprojekti elluviimisel arendada.

„KES VEEL?“ MEESKONNAPROJEKTI ÜHILDAMINE KODANIKUHARIDUSEGA

Põhikool

- Otsustades, millise õppeprogrammiga tuleks „Kes veel?“ meeskonnaprojekt liita, on üks hea valik **kodanikuõpetus**, sest see eeldab aktiivset osalemist kogukonna elus. Ideaalne **projektijuht** antud juhul oleks kursuse õpetaja.
- Keskkonna-teemaliste meeskonnaprojektide puhul võiksid näiteks teadusprogrammid või keskkonnateaduste õppeprogrammid olla hea alus selliseks tegevuseks.
- **Enamik inimesi on entusiastlikud projekti alguses**, ent niipea kui projekti ülesanded hakkavad kuhjuma, ja need ülesanded on sageli keerulised, hakkab kiirelt kahanema ka õpilaste motivatsioon. Ouline on, et igal õpilasel oleks **kindel roll** – konkreetne ülesanne, mida projekti raames täita – ja ta tunneks vastutust selle täitmiseks. Tavaliselt moodustub rühm õpilasi, kes jagavad siirast huvi projekti temaatika ja oma eesmärgi saavutamise suhtes. See ei ole ebatavaline, et osa õpilasi (klassiruumis) tegeleb meeskonnaprojektiga, samal ajal kui teistele õpilastele valmistab õpetaja ette alternatiivsed tegevused.
- Haridus läbi meeskonnaprojektide on õpetaja suhtes nõudlikum kui traditsiooniline ettekande vormis õppemeetod. Põhikooli tasemel peavad õpetajad olema valmis **pakkuma õpilastele adekvaatset stiimulit, juhtima neid tulemusliku planeerimise suunas, õpetama neid oma tööle hinnangut andma ning pakkuma piisavalt tuge**, et õpilased saaksid oma vigadest õppida ja oma saavutusi väärtustada. Selline õppemeetod annab siiski õpetajale võimaluse **näha oma silmaga nende püüdluste tulemusi**, mis on kahtlemata üks projekti eeliseid.

„KES VEEL?“ MEESKONNAPROJEKT ÕPPEKAVAVÄLISE TEGEVUSENA

Põhikool/keskkool

- Võimalikud eelised „Kes veel?“ meeskonnaprojekti organiseerimiseks õppekavavälise kursusega on **õpilaste koosseis ja väiksem õpilaste arv rühmas**. Sellisel rühmal on samasugune jagatud eesmärk ja ambitsioon koostööks, et ühiskonnas midagi muuta.
- Töö on õppekavavälise kursuse õpetaja jaoks **meeldivam ja lihtsam**, sest õpilased on **rohkem motiveeritud** ja juhendaja saab täielikult keskenduda õppekavavälisele grupile või klubile ning kaasata õpilasi kohtumistele ekspertidega või ekskursionidele, mida saab korraldada näiteks grupi või klubi tavapärase kogunemise ajal.

„KES VEEL?“ MEESKONNAPROJEKT KUI VALIKAINEN

Põhikool/keskkool

- Valikaine on hea **kompromiss** kahe eelmainitud võimaluse vahel. Õpetaja saab täielikult keskenduda õpilastele, keda on valikainetundides tavaliselt vähem; õpilased on rohkem huvitatud, sest nad on ise selle õppeaine valinud.
- Õpetajalt nõutakse **õppeplaani esitamist kooliaasta alguses**. Õppeplaani koostamisel on oluline välja tuua iga tunni üldine sisu, mitte määratleda projekti teemasid etteulatavalt; tähtis on keskenduda põhi- oskuste arendamisele, mida õpilased peaksid omandama. Alltoodud õppeplaani võib olla inspiratsiooniliseks.
- Valikaine **eeliseks** on see, et **kogu tunni võib pühendada** valitud teemale. Õpetajal on võimalus teema **laiemas kontekstis** läbi töötada.
- Valikaine puudus on vajadus **tutvustada ja rakendada** uus valikaine ja sellega seotud õpieesmärgid **kooli ametlikku õppekavasse** ning õpetada järgnevatel aastatel sama kava kohaselt. See on veel üks põhjus, miks on soovituslik määratleda see õppeaine üldisemalt, eriti juhul kui seda esmalt üksnes tutvustatakse.

„KES VEEL?“ MEESKONNAPROJEKT KODANIKUÕPETUSE KURSUSTEL

Keskkool

- Meeskonnaprojekti rakendamine võib sõltuda **keskkooli tüübist** ja **projekti fookusest**. Keskkooli kursused, mis sobivad hästi „Kes veel?“ meeskonnaprojekti tutvustamiseks, on näiteks **kodanikuõpetuse ja sotsiaalteaduste alused (akadeemilistes keskkoolides)** ja õppeained, mis kuuluvad õppekavas **sotsiaalhariduse valdkonda (kutsekoolides)**; õpetatud aine täpne nimetus sõltub koolist. Projekti võib tutvustada ka teistes õppeainetes, kui **teema või sisukord on osaliselt ette määratud** – näiteks eesti keel (suhtlemisoskuse arendamine), esteetika (visuaalkunstide ja muusikaliste oskuste arendamine), ajalugu, meediaõpingud, bioloogia jne. Samuti saavad õpilased oma projektides **rakendada teadmisi**, mis on omandatud teistel kursustel ja õppeainetes – näiteks arvutiõpetus, võõrkeeled.
- **Interdistsiplinaarne töö** võib samuti olla väga kasulik. Individuaalsete projektide **interdistsiplinaarset ulatust** on võimalik koheselt tuvastada, kuid see sõltub konkreetsest fookusest. Nagu õpilased võivad toetuda erinevat tüüpi teadmistele, mida nad on omandanud, ning saavad tegeleda erinevate oskuste arendamisega, nii peavad ka erinevad aineõpetajad koolis koostööd tegema. Seega on tähtis, et projekti põhikoordinaator koos õpilastega motiveeriks ja meelitaks ka teisi õpetajaid projektis osalema.

- **Erinevalt põhikoolist** võib keskkooli õpilaste puhul eeldada, et neil on juba teatud määral välja kujunenud individuaalne haridusalaste huvide ja eelistuste profiil ning seega ka motivatsioon, millest tulenevalt on kergem projektis rakendust leida ka nende poolt arendatud **spetsiaalsetele teadmistele ja oskustele**. Lisaks on kasulik motiveerida õpilasi vihjega, et neil võib õnnestuda rakendada omandatud kogemust ja teadmisi pärast keskkooli lõpetamist õpingute jätkamisel või tööpraktikal.
- Samuti võib eeldada, et keskkooli õpilased on suutelised **juhtima oma projekte iseseisvamalt** kui põhikooli õpilased.

KES VEEL, KUI MITTE SINA?

SISSEJUHATUS

„KES VEEL?“ PROJEKTI PLANEERIMINE JA ETTEVALMISTUS

MIS ON PROJEKT?

Projekt > süsteemne tegevuskava, mis on välja töötatud eesmärgiga luua, organiseerida, ellu viia, toota, edendada või lahendada midagi konkreetset... Projekt või „õpilasfirma“ on loodud rühma inimeste poolt, kes jagavad ühist eesmärki, teevad koostööd, tugevdavad ja toetavad üksteist, korraldavad ja jagavad tööülesannete täitmist ning peavad kinni reeglitest, mida kõik rühma liikmed austavad.

Projekti tulemus > näiteks heategevusüritus, uus mänguväljak, näitus, publikatsioon või ka ettepaneku esitus (kavand) mõne kogukonda puudutava probleemi lahendamiseks.

Eduka projekti eeltingimus > meeskonnatöö, tulemuslike meetodite valimine, kommunikatsioon, partnerid.

VIHJE

Käsiraamatu sellest lõigust leiata ikoonid, mis viitavad teie jaoks ette valmistatud töölehtedele. Kasutage neid oma projekti planeerimiseks ja elluviimiseks.

1. Projekti teema valik

Esimene samm projekti elluviimisel on teema valimine. Nii nagu ka mingil teemal kirjutades, on kõige keerulisem alustamine.

Igas hästi toimivas demokraatias esineb probleeme, mis ootavad lahendamist. Projekti teemad võivad seostuda ühiskonnaga tervikuna või puudutada väiksemaid kohaliku tasandi probleeme – kodulinnas, kogukonnas või oma koolis.

LEIDKE TEEMA KOHTA AJAKOHAST INFORMATSIOONI – VAJADUSTE ANALÜÜS

Pärast teema valimist oma projekti jaoks on oluline koguda teema kohta võimalikult palju teavet. See aitab luua õige eesmärgi – kui te alustate koheselt projektiga töötamist, siis võib see lõpuks osutuda vähemtähtsaks kui algselt planeeritud ning piisavate teadmiste puudumine antud valdkonna kohta võib koguni takistuseks saada.

TSITAAT

„Tähtis oli see, et teema vastu oli suur huvi ja soov sellega lõpuni tegeleda, mida meie meeskond otsustaski teha. Oluline oli kõik eelnevalt läbi töötada ja hästi planeerida.”

Michal, 4A klass, Benešovi akadeemiline keskkool

Kuidas toimida?

1. Teostage kiire otsing Internetis, raamatukogus või meedias. Uurige – õppige tundma oma keskkonda, samal ajal keskendudes hea teema leidmisele.
2. Määratlege ametiasutused, inimesed ja muud allikad, mis võiksid aidata koguda teile vajalikku detailsemat informatsiooni – näiteks kohalik omavalitsus, kohalike MTÜde esindajad jne.
3. Kui projekt keskendub kohalikele probleemidele (sellised projektid on tavaliselt kõige tulemuslikumad), siis on hea rääkida konkreetselt nende inimestega, keda antud projekt mõjutab.

- **Leidke üles oma keskkonna pakilised küsimused**

Kui te soovite teada saada, millised on hetkel olulised teemad kohalike elanike, koolikaaslaste või muude huvirühmade jaoks, siis võite küsitlemist alustada uuringu või küsimustiku koostamisest ja läbiviimisest. Antud töövahendeid võib kasutada mitte üksnes põhiliste murekohtade tundmaõppimiseks, vaid ka selleks, et teema kohta rohkem teavet koguda.

- **Koguge ideid oma projekti teema leidmiseks**

Antud etapis kirjutage informatsiooni kogumise käigus üles kõik meelde tulevad teemad. Lisage nimekirja kõik need teemad, millest olete isiklikult huvitatud.

- **Valige teema**

Nüüd tuleb valida projekti jaoks üks kindel teema, millele keskenduda. See võib tunduda keeruline ülesanne, kuid alltoodud meetodikat järgides on kergem oma eesmärgi saavutada. **Kasutage töölehte Metoodika teema valimiseks lk-L 4.** Valige üks meetod ja otsustage, milline on teie teema.

NÄITED MEESKONNAPROJEKTIDE TEEMAVALDKONDADE KOHTA

Teema valik kasvab üldjuhul välja probleemist, mida õpilased tähtsustavad seoses oma kogukonna või ühiskonnaga laiemalt.

Ühiskond

- Rassism, ksenofoobia, neo-natsism
- Migratsioon, integratsioon, rahvus- või kultuurilised vähemused
- Koolikiusamine
- Narkootikumid
- Kodanikuühiskond

Looduskeskkond

- Loodusvarade kaitse
- Vesi
- Maakasutus
- Vastutustundlik tarbimine
- Õiglane kaubandus / kohalik toodang

Globaalsed teemad

- Vaesus maailmas
- Õigus haridusele
- Sooline võrdõiguslikkus ja sugudevahelised küsimused
- Laste õigused / lapstööjõud
- HIV/AIDS Eestis, Euroopas, maailmas

2. Projekti eesmärgi ja sisu määratlemine

Oluline on koostada nimekiri tegevustest (ülesannetest), mida kavatsete ellu viia projektile määratud eesmärgi saavutamiseks. Ärge unustage projekti eesmärgi ja selle saavutamiseks vajalike tegevuste vahelist seost.

KRITEERIUMITE KASUTAMINE VALIKU TEGEMISEKS

Arutage oma ideid ja valige maksimaalselt kolm ettepanekut (näiteks tehke hindamine ja valige välja kõige rohkem hindeid saanud teemad). Analüüsige ettepanekuid ja valige teema, mis tundub kõige sobilikum. > Projektil ei peaks olema rohkem kui kaks lõppeesmärki.

Moodustage grupina **viis kriteeriumi**, mis on teie vaatenurgast olulised ja valige vastavatele kriteeriumitele tuginedes parim teema.

NÄITED:

PROJEKTI EESMÄRK JA SISU (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)	
EESMÄRK (Millist muudatust me ise saame teha või milles saame aidata või panustada?)	SISU (Kuidas me kavatseme oma eesmärgi saavutada?)
1. Erineva kultuurilise taustaga õpilaste integratsiooni toetamine	<ul style="list-style-type: none">• Õppekavavälise rühma loomine, mis keskendub erinevatele rahvuskultuuridele• Erineva kultuurilise taustaga lastele vabatahtliku juhendamise korraldamine• Erinevaid kultuure tutvustavate ürituste korraldamine – toit, muusika, filmid, arutelud

HINDAMISTABEL (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)					
Projekti eesmärk ja sisu	Kriteerium 1	Kriteerium 2	Kriteerium 3	Kriteerium 4	Kriteerium 5
	Teema pakub meile huvi	Meil on teema kohta infot	Me teame, kuidas projekti jaoks infot saada	Rahastamine ei ole vajalik	Meil on vajalikud vahendid, ruumid või materjalid
1. Õpilaste integratsioon + õppekavavälise rühma		x			x

3. SWOT analüüs

(Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

SWOT analüüsi kasutatakse ükskõik, millise projekti tugevuste ja nõrkuste hindamiseks. SWOT analüüsiga püütakse objektiivselt määratleda projekti võimalikud probleemid ja puudujäägid ning leida selles peituvad võimalused.

Hea on teada kohe projekti algaasis, millised tingimused töötavad meie kasuks (tugevused = Strengths), millele peaksime rohkem tähelepanu pöörama (nõrkused = Weaknesses), millest võiksime kasu saada (võimalused = Opportunities) ning mida peaksime vältima või jälgima (ohud = Threats).

SWOT:

Strengths (tugevused)

Weaknesses (nõrkused)

Opportunities (võimalused)

Threats (ohud)

4. Projekti kirjeldamine ja planeerimine (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Visandage tulevase projekti sisu. Oluline on kirja panna kõik tegevused (= ülesanded), mis teie poolt seatud eesmärgi saavutamiseks tehakse. Ärge unustage projekti eesmärgi ja selle saavutamiseks vajalike tegevuste vahelist seost.

TSITAAT

„Alguses oli meil projekti jaoks kolm ettepanekut; järgneva protsessi käigus välistasime ühe ja lõpuks valisime kaks teemat. Üks eeldas siiski palju algkapitali, seega otsustasime festivali kasuks, sest meie hulgas oli muusikuid ja inimesi, kes teatris esinevad.”

Nikol, 9. klass, Kopřivnice

5. Projekti kavandi koostamine (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Ettevalmistusprotsessi järgmine etapp on luua detailne kavand projekti sisu ja tegevuste kohta. **Teie abistamiseks on loodud Kalarootsu diagramm ja Projekti kavandi tabel.** Määratlege konkreetselt, millised peaksid olema teie projekti tegevused, protseduurid ja tulemus. Pidage meeles, et teie tegevuste ja seatud eesmärgi vahel peab olema kindel seos.

6. Projekti tööplaani (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Projekti planeerimise algfaasis on kasulik koostada tööplaani individuaalsete tegevuste ja ülesannetega. Võite koostada ka mitu kava, üks iga planeeritud tegevuse kohta.

Tegevused ja nende ülevaatus

- Iga meeskonnaliige vastutab temale määratud tegevuste eest.
- Teatud juhtudel võib sama tegevust teha mitu õpilast > nad teevad koostööd ja koordineerivad oma tööd, informeerivad teineteist ja räägivad „ühehäälselt” ehk näitavad üles üksmeelt ja ühtsust.
- Ilmselt tekib ka probleeme > olge kollektiivselt konstruktiivsed, kuulake teineteist ja otsige ühiselt parimaid lahendusi. See on loomulik, et teatud asjad arenevad erinevalt teie algsest plaanist; ärge muretsege muudatuste pärast, vaid pidage meeles oma projekti lõplikku eesmärki.

7. Meeskonna moodustamine (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Iga meeskonnaliige on oluline ja kõigil peaks olema roll, mis neile sobib ja milles nad ennast mugavalt tunnevad. See ei ole oluline, kas töörühm on kohe alguses täielik, sest uusi liikmeid saab projekti käigus juurde kaasata. Ühel liikmel võib olla mitu rolli (kandke siiski hoolt, et asjad oleksid tasakaalus).

Individuaalsed liikmed võivad endale vabatahtlikult sobilikke rolle võtta, mida täita tahetakse; töörühma liikmed võivad ka hääletada isiku poolt, keda nad soovivad näha konkreetset rolli täitmas. Püüdke jagada rollid nii, et need sobiksid iga liikme isiku ja iseloomuga.

Töörühma liikmetel võivad olla järgmised rollid:

- Meeskonna juht
- Sekretär
- Kõneisik – avalikud suhted
- Finantsjuht
- Rahaliste taotluste koordinaator
- Tootmisjuht
- Muud rollid sõltuvalt projekti tüübist ja vajadustest (nt fotograaf, tehnik, uuringu läbiviija jne).

MEESKONNA JUHTIMINE

VIHJE

Töörühma koosolekute plaan

- Hea tava on korraldada regulaarselt meeskondlikke koosolekuid.
- Töörühma koosolek > 1x nädalas (suure sündmuse korraldamisel võib koosolekuid vajadusel ka sagedamini pidada)
- Koosoleku kutsub kokku > Meeskonna juht
- Koosoleku ajakava koostab > Meeskonna juht ja sekretär
- Koosoleku ajal > protokollija salvestab koosoleku otsused
- Ülesannete jagamine > määratakse nimeliselt konkreetsele inimesele koos tähtajaga

TSITAAT

„Esiolgu tulid kõik koosolekule, aga aja jooksul hakkas osalejate arv langema ja pidin neile kohaletulekut meelde tuleutama. Kaks õpilast kaotasid täielikult huvi ja pidime nad asendama.”

Ester, 9. klass, Montessori põhikool, Klado

TULEMUSLIK SUHTLEMINE

Millised võtted toimivad:

- Projekti meeskonna meililisti loomine;
- Materjalide jagamine veebi kaudu;
- Suhtlemine meediaga projekti nähtavaks muutmiseks.

SALVESTUSED

- Jäädvustage oma tegevusi > tehke märkmeid, säilitage osalejate nimekirjad ning pildistage oma tegevusi.
- Säilitage koostatud materjalide näidised > lendlehed, plakatid, brošüürid.

TEHNILISED SEADMED

Projekti väljatöötamise ajal tuleb läbi mõelda, millised **tehnilised seadmed** on projekti teostamiseks vajalikud ja kas koolil on vastavad seadmed olemas. Hea mõte on projekti koordinaatori või ruumide haldajaga eelnevalt kokku leppida, millistel tingimustel saab vajalikke tehnilisi seadmeid kasutada. Kooliprojekti puhul võib ka uurida, kas suhtlus võiks toimuda läbi kantselei ja seega kas kool kannab osaliselt projektiga seotud kulud. **Ärge alahinnake lapsevanematelt või koguni nende tööandjatelt abi küsimise väärtust.**

8. Finantsplaan ja raamatupidamine (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Võttes arvesse, et teie projekt soovib tegeleda **reaalse probleemiga reaalses kohas**, võib vajalikuks osutuda **rahalise toetuse taotlemine** projekti elluviimiseks. Kui nii, siis tuleb teil koostada finantsplaan ehk eelarve, milles on kajastatud iga planeeritud kulu. Võimaluse korral on hea mõte viidata ka rahastusallikale, mida plaanitakse kasutada: lapsevanemate ja teiste sponsorite annetused, kooli sotsiaalsete äritegevustega seotud sissetulek, annetused igas teenuse või toote vormis (nt trükiteenus).

TSITAAT

„Teised õpilased ja nende vanemad olid väga suureks abiks sponsorite leidmisel. Sponsorluse taotluse e-kirjadele vastasid ainult üksikud ettevõtted, aga mõned siiski.”

Honza, 2. klass, Tehnikakeskkool, Mladá Boleslav

RAAMATUPIDAMINE JA EELARVE

Hoidke alles kuludokumendid kõigi kulude ja sissetulekute kohta ning **säilitage ja salvestage hoolikalt kõik dokumendid** ja kviitungid; hoidke neid alati ühes kohas. Tehke seda jooksvalt projekti elluviimise käigus ja olge korrektsed. Koostage eelarve ja jälgige seda töö käigus ning võrrelge tegelike hindade ja kuludega.

9. Promotsioon ja avalikud suhted (PR)

Isegi parimatel ideedel ja kõige üllamatel eesmärkidel on vähe mõju, kui mitte keegi neist ei tea. Te peate oma projekti korralikult reklaamima ja ideaalis tegema seda kõikvõimalike seaduslike olemasolevate vahenditega.

Oluline on säilitada inimeste kontaktandmed, kellega suhtlete; meeles pidada, mida neilt saada soovitakse või mida nemad teilt paluvad ning kes meeskonnast nendega suhtleb.

TSITAAT

„Me veidi alahindasime reklaami. Järgmisel korral planeeriksin asju varasemalt ja alustaksin sündmuse reklaamimist mitu (3–4) nädalat varem ja mitte ainult kooli kodulehel. Oleksime pidanud ära kasutama kohaliku ajalehe pakkumist intervjuu tegemiseks, aga keegi ei olnud selleks valmis, nii et lõpuks me ei rääkinudki nendega.”

Jáchym, 4. klass, Mnichovo Hradiště keskkool

REKLAAMTEGEVUSTE PLANEERIMINE / AVALIKUD SUHTED

Mõelge, kellele on teie projekt suunatud, kes võiks sellest huvitatud olla ja kellega sellega seoses ühendust võtta. Parim lähenemisviis on kasutada mitut meetodit samaaegselt (vt alljärgnevat tabelit).

Millised meetodid valida?

SIHTRÜHM	REKLAAMIMEETODID
Klassikaaslased, sõbrad	Teadetetahtlid, kooli ajaleht ja raadio, lendlehed ja plakatid, kooli koduleht, sotsiaalmeedia (nt Facebook)
Lapsevanemad ja vilistlased	Kooli koduleht, lendlehed, mida õpilased saavad oma vanematele jagada, kooli ajaleht, lastevanemate koosolekud õpetajaga
Linnaelanikud ja laiem üldsus	Plakatid, lendlehed, kohalik meedia, kohalik televisioon ja raadio, kodulehed, vaateaknad, sotsiaalmeedia

Rakendage meeskonnaliikmete oskusi ja teadmisi

Mõned inimesed on osavad suhtlejad, teised oskavad hästi joonistada või plakateid ja kodulehekülgi kujundada, kolmandad oskavad artikleid kirjutada. Inimesed, kes on head esinejad, saavad esitleda projekti kohalikele ametiasutustele või kooli juhtkonnale.

Nimi ja logo

Nii meeskonna kui ka projekti nimi on mõlemad väga olulised – seeläbi saate teie ja kõik teised ennast identifitseerida. Plakatil ja veebilehtedel võite ka logo kasutada.

10. Projekti hindamine ja lõpparuanne (Kasutage töölehte Projekti kaustikus)

Oluline on hinnata iga tegevust ja projekti tervikuna pärast selle lõppu ning seejuures lähtuda erinevatest vaatepunktidest. Kõige tähtsam küsimus on see, kas püstitatud eesmärk sai täidetud. Samuti tuleks mõelda oma meeskonna töö ja ülesannete täitmise hindamisele.

Kuidas toimida?

- Iga meeskonnaliige peaks tegema eneseanalüüsi.
- Meeskond peaks ühiselt mõtlema, kas ja kuidas neil õnnestus eesmärgi saavutada.
- Kokkuvõtteks peaks meeskond koostama projekti lõpparuande.

Lõpparuanne peaks sisaldama alljärgnevaid punkte:

- probleemi ja püstitatud eesmärgi kirjeldus;
- sihtrühma kirjeldus;
- projektimeeskonna liikmete lühitutvustus;
- projekti elluviimise kirjeldus – sisu ja tegevused;
- projekti raamatupidamine (see võib olla ka aruande lisa);
- hinnang projekti eesmärgi täitmisele;
- nimekiri asutustest, organisatsioonidest, ettevõtetest ja erasikutest, kellega koostööd tehti.

11. Koostöö on oluline

KOOSTÖÖ

- Õpetajad
- Kooli juhtkond ja teised töötajad
- Lapsevanemad

- **Õpetajad**

Planeerides projekti kooli õppekava osana, on üldjuhul kasulik **leida üks õpetaja, kes tegutseb projekti juhendajana**. See isik peaks olema konsultant ja teadma, kuidas jätta õpilastele piisavalt ruumi projekti iseseisvaks planeerimiseks ja elluviimiseks.

- **Kooli juhtkond ja teised töötajad**

Teemad, mida projekti raames käsitletakse, on samad, mida sageli ka erinevates õppeainetes käsitletakse. Võimalik, et osa tegevusi ja planeerimist saab teostada konkreetse kursuse õpetamise raames, mis säästab aega, mida muidu tuleks kooliväliselt kulutada. Hea mõte on **õpilasmeeskonna ja projekti juhendaja poolt ülejäänud koolipersonali ja juhtkonda oma tegevustest teavitada**.

TSITAAT

„Projekti alguses tegime esitluse oma sotsiaalse mini-firma plaanidest ja sellest, keda me tahtsime toetada. Kõigepealt kohtusime linnapeaga ja esitlesime oma plaani temale. Üllataval kombel olin ma rohkem närvis siis, kui läksime koolidirektoriga kohtuma. Aga ta toetas meid ja lubas meil oma laadapäevad koolis korraldada.”

Tycho, 8. klass, Potéhy u Čáslavi põhikool

- **Lapsevanemad**

Koostöö lapsevanematega on projekti oluline osa. Enne projekti alustamist on projekti juhendajal mõistlik, soovitatavalt koos meeskonna esindajatega, esitleda projekti ja selle eesmärgi lapsevanematele (näiteks lastevanemate koosolekul) ning **teavitada lapsevanemaid projektist. Tähtis on selgitada projekti mõtet ja eesmärgi, kuidas kogu protsess on planeeritud, millised takistused võivad tekkida**.

Mitmed ülesanded, mis projektiga kaasnevad, tuleb täita väljaspool kooliaega ja seega väljaspool koolimaja. Oluline on planeerida ja projekti juhendajaga kokku leppida, kui palju aega tuleb projekti elluviimiseks väljaspool kooli veeta.

Projekti teostamine on (ilmselt) lihtsam, kui täiskasvanud teid toetavad

Projekti elluviimise seisukohalt on eeliseks, kui võidetakse kooli juhtkonna, õpetajate ja lapsevanemate poolehoid projektile. Tehke esitlus projekti tutvustamiseks lapsevanematele. Presentatsiooni võib kohandada vastavalt publikule. Ärge unustage nimetada kõiki kasutegureid ja eeliseid, mida projekt koolile või kogukonnale kaasa toob.

KONKREETSED TEGEVUSED

NIMEKIRI KONKREETSETEST TEGEVUSTEST

- **Kultuurisündmused**
- **Küsitlused ja uuringud**
- **Üritused**
- **Gerilja-turundus (turunduskommunikatsioon)**
- **Flashmob (ootamatu avalik esinemine)**
- **Avalikud kogunemised**
- **Dokumentaalfilmide linastus mittetulunduslikel ja hariduslikel eesmärkidel**
- **Linastused ja filmijärgsed arutelud koolis**

1. Kultuurisündmused

MIKS?

Näitus, kontsert või väike kultuurfestival on võimalikud lahendused, kuidas probleemile tähelepanu juhtida, samuti võivad need olla vahendid abi või toetuse saamiseks. Kultuurisündmused on sobiv võimalus heanaaberlike suhete loomiseks ja kohalikul tasandil koostöö edendamiseks.

Kuidas toimida?

- **Sündmuse vorm** > kes on teie meeskonnas, millised võimalused teil on? Mis oleks teile kõige kättesaadavam – muusika, fotod, filmid või nt traditsiooniline rahvusköök?
- **Sündmuse asukoht** > parim ja lihtsaim lahendus on korraldada sündmus oma koolis – teid teatakse seal, teil on kindel seljatagune, ruumide eest ei pea renti maksma. Alternatiivid oleksid kohalik kultuurikeskus, noortekeskus, kohvik.
- **Luba** > näiteks kontserdi korraldamiseks avalikus ruumis on vajalik ametivõimude teavitamine vähemalt viis päeva varem.
- **Planeerimine** > kutsuge teisi inimesi oma meeskonnaga ühinema. Jagage vastutust erinevate ülesannete täitmiseks. Kui paar inimest püüab kõigega ise hakkama saada ja teistel ei ole midagi teha, siis on projekti kommunikatsioonis ja juhtimises viga tehtud. Kuigi mõnikord tundub lihtsam mõni asi pigem ise ära teha kui teisele seletada, on mõistlik jagada ülesandeid suurema hulga inimeste vahel.
- **Rahastamine** > oluline on hoolikalt **jälgida ja pidada arvestust** raha kasutamise kohta.
- **Enne tähtsaid kohtumisi** > mõelge põhipunktid eelnevalt läbi – millised on teie ootused iga inimese suhtes, mida saate neile vastu pakkuda või miks ta peaks teid toetama.
- **Reklaam** > kui teil napib rahalisi vahendeid, siis ärge kartke **sponsoritega suhelda**. Sponsor võib pakkuda mitte üksnes rahalist toetust, vaid ka tooteid ja teenuseid – näiteks reklaammaterjalide trükkimine. **See kehtib ka muude kulude kohta** (näiteks näituse puhul maalide raamid).
- Muud sammud sõltuvad konkreetsest korraldatavast üritusest.

2. Küsitlused ja uuringud

Küsitlusi ja uuringuid saab kasutada projekti erinevates etappides:

- **Teema kohta informatsiooni saamiseks** (hea on teada oma klassikaaslaste või avalikkuse arvamust; võimalik, et teised ei näe probleemi seal, kus teie näete, või vastupidi, esineb probleeme, millest teil aimugi pole).
- Teie projekt võib tugineda ka küsitlusele või uuringule – näiteks kui te olete huvitatud leidma rakendust värskest renoveeritud avalikele ruumidele; kui soovite teada saada, kas inimesed on teadlikud avaliku võimu plaanidest ja nõustuvad nendega jne.

VIHJE

Uuringu tulemusi võib kasutada ka projekti eesmärgi selgitamiseks ja läbirääkimiste käigus võiksid vastavad tulemused huvi pakkuda kohalikule ajalehele, samuti võib tulemusi avalikult esitleda antud teema blogis jne.

Kuidas toimida?

- **Teema** > määratlege ja sõnastage oma teema.
- **Sõnastage konkreetsed küsimused** > need peaksid olema lihtsad ja kergesti arusaadavad, motiveerivad ja otsekohesed, sest sellisel kujul toimivad need kõige paremini. Need ei tohiks olla suunavad küsimused ehk vastajale teatud vastuseid pakkuvad.
- **Küsimustik** > küsimustiku võib koostada kasutades **suletud küsimusi** – vastajad valivad neile pakutud valikvastuste seast ühe (või mitu) vastust.
- **Vastused** > võimalik on pakkuda **valikut kahest** (mees/naine, jah/ei) või enamast vastusest, mille seast valida (täielikult nõustun – pigem nõustun – ei tea – pigem ei nõustu – üldse ei nõustu).
- **Mida soovite teada** > mõelge sellele, kuidas saaksite eelmise küsimuse järgmisega seostada ja kas saaksite oma küsimuste kombinatsioonide kaudu midagi uut õppida.
- **Kokkuvõttes** > võimalik on kasutada ka **avatud küsimust** („Mida sooviksite oma koolis parendada?“), kus vastaja saab kommenteerida probleemi oma sõnadega. Kõik küsimused peaksid moodustama **ühtse terviku**.
- **Uuringu/küsitluse läbiviimine** > võimalusi on mitu:
 - **otsesuhtlus** – käige vahetundide ajal klassiruumides;
 - **passiivne lähenemine** – paigutage nähtavasse ja käidavasse kohta kast, kuhu saab jätta täidetud ankeedid;
 - **veebipõhine** – võimalus kasutada erinevaid veebirakendusi (nt Google Docs, SurveyMonkey) uuringu või küsitluse koostamiseks otse Internetis. Ettevalmistatud vormi saab levitada e-kirjaga või postitada kodulehele, Facebooki lehele jne. Ärge unustage oma küsitlust aktiivselt reklaamida, samuti selle eesmärgi ja meeldetuletust ankeet täita ja tagastada.
- **Tulemuste hindamine ja kokkuvõte** > avaldage tulemused.

UURING VÕI KÜSITLUS?

Uuring on väiksemahulisem kui küsitlus, arvestades küsimuste arvu. **Küsitlusega** lähenetakse kindlale sihtgrupile ja saavutatakse otsekontakt vastuste saamiseks, samas kui uuring on avatud vorm ja selles osalemine vabatahtlik.

UURING

1. Mind häiriks, kui puuetega õpilased käiksid meiega samas klassis.

- a. jah
- b. ei

KÜSIMUSTIK

Ma olen:

- a. poiss
- b. tüdruk

Minu vanus on:

- a. 12–14 aastat
- b. 15–16 aastat
- c. 17–18 aastat
- d. 18 või vanem

Ma tunnen isiklikult mõnda inimest, kellel on puue:

- a. jah
- b. ei

Minu läbisaamine selle isikuga on:

- a. hea
- b. neutraalne
- c. halb

Kui puuetega õpilased käiksid meiega samas klassis, siis:

- a. Mul oleks hea meel
- b. Ma ei oleks sellele vastu
- c. See häiriks mind

Kui sina oleksid oma kooli direktor, kuidas sa püüaksid puuetega õpilaste elu lihtsamaks muuta?

HINNANG

Kõige sagedamini kasutatud statistilised töövahendid on Excel ja Open Office Calc.

A. Sageduse kalkulatsioonid

Põhiülesanne on summeerida tulemused, liites kokku iga individuaalse vastajate grupi vastused. Kalkuleerida saab nii absoluutarvused (summad) kui suhtarvused (protsent).

B. Esimese järgu klassifikatsioon (vastavalt ühele tegurile, kategooriale)

Eelneva klassifikatsiooni alusel on võimalik kindlaks määrata, kuidas erinevad inimesed teatud küsimustele vastasid tulenevalt soost, vanuserühmast, kogemusest puuetega inimestega jne. Tulemusi saab lihtsalt muuta erinevat tüüpi graafikuteks.

C. Avatud küsimuste hindamine

Mida vähem selliseid küsimusi ankeedis esineb, seda lihtsam on neid hinnata. Individuaalsed vastused tuleks sorteerida vastavalt loodud kategooriatele ja need peegeldavad ilmekalt, millisele küsimusele vastaja avatud küsimuse puhul vastas.

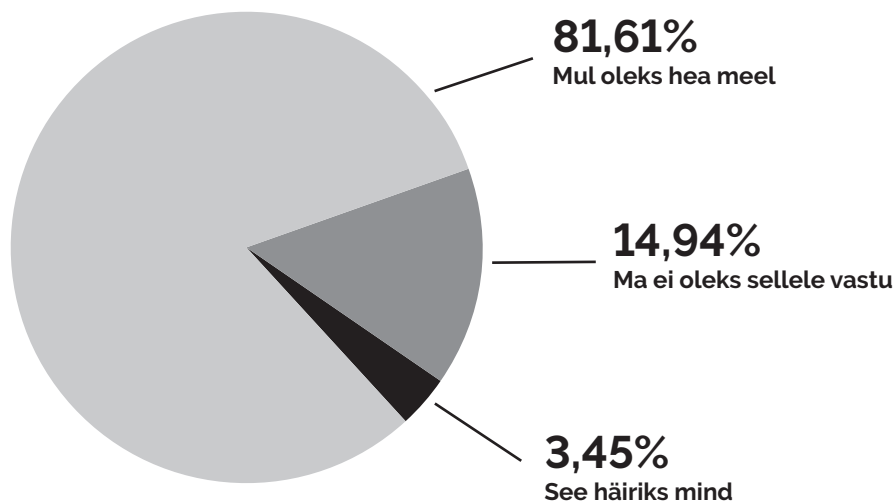
Näide avatud küsimuse hindamisest – klassifitseeritud vastavalt vanuserühmale

KÜSIMUSED	< 12 a	12–15 a	16–18 a	> 18 a	Kokku	%
1. Ma olen:						
a. poiss	10	18	7	1	36	41,38
b. tüdruk	12	15	21	3	51	58,62
Kokku	22	33	28	4	87	100,00
2. Ma tunnen isiklikult mõnda puudega inimest:						
a. jah	1	2	8	3	14	16,09
b. ei	21	31	20	1	73	83,91
Kokku	22	33	28	4	87	100,00
3. Minu suhtumine temasse on:						
a. hea	17	17	8	2	44	50,57
b. neutraalne	5	15	18	2	40	45,98
c. halb	0	1	2	0	3	3,45
Kokku	22	33	28	4	87	100,00
4. Kui puuetega õpilased käiksid meie klassis, siis:						
a. Mul oleks hea meel	20	27	20	4	71	81,61
b. Ma ei oleks sellele vastu	2	5	6	0	13	14,94
c. See häiriks mind	0	1	2	0	3	3,45
Kokku	22	33	28	4	87	100,00
5. Kui sa oleksid oma kooli direktor, kuidas püüaksid puuetega õpilaste elu koolis lihtsamaks muuta?						
Takistuste va- ba sissepääsu ehitamine	8	9	12	3	32	30,77
Käegakatsuta- vate sümbolite, süsteemide paigaldamine nägemispuude- ga inimestele klassiruumides / koridorides / riietusruumides	0	2	3	1	6	5,77
Puute teemal arutelude läbi- viimine klassi- des / mängud antud teemal / õpilase tutvus- tamine kollek- tiivile	4	5	5	2	16	15,38
Professionaalse assistendi ko- halolek klassis	3	8	2	2	15	14,42

Õpilastele teiste õpilaste aitamise soovimine	6	9	4	2	21	20,19
Ei oska öelda	4	6	3	1	14	13,46
Kokku	25	39	29	11	104	100,00

Näide – Excelis loodud sektordiagramm õpilaste koguarvu kohta, kes vastasid küsimusele nr 4 algses küsimustikus:

4. Kui puuetega õpilased käiksid meie klassis, siis:



3. Üritused

Nii üritused kui gerilja-turundus tähendavad ebatavalisi strateegiaid ja meetodikat, mille abil avalikkuselt vastus saada (ja tavaliselt ka meelelahutust pakkuda) ning kasutada selleks minimaalselt rahalisi vahendeid.

Üritused said alguse 1960ndatel aastatel kui ebatavaline kunstilise väljenduse vorm. Tänapäeval võib ürituseks olla nii juhuslik avalik kogunemine, tänavateatri esitus kui ka kontsertprogramm, et juhtida tähelepanu teatud (sotsiaalsetele) probleemidele.

VIHJE

- Organiseerides **avalikku kogunemist** (näiteks paraad, demonstratsioon, muud tüüpi üritus), on vajalik vastavaid ametiasutusi ürituse kohta eelnevalt teavitada.
- Organiseerides **spordi- või kultuurisündmust** või kui soovite paigaldada avalikku kohta teatud (kunstilist) objekti, on vajalik kinnistu omanikult või vastavatelt ametiasutustelt eelnevalt luba küsida. Mõnikord on vajalik ka politsei teavitamine.

4. Gerilja-turundus

Gerilja/Guerrilla = hispaania keeles võitlusmeetod, kus väike grupp võib üllatada isegi palju tugevamat vastast, kasutades kiiret ja ootamatut tegevustaktikat.

Gerilja-turundus kasutab ebatavalisi kanaleid, provotseerib, kasutab huumorit ja teatud hulgal agressiooni. Sageli tegutsetakse ametlike reeglite piiiril. Tegutsetakse füüsilises avalikus ruumis (inimeste spontaansed kogunemised, kus peatutakse minutiks ja osaletakse planeeritud tegevuses), kuid kasutatakse ka virtuaalruumi (viirus-turundus, veebiaruutelud teatud teema või toote tutvustamiseks).

Sellise ebatavalise turundusmeetodi suurim eelis on madalad kulud.

Gerilja-turunduse abil hoiatatakse suitsetajaid suitsetamise ohtude eest, et kutsuda üles suitsetamisest loobuma (foto: <http://www.pinterest.com/pin/261982903295465600/>).

Kuidas toimida?

- **Probleemi tuum** > mõelge, millele täpselt soovite tähelepanu juhtida. Kui probleem on keeruline, koostage nimekiri üksikutest teemapunktidest. **Olge kokkuvõtlik.**
- **Mida soovite saavutada?** > seadke eesmärk.
- **Planeerige kogu ürituse kondikava** > olge loominguiline (ja kannatlik). Sellise strateegia puhul on kõige olulisem **idee, intuitsioon ja inspiratsioon.** Kui te ei saavuta kohe esimese korraga edu, siis see ei loe; kirjutage üles kõik olulised märksõnad ja korraldage järgmisel päeval koosolek oma tegevuse analüüsimiseks.
- **Valige huvitav asukoht** > mõelge asukohale/kohtadele oma piirkonnas, kus saaksite mõjutada võimalikult rohkem inimesi.
- **Kasutage sotsiaalmeediat** > ürituse eelnevalt reklaamimiseks, selle hindamiseks ja võib-olla koguni kaaskorraldajate leidmiseks; gerilja-turunduse puhul kasutage huvipakkuva informatsiooni, videote ja fotode jagamiseks virtuaalseid kanaleid.
- **Konsulterige ametiasutustega** > soovitame koguda eelnevalt vajalikku informatsiooni, et tagada ürituse toimumine kooskõlas seadustega.
- **Püüdke äratada huvi, uudishimu ja suhtumise muutumist** > me ei soovita kindlasti agressiivsete strateegiate kasutamist.
- **Kontakteeruge meediaga** > kui soovite ürituse mõju suurendada, võtke ühendust kohalike ajakirjanikega ja teavitage neid eelnevalt üritusest, samuti arutage, kas nad oleksid huvitatud näiteks reportaaži tegemisest otse sündmuspaigast või kas te võite neile pärast üritust pressiteate saata.
- **Dokumenteerige kõike** > tehke fotosid ja videoid. Ürituse ettevalmistamise käigus võite postitada teateid fotode ja videotega Facebookis ja Twitteris. Pärast üritust võite avaldada artikli oma kooli koduleheküljel, blogis või ürituse/projekti kodulehel.

5. Flashmob

Flashmob on mõiste kirjeldamiseks inimeste ootamatut kogunemist teatud kohas ja teatud ajal, mis mõlemad on eelnevalt kokku lepitud. Kõik osalejad jagavad teatud kindlat kontseptsiooni – sama käitumine, sama riietus jne – mis avaldab möödakäijatele üllatavat ja lõbustavat mõju. Tavapäraselt on see kiireloomuline sündmus (kestab enamasti maksimaalselt 10 minutit) ja seejärel kaovad osalejad kiiresti tagasi rahva sekka.

Flashmob võib olla lihtsalt üks lõbus tegevus, aga ka protestivahend või võimalus teatud probleemile tähelepanu tõmmata. Klassikalised *flashmob* üritused sisaldavad tantsimist või laulmist avalikus kohas, kus sageli on palju rahvast (lennujaamad, linnaväljakud, rongijaamad, kaubanduskeskused jne).

Kuidas toimida?

- **Vältige agressiivsust** > olge hooliv. See, mis ühele tundub naljakas, võib teise inimese jaoks olla eba-meeldiv. Küsige sõpradelt või lapsevanematelt, mida nad teie plaanist arvavad.

- **Tugevus peitub numbrites** > mida rohkem inimesi ürituse läbiviimisesse kaasatakse, seda nähtavamaks see muutub. Lähenege võimalikele osalejatele nt Facebook lehekülje kaudu.
- **Detailid olgu selged** > kandke hoolt, et kõik osalejad teaksid kogu vajalikku informatsiooni ning jagage kõigile detailseid selgitusi.
- **Püsige märkamatusena** > rahvast vaadates ei tohiks olla võimalik eristada, kes hakkab *flashmob* ürituses osalema ja et plaanis on midagi ühiselt teha – see võib rikkuda lõpliku efekti. Ideaalis peaksite alguses kohtuma kõigi osalejatega kusagil sihtkoha läheduses ja andma vajalikud juhised. See vähendab võimalust, et teid märgatakse juba enne ürituse toimumist.
- **Tehke meediaga koostööd** > nagu iga teise sündmuse puhul, püüdke oma üritusele meedia tähelepanu tõmmata.

VIHJE

Siin on link lõbusale *flashmob* üritusele, mis korraldati selleks, et juhtida tähelepanu plastikpudelite liigtarbimise probleemile ja taaskasutuse vajadusele:

<https://www.youtube.com/watch?v=nNXG8AxqJuU>

6. Avalikud kogunemised

Kui tahate, et publik avaldaks arvamust konkreetse teema kohta, võite seda teostada avaliku kogunemise vormis. Kui osalemas on suur hulk inimesi ja üritust kajastab ka meedia, siis võib projektil märkimisväärne mõju olla. Avalikud kogunemised võivad toimuda paraadi, demonstratsiooni ja muud tüüpi sündmuse vormis (mis on laiapõhjalised, avalikud ja avalikus kohas toimuvad).

VIHJE

Kui püüate **lahendada mõnda konkreetset tagajärge kohalikul tasandil**, siis on tulemuslikum kasutada enne kogunemist ametnike ja ametiasutustega **teisi suhtlusmeetodeid – isiklikud kohtumised, lobitöö, petitsioonid** jne. Kui need meetodid ei ole piisavad või teil pole selleks piisavalt aega (näiteks otsustate tegutseda vahetult enne suure otsuse tegemist), siis võite kasutada seda meetodit oma seisukoha väljendamiseks.

Kuidas toimida?

- **Kogunemise 'ametlik korraldaja'** > isik, kes ametlikult vastutab ürituse korraldamise eest ja peab olema vähemalt 18-aastane.
- **Teavitamise kohustus** > avalike kogunemiste puhul kehtib vastav kohustus, mis tähendab, et omavalitsust või kohalikke ametiasutusi tuleb üritusest teavitada. Teavitus tuleb teha mitte varem kui 6 kuud ja mitte hiljem kui 5 päeva enne üritust.
- **Kirjalik teavitus** > selleks puudub kindel vorm. Omavalitsustel ja ametiasutustel on sageli välja töötatud oma vormid, mida enamasti saab alla laadida nende koduleheküljelt.
- **Korraldusmeeskond** > nagu iga teise ürituse puhul, jagage omavahel tööülesanded ürituse korraldamiseks. Otsustage, kes teavitab ametivõime, kes koordineerib üksikuid tegevusi, kes esineb 'ametliku korraldaja' nimel ja suhtleb korraldusmeeskonna poolt osalejatega jne.
- **Ürituse programm** > näiteks esinemisjärjekord kogunemisel. Kui ootate suurt osalejate arvu, siis on mõistlik kasutada ruuporit või mikrofoni koos võimendi ja kõlaritega.

- **Esitlege oma sõnumit visuaalselt** > valmistage nt plakatid, bännerid, huvitavad loosungid, kostüümid jne, mis aitavad teie sõnumit fotodel ja meedias visuaalselt esitleda.
- **Planeerige marsruut põhjalikult** > kui planeerite kogunemist **tänavamarsi** kujul, leppige kokku läbitav marsruut ja läbige see eelnevalt. Pidage meeles, et antud marsruudil liigub suur hulk inimesi, kellel kulub selleks oluliselt rohkem aega kui väikestel gruppidel. Ka ametiasutusi tuleb oma marsruudist teavitada.
- **Reklaamige oma üritust** > tutvustage üritust sotsiaalmeedias, lendlehtedel ja meedia vahendusel. Levitage informatsiooni ürituse kohta vähemalt 2–3 nädalat varem ja ürituse toimumispäeval tõmmake sellele uuesti tähelepanu. Kutsuge meediakanalite esindajaid, kellelt ootate info levitamist, kogunemisel osalema või avaldage koguni oma pressiteade.
- **Dokumentatsioon** > Pildistage ja filmige kõike. Vahetult ürituse läbiviimise ajal võite postitada kommentaare koos fotode ja videotega Facebooki ja Twitterisse. Pärast üritust võite artikli kirjutada ja postitada kooli koduleheküljele, oma blogisse või ürituse/projekti koduleheküljele.
- **Lahkumine** > pärast kogunemise lõppu tänage osalejaid ja paluge kõigil rahumeelselt lahkuda.
- **Jätkake meediaga suhtlemist** > selleks, et meedia teie üritusest räägiks, pakkuge neile nt intervjuud korraldajatega, oma fotosid ja videosalvestusi jne.

AVALIKUD KOGUNEMISED

Püüdke vältida konfliktide tekkimist ürituse ajal. Teavitage ürituse alguses selle täpsest plaanist või ajakavast, lõpukellaajast (tuginedes ametiasutustele teatatud kellaajast) ja reeglitest, mida osalejad peavad järgima. Samuti teavitage osalejaid, et pärast ürituse lõppu peavad nad rahumeelselt lahkuma.

Kui kogunemisele ilmub keegi, kellel ei tundu olevat rahumeelsed kavatsused, informeerige seda isikut ja teisi, et selline käitumine võib teil takistada püstitatud eesmärgi saavutamist – see peaks ära hoidma selle isiku poolt teiste osalejate ärgitamise või provotseerimise. Ürituse korraldaja vastutab turvalisuse eest ja konflikti ilmnemise korral on korraldaja ülesanne tekkinud olukord koheselt lahendada.

MIDA PEAB SISALDAMA KIRJALIK TEAVITUS?

- Kogunemise eesmärk, kuupäev ja algusaeg, asukoht.
- Planeeritav lõpukellaeg.
- Eeldatav osalejate arv.
- Meetmed, mida 'ametlik korraldaja' plaanib rakendada, et tagada kogunemise toimumine kooskõlas seadusega (põhiline, et osalejate seas oleks nõutav arv üle 18-aastaseid inimesi, kes täidavad organisatoorseid ülesandeid vastavalt seadustele ning kuidas neid inimesi massist eristada).
- Kui organiseerite marssi, tuleb viidata, kus see algab, milline on marsruut ja kus lõpeb.
- 'Ametliku korraldaja' nimi, ID kaardi number ja alaline elukoht (kui ametlik korraldaja on juriidiline isik, siis selle nimi ja ametlik asukoht ning volitatud isiku nimi ja isikukood, kes tegutseb antud asjas juriidilise isiku nimel).
- Isiku nimi ja alaline elukoht, kes on volitatud tegutsema 'ametliku korraldaja' esindajana.
- Kui üritus korraldatakse avalikus kohas või mujal kui avalikus ruumis (asukohas, mis ei ole avalik, vaid eravaldus, nt suurem spordiväljak), siis on ametlikul korraldajal kohustus lisada teavitusse maaomaniku või maavaldaja kirjalik nõusolek, kelle territooriumil üritus korraldatakse.

7. Dokumentaalfilmide linastus mittetulunduslikel ja hariduslikel eesmärkidel

Dokumentaalfilmide näitamine on üsna lihtne, kuid väga tulemuslik töövahend. Näidata võib nii ühe filmi kui ka filmiprogrammi esitleda.

VIHJED

- Planeerides koolis või muus õppehoones filmi näitamist ühe osana õppeprogrammist, olete **suhteliselt vabad** kasutama lisaks filmile muusikasalvestusi, kirjatükke, näidendeid jne. Selliste materjalide kasutamine **õppe-eesmärgil** ilma autoritasu maksimiseta on erandkorras lubatud vastavalt autoriõiguse seadusele, kuid kasutatud teose autori nime, teose nimetuse ja avaldamisallika kohustusliku äranäitamisega.
- **Avaliku linastuse** (st väljaspool kooli) puhul on vajalik **täpsustada konkreetse filmi tingimused avalikuks linastuseks**, näiteks dokumentaalfilmi laenutamise korral küsige laenutajalt, millised lepingu tingimused on filmi autoriõiguste omanikul allkirjastatud.
- **Avalik muusikaproduksioon**, näiteks ühe osana lisaprogrammist – **kontakteeruge Autorikaitse Ühingu** ja konsulteerige seoses oma ideega.
- **Ärge koguge piletiraha** (v.a. juhul, kui korraldate heategevuslikku üritust) – see muudab ürituse äritegevuseks.

8. Linastused ja filmijärgsed arutelud koolides

Otsustage, millises vormis filmilinastust soovite korraldada:

- **Üks linastus koolis**, mis on korraldatud teiste õpilaste jaoks,
- **Kooli filmifestivali korraldamine**,
- **Filmi(de) linastus vähekindlustatud inimestele** (nt lastekodud ja lastekülad, noortekeskused, sõltuvusravi keskused, turvakodud, krooniliste haigete ravikeskused, vanadekodud ja päevakeskused jne).

Kuidas toimida?

- **Suhtlemine kooli juhtkonna ja õpetajatega** > kavandage kohtumine, tehke korralikud ettevalmistused ja esitlege oma plaani.
- **Kaardistage oma valikud** > kus ja millal oleks võimalik filmi näitamist korraldada ja millised on tehnilised võimalused (dataprojektor, helitehnika, DVD mängija, pime ruum jne); kui vajalikud tehnilised tingimused filmilinastuse korraldamiseks ei ole saadaval, siis püüdke vajalik tehnika laenutada.
- **Linastuse aeg ja teema** > arutage meeskonnaga ühiselt, millised on teie ja klassikaaslaste huvialad ja millal oleks parim aeg filmi näidata.
- **Külalisesineja** > valige keegi, keda võiksite üritusele osalema kutsuda. Kui teil pole häid mõtteid, siis võtke ühendust organisatsiooni või asutusega, mis keskendub teid huvitavale temale ja küsige soovitusi.
- **Film** > valige film, mida soovite näidata (Mondo koordinaatorid oskavad kindlasti aidata; andmebaasis on enam kui 200 dokumentaalfilmi).
- **Reklaam** > kui inimesed ei tea filmilinastusest, siis ei tule nad ka kohale. Ärge muretsege, kui esialgu on osavõtjate arv väike. Selles ei ole midagi ebatavalist. Dokumentaalfilmid ei ole Hollywoodi rekordite purustajad.

- **Arutelu** > mõelge teemale, millele soovite keskenduda, milliseid punkte soovite toonitada, otsige teema kohta ajakohast informatsiooni ning valmistage ette piisavalt küsimusi filmijärgseks aruteluks külalisesinejaga.
- **Proovilinastus** > testige oma tehnikat ja vaadake kogu film eelnevalt läbi.
- **Linastus ja filmijärgne arutelu** > see on üritus ise.
- **Hinnang** > arutage koos teiste meeskonnaliikmetega, mis läks hästi, mida saaks paremini teha ja millele järgmisel korral tähelepanu pöörata. Publikult saab tagasisidet koguda ka küsimustiku abil.

FILMIJÄRGSED ARUTELUD

Avalik või vähemalt üks lühem kitsa ringi arutelu on soovituslik korraldada pärast iga dokumentaalfilmi linastust. See annab võimaluse jätkata tööd filmi temaatikaga, selgitada asjaolusid, mis seni võisid tunduda ebaselged, rikastada filmiga kaasnevat muljet täiendava huvitava informatsiooniga. Sageli omandavad inimesed rohkem teavet filmijärgsetest aruteludest kui filmist endast. Külalisesinejal – näiteks antud valdkonna eksperdil või filmis käsitletud teema suhtes isiklikku kogemust omaval inimesel – võib paluda arutelust osa võtta.

SOOVIN OLLA HEA MODERAATOR

Hea moderaator julgustab head sujuvat arutelu. Diskussioon võib toimuda vabas vormis ilma moderaatorita, kuid sellised arutelud sobivad pigem kitsamale sõpruskonnale (näiteks filmiklubi püsipublik, suhteliselt väike hulk inimesi, kes tunnevad üksteist isiklikult).

Mõelge, kes oleks hea kandidaat moderaatori kohale – see peaks olema kiire mõtlemisega ja enesekindel, kuid samas teiste suhtes tähelepanelik inimene. Arutelu eesmärk ei ole kuulata külalise monoloogi, vaid vahetada seisukohti publiku ja külalisesineja vahel. Moderaator peab tagama arutelu püsimise interaktiivsenä. Arutelu on tegelikkuses teatud sorti vestlus, kus igale küsimusele peaks järgnema ka vastus.

- Määrake kindlaks põhiküsimus. Kui arutelu väljub kontrolli alt, on alati võimalik tulla tagasi põhiküsimuse juurde. Koguge eelnevalt võimalikult palju teavet teema kohta või ka külalise kohta, kelle üritusele kutusite.
- Koostage käsikiri küsimustega, mida kindlasti tahate esitada.
- Hea on mõelda sellele, kes istub publiku seas: võtke arvesse õpilaste vanust, eeldatavat osalejate arvu, huvi antud teema vastu jne.
- Koostage ja kirjutage üles lühike nimekiri arutelu reegleid (näiteks kui pikalt arutelu kestab, millisel teemal see peaks toimuma, ajalised piirangud seoses isiklike sõnavõttudega, arutelus osalejate nimed jne). Teavitage publikut sellest enne arutelu algust.

VIHJED MODERAATORILE

- Arutelu ajal moderaator:
 - **jälgib arutelu kulgemist** ja kui see liigub vales suunas, siis kasutab ettevalmistatud küsimusi, et tagasi teemasse jõuda;
 - **jälgib kellaega** – arutelu kogupikkus on piiratud, seega on vajalik planeerida, kui palju aega igale arutelu osale kulutada ning võimalikult palju plaani järgida;
 - **juhivad diskussiooni** – võimalus publiku liikmetele ja külalisele sõna anda;
 - **hoiavad publiku tähelepanu**, esitades neile võimalikult spetsiifilisi küsimusi;
 - **jälgivad publikut** – kui inimesed räägivad juba pikemat aega omavahel, siis võib küsida, millest nad räägivad, sest ka teisi võib see teema huvitada. Tekitage arutelu ruumi tagaosas, kus publiku tähelepanu on alati väiksem (näiteks küsitledes konkreetset mõnda inimest tagareas);
 - **hoiavad arutelu elavana** – kui keegi räägib liiga pikalt, siis on vajalik viisakas sekkumine (soovitavalt

viidata reeglitele, mida mainiti arutelu alguses);

- **hoiab mikrofoni enda valduses** – parem on hoida mikrofoni enda käes, kui publik sellesse räägib. See on ainus võimalus mitte kaotada kontrolli arutelu üle.
- Kui tekib kaks põhimõtteliselt erinevat seisukohta, siis saab moderaator jagada publiku kahte gruppi ja lasta neil omavahel arvamust avaldada.
- Oluline vastuse vorm on publiku aplaus, mis peaks kaasnema ka aruteludega. Moderaator võib ka ise aplausi algatada ja innustada, näiteks külalist või publikut tänades.
- Moderaator peab jääma viisakaks, kuid käituma enesekindlalt.
- Väga oluline on teha kokkuvõtteid ja analüüside. See ei tähenda detailidesse süvenemist, vaid moderaator võtab arutelu kokku, et sellele punkt panna.

KONKREETSED TÖÖVAHENDID

1. Avalikud debatid

Teatud kindlal teemal arutelusid, mida korraldavad avalikud või riiklikud institutsioonid, MTÜd ja kodanikeühendused, nimetatakse avalikeks miitinguteks, debattideks või aruteludeks. Nende eesmärk on luua foorum, kus grupi-siseselt arutada reaalseid probleemide võimalikke lahendusi ja pakkuda välja parendused koostöös asjakohaste avaliku võimu esindajatega.

Tavaliselt ei ole eesmärk mitte mõne väga spetsiifilise teemaga tegelemises, vaid pigem ruumi loomine kodanikualgatuseks – kodanike kaasamine otsustusprotsessidesse kohalikul tasandil. Õpilased võivad samuti nendest kohtumistest osa võtta ja oma teemakohaseid seisukohti esitleda.

Kuidas toimida?

1. **Koguge teavet kavandatud ürituste kohta** > uurige välja, kas tulemas on mõni avalik kodanike kogunemine, kus arutletakse teile huvipakkuval teemal. Informatsiooni saab koguda nt ametiasutuste ja organisatsioonide kodulehtedelt või neile helistades.
2. **Avaldage oma arvamust** > kui soovite kohtumisel esitleda huvigrupi arvamusi, siis viige läbi küsitlus või paluge nt koolikaaslastel või kohalikel elanikel ankeet täita.
3. **Osalege soovi korral ilma registreerimata** > kui soovite aktiivselt osaleda, st oma arvamust avaldada, siis mõnikord on vajalik registreerimine või ametkonna eelnev teavitamine – näiteks sõnumi saatmisega kutsel märgitud e-aadressile. Ent sageli on võimalik esineda ka ilma eelneva teavitusega või oma osalemist registreerimata.
4. **Tehke ettepanek, kuidas probleemi lahendada** > esitage oma seisukoht probleemiga seoses, kuid samuti mõned võimalikud lahendused probleemile või pakkuge lausa abi ja võimalust koostööks.
5. **Ärge unustage viisakust** > austage oma arutelupartnereid.

KUIDAS VEENVALT DEBATEERIDA?

Debatti tõlgendatakse kohati kitsamas tähenduses kui üldistavamalt sõna 'arutelu'. See rõhutab, et protsessi käigus peaks jõudma teatud lahenduseni, mitte lihtsalt valitud teemal arutlema erinevatest vaatenurkadest lähtuvalt. Eesmärgiks on väljendada oma arvamust veenvalt piiratud aja jooksul. Kui soovite olla edukas, peate debatiks korralikult valmistuma.

- **Sõnastage juba eelnevalt oma argumendid** ning mõelge, kuidas oponentid võivad neile vastata.
- **Toetage oma argumente faktidega** – juhtige tähelepanu faktidele, mille olete informatsiooni kogudes või uuringu tulemusi analüüsidest leidnud jne.
- **Austage oma oponenti** kui debati partnerit.
- **Kuulake hoolikalt**, mida oponent debati ajal ütleb, milline on tema seisukoht ja milliseid argumente vastaspool kasutab.
- **Mõelge sügavalt oma argumentidele** ning reageerige oponenti sõnavõttudele.

VIHJE

Vaielge veenvalt

Tähtis on hoolikalt jälgida, kuidas te oma argumente debatis kasutate. Hinnake jooksvalt oma argumentide kaalukust – mõned neist tuginevad faktidele, millest olete kuulnud seoses arutluse all oleva probleemiga, teised argumendid võivad põhineda teie isiklikel kogemustel, samas kui osad neist võivad olla üksnes arvamused. Üldjuhul on mõttekam töötada mitme tugeva argumendiga, mitte pommitada oma oponente suure hulga faktidega.

Selleks, et debatt huvi pakuks, on mõttekas toetada oma väiteid reaalseste näidete, isiklike kogemustega jne.

Debateerija, kes ei tea, kuidas oma argumente 'müüa', ei võida kindlasti. Sama tähtis kui üks hea argument on pöörata tähelepanu oma kehakeelele ning harjutada avalikku esinemist (st saada üle närveerimisest).

2. Lobitöö

Lobitöö (ingl k sõnast *lobby* – algselt fuajee või vastuvõturuum hoone sissepääsu lähedal; kujundlikus tähenduses on hakatud sellele viitama kui huvigrupile) on sageli seostatud korruptsiooniga, kuid selle tähendus on tunduvalt laiem. See viitab teatud huvigrupi süstemaatilistele püüdlustele edendada või tutvustada oma huvisid, tavaliselt meedia abil, avalikkuses, võimuesindajate ja riigiametnike seas.

Tänapäeva demokraatlikes riikides määratletakse riigivõimu kui kodanike poolt oma esindaja saatmist riigitasandile läbi valimisprotsessi; ning valitud saadikud (st Riigikogu liikmed, kohalikud esindajad) teostavad neile antud võimu kodanike nimel. Seetõttu on suhtlemine valijatega väga oluline ja soovitatav. Selline suhtlus on lausa põhiseadusega tagatud, nagu ka kaebeõigus. See on ka põhjus, miks valitud ametnikel, parlamendisaadikutel jt delegaatidel on bürood külastamiseks ja avalikud vastuvõtuajad.

Kuidas toimida?

1. **Kaasake võimalikult palju vabatahtlikke** > eesmärk on läheneda võimalikult paljudele inimestele riikikes institutsioonides, seda nii kohalikul tasandil (kohalik omavalitsus) kui ka kõrgemal tasemel (regionaalsed esindajad, Riigikogu liikmed jne).
2. **Püüdke enda poolele võita mõni rahva poolt valitud esindaja** > kui teie projekti esitleb teistele esindajatele vastava institutsiooni, nt linnavalitsuse liige, siis on teil kergem toetust leida. Kui see isik saavutab suurema enamuse toetuse, siis on teil juba pool sammu eduni tehtud.
3. **Omavalitsused on seadusest tulenevalt rahvale avatud** > pidage siiski meeles, et kohalike omavalitsuste koosolekud ei ole avalikud. Te võite osaleda avalikel koosolekutel ja oma teema tõstatada, samuti võite esitada küsimusi ja kommentaare.

KODANIKE ÕIGUS OSALEDA AVALIKE SUHETE HALDAMISES

Kodanikel on õigus kommenteerida oma kogukonnas (ehk teie alalises elukohas) debati käigus teatud teemasid kooskõlas seadusega (nimetatud õigus on sätestatud Eesti Vabariigi põhiseaduse §-s 45 – kodanike õigus vabalt levitada ideid, arvamusi, veendumusi ja muud informatsiooni. Seda õigust võib seadus küll piirata, kuid mitte keelata või täielikult ignoreerida).

3. Petitsioonid

Petitsioon on töövahend, mille abil huvigrupp saab konkreetsel teemal arvamust avaldada ja püüda vastava valdkonna otsuseid mõjutada – näiteks parlamendisaadikute või linnaametnike poolt tehtavad otsused. Petitsiooni võib rakendada sisuliselt iga teema puhul, kuid sellega ei saa mõjutada kohtute otsustusvabadust või õhutada põhiseadust või teisi seadusi rikkuma. Petitsioonide tulemuslikkus on kohati küsitav, kuid palju on ka häid näiteid, mis kinnitavad petitsioonide mõjuvõimu. Petitsioone võib rakendada ka koolis, kus on tunduvalt suurem võimalus edu saavutada kui riigiasutustes.

VEEBIPÕHISED PETITSIOONID

Tänapäeval algatatakse petitsioone järjest sagedamini Internetis. Esitlus kodulehel võib kaasa aidata petitsiooni läbiviimisele ja suurema arvu allkirjade (inimeste, kes petitsioonile alla kirjutavad) kogumisele. Interneti teel kogutud allkirjadel on seni siiski üksnes sümbolne väärtus; Eesti seadusandlus ei tunnusta veel Internetis allkirjastatud petitsioone ja dokumendid peavad olema ametlikult allkirjastatud. Sellele vaatamata on veebipõhistel petitsioonidel kindel koht kodanikualgatuslikes tegevustes.

Kuidas toimida?

- 1. Kirjalik vormistamine** > Petitsioon peab olema kirjalikult vormistatud.
- 2. Kes võib petitsiooni esitada?** > Petitsiooni võib koostada iga eraisik või ühendus. Ühenduse liikmed peavad määrama ühe vähemalt 18-aastase kõneisiku, kes esindab kogukonda suhtlemisel ametiasutustega, kuid teised liikmed võivad olla ka nooremad kui 18-aastased.
- 3. Oluline informatsioon, mis petitsiooni lisada:**
 - petitsiooni tekst,
 - petitsiooni koostaja nimi ja kodune aadress või ühenduse liikmete nimed ja kodused aadressid,
 - petitsiooni koostamiseks loodud ühenduse poolt määratud kõneisiku nimi ja kodune aadress,
 - petitsiooni aadressaadi (asutuse) nimi ja aadress ning kuupäev.
- 4. Allkirjad:**
 - Iga petitsiooni allkirjastaja puhul tuleb lisada isiku ees- ja perekonnanimi, aadress ja allkiri; isikukood ei ole vajalik;
 - Petitsiooni võivad allkirjastada ka väliskodanikud (kui ametliku aadressi või elukoha märkimine ei ole võimalik, siis võib kasutada ka tegeliku elukoha aadressi);
 - Petitsiooni jaoks võib avalikus ruumis allkirju koguda iga vähemalt 16-aastane isik;
 - Petitsioonid ja blanketid võib allkirjastamiseks jätta ka avalikku asukohta ja selleks ei pea küsima ühegi ametiasutuse luba (erinevalt nt sellest, kui kavatsete avaliku ruumi hõivata), samuti ei pea teavitama oma kavatsusest allkirju koguda (mis kehtib avaliku kogunemise korraldamise puhul). Allkirjade kogumine petitsioonile ei tohi siiski vähimalgi määral takistada liiklust ega rikkuda avalikku korda.
- 5. Petitsiooni esitamine:**
 - Soovitav on petitsioon konkreetsele ametiisikule või asutusele isiklikult üle anda.

4. Meedia ja avalikud suhted

Meedia ja suhtlemine meediaga ei ole üksnes tavaline osa meie igapäevaelust, vaid see aitab ka reaalsust kujundada ja luua. Kui soovime oma projektiga avalikkuse ette tulla, siis peame õppima meediaga koostööd tegema. Meediaga suhtlemine ei ole keeruline ja karta pole midagi.

Suhtlus meedia ja reaalsuse vahel on kahesuunaline. Meedia informeerib meid ümbritsevast maailmast, kuid ka kujundab seda maailma. Kui meie hääl jõuab meediasse, siis aitame kujundada ka vastavas valdkonnas peetavat arutelu. See on üldjuhul ka põhjus, miks üldse meediasse minna.

AVALIKUD SUHTED (PR)

- Mulje, mille me loome endast ja oma tegevusest
- Mulje sellest, kes me oleme ja milline on meie 'toode'

!!! Avalike suhete põhiline märksõna on suhtlemine!!!

Kuidas toimida?

- **Vastake ise küsimusele** > 'Miks me peaksime meediasse minema, mida me sellega saavutame?' Sest inimesed kuulevad teie tegemistest ja sellest tulenevalt on kergem raha koguda. Sest te soovite muuta avalikku arvamust ja valdavat muljet millegi kohta. Meediaga suhtlemiseks on mitmeid häid põhjuseid, kuid oluline on teada teie konkreetseid põhjuseid enne ajakirjanikega ühenduse võtmist.
- **Sihtrühm > kui kitsas või lai on meie sihtrühm?** Mida kitsamalt on sihtrühm määratletud, seda lihtsam peaks olema nendeni jõudma.
- **Meediapartnerite valik > kas meie teema on kohalik või omab ka laiemat mõju?**

VIHJE

Üleriigilised ja kohalikud ajalehed

Laiema levikuga meediaväljaannete kajastus tõstab tavaliselt teema staatust
Teie teema kajastamist on keeruline saavutada

Televisioon, raadio

Traditsioonilised ja prestiižsed meediakanalid, kuid tarbijate arv on vähenemas

Veebipõhised uudisteportaalid ja ajalehed

Sageli lisandub ka paberväljaanne
Tihe konkurents kajastamist leidvate teemade vahel
Surve kiirusele ja päevakajalisusele

Üleriigilised nädalikirjad

Võimalus rohkem avaldamisruumi saada
Tihe konkurents kajastamist leidvate teemade vahel

Kohalikud ajakirjad ja perioodilised väljaanded

Kohalikud uudiskirjad, mille avaldajaks on kohalikud omavalitsused, linnad, vallad jne
Täpsem kohalik sihtrühm, lihtsam oma teemale kajastust leida

Eriväljaanded

Koolilehed, hobi/eriala ajakirjad, naisteajakirjad, loodusajakirjad jne

UUS MEEDIA JA SOTSIAALMEEDIA – „IGAÜKS ON AJAKIRJANIK”

Tänapäevane lihtne tõde on see, et igaüks võib edastada oma sõnumi suurele hulgale inimestele ainult mõne päevaga. Te ei pea lootma suurtele meediaväljaannetele, piisab ainult video salvestamisest, millel on potentsiaali Interneti kaudu viiruslikult levida.

VIHJE

„Viiruslik levik” on eeskätt iseloomulik uuele meediale, mis toimib üle Interneti. Kui midagi levib viiruslikult, siis see tähendab, et läbi virtuaalse jagamise jõuab selle sisu kümnete, sadade või lausa tuhandete inimesteni. Kui teie video levib massiliselt (ja seda ei ole lihtne saavutada), siis levib ka teie informatsioon Internetis sama kiiresti ja nakkavalt kui viirus.

YouTube

Enamik YouTube'ist leitavaid videoklippe ei ole kunagi viiruslikult levinud ja neil puuduvad vastavad tunnused. Sellele vaatamata tasub oma video YouTube'i postitada ka juhul, kui teil puudub plaan selle massiliseks levitamiseks. Video mõjub alati elavdavalt. YouTube pakub võimalust luua isiklik kanal, kuhu saate postitada isiklikke videoklippe või ka teiste omasid, mis seostuvad teie teemaga.

Mida ei pruugi Facebooki kohta teada

Facebooki fenomenaalne levik tähendab, et tänapäeval pöörduvad inimesed sageli Facebooki kui esmase PR platvormi poole – see on koht, kus suhelda oma võimalike toetajatega. Facebooki kui avalike suhete ja turunduse alase tööriista kasvuga ei kaasne aga kahjuks kasutajatuge. Reeglid võivad ootamatult ja ainult mõne päevaga muutuda. Juhul, kui te ei kasuta kellegi teise lehekülge, kes haldab Facebooki igapäevaselt reklaam- ja teavituskanalina, siis ilmselt tekib teil raskusi kõigi pakutavate võimaluste leidmisega.

Facebook lehekülje põhifunktsioonid – võimalused, mis isiklikul profiilil puuduvad

- Planeerige sõnumi avaldamine kindlal kuupäeval ja kellaajal
- Avaldage postitus varasema kuupäevaga
- Statistiline monitooring ja võrdlev statistika teiste valitud lehekülgedega
- Oma reklaamide haldamine ja mõju analüüs
- Ja palju enam

Kuigi Facebook ja selle tööriistad võiva olla ettearvamatud, on see siiski väga kasulik töövahend, mille kaudu on võimalik jõuda laiapõhjalise sihtrühmani madalate kuludega, mistõttu on hea idee kulutada veidi aega oma lehekülje kujundamisele Facebookis.

VIHJE

Põhireeglid:

- **Ärge kunagi 'ostke' endale jälgijaid** – eeldusel, et soovite reaalseid ja olulisi jälgijaid, mitte kedagi, kellele 'meeldib' teie leht ainult tasuta šampooni võitmise pärast.
- **Mõelge alati eelnevalt, kuidas oma postitusi reklaamida.** Enamikel juhtudel on mõistlik maksta promotsiooni eest, mis on suunatud teie senistele jälgijatele ja nende sõpradele ning järk-järgult laiendada oma võrgustikku.

Üks Facebookiga kaasnev probleem on **postitatud sõnumite kahanev nähtavus**. Praktilises mõttes tähendab see, et keskmist postitust näeb umbes 10% teie jälgijatest. Kui tahate, et kõik teie jälgijad postitust näeksid, siis on ainus võimalus maksta sihtturunduse eest. Hetkel ei ole see väga kallid teenused ja 2–8 euro eest postituse kohta kindlustate, et teie jälgijad ja nende sõbrad näevad teie postitust. Küsimus on ainult selles, kui palju see hind veel tõusta võib.

Twitter

Twitter on sotsiaalne võrgustik, mis on peamiselt loodud kirjalike postituste tegemiseks ja see on Eestis vähem levinud kui Facebook. Ent ka selles võrgustikus on võimalik endale publikut leida. Kui teile tundub, et teie teema sobitub hästi sellisesse suhtlusesse, nagu Twitteris aset leiab, siis uurige veidi ja otsige teie teemaga seotud arvamusi. Te võite neid jälgida ja ideaalis koheselt vastuseid postitada. Tutvustage oma säutse *hashtag*-idega, mis mõjutavad avalikku arvamust. Kui soovite lisada Twitteri postitusse pika viite oma koduleheküljele, kasutage URL lühendajat.

KAS TEADSITE, ET...

Teatud meediakanalid kasutavad Twitteri arutelude löike oma uudistekanalites. Te võite ühendada oma Twitter konto Facebook kontoga. Nagu ka Facebooki puhul, on Twitteris parim lahendus kohene reageerimine, st minutite jooksul. Suur osa arutelust, mis säutsule järgneb, toimub lähima kolme tunni jooksul pärast postitamist ja üks päev hiljem ei ole enam mitte keegi teie vastusest huvitatud.

Miks (mitte) blogida

Eestis on kümneid ja sadu blogisid, mis kedagi ei huvita. Samas on kümneid, mis on endale lojaalse lugejaskonna leidnud ja mille autorid suudavad märkimisväärselt avalikku arvamust kujundada. Nii nagu Mallukas (Eesti blogija) on läbi oma blogi muutunud tuntud suhteekspertiks, võite ka teie blogi kasutada, et oma positsiooni vastava valdkonna ekspertina kindlustada. See nõuab siiski palju tööd, kannatlikkust ja oskust kirjutada tekste, mille sisu on oluline ja mida inimesed tahavad lugeda.

Blogi pidamiseks on loodud mitmeid servereid – näiteks blogger.com. Kui te soovite tõepoolest suurepärasest tulemust saavutada, kasutage kodulehekülgede loomiseks ja sisu haldamiseks mõeldud WordPress süsteemi. Programmi saab tasuta, kuid esmalt peaksite analüüsima, kui palju aega te soovite oma blogi visuaalsele kujundusele kulutada.

Meil puudub kindel retsept, kuidas oma blogi edukaks muuta. Blogi edu sõltub täielikult teie oskusest kirjutada inimesi huvitavaid postitusi selgesõnaliselt ja huvitava teemavalikuga. Teie blogi peab olema kooskõlas üldise sotsiaalse keskkonnaga ehk siis pakkuma huvi piisavalt paljudele lugejatele. Vastuolulised teemad tekitavad sageli laiema lugejaskonna – eeskätt puudutab see migratsiooni, inimõigusi, sugude vahelisi suhteid jne. Olge valmis selleks, et enamik reaktsioone võivad olla väga kriitilised. Mõelge, kas suudate vastata oma oponentidele neutraalselt ja ratsionaalsete arumentidega. Kui mitte, siis ärge vastake üldse, või oodake vastusega üks päev.

TURVALINE SUHTLEMINE

Privaatsus on esmatähtis

Oluline on olla läbipaistev: avaldage teavet projekti kohta, pakkuge kontaktinformatsiooni ning märkige, kes on projekti taustajõud. Kuid mitte teie enda privaatsuse arvelt!

- **Määrake 'projekti' kontaktandmed** > tehke projekti jaoks kontakttelefon ja meiliaadress, mille kaudu saate korraldada projektiga seotud tegevusi.
- **Ärge avaldage** > isiklikku telefoninumbrit või meiliaadressi Internetis, sotsiaalmeedias või oma blogis.
- **Ärge kirjutage liiga palju endast** > kui soovite ennast tutvustada, siis keskenduge haridusele ja kogemustele.
- **Eristage** > sotsiaalmeedia leheküljed ja projekti profiil teie isiklikust profiilist.
- **Fotod** > Interneti leheküljele kuuluvad üksnes projekti tegevustega seotud fotod. Isiklikud fotod ei ole üksnes sobimatud, vaid neid avaldades avate ennast ka võimalikele ahistajatele.

„MEEDIA STRATEEGIA LOOMINE” EHK KUI TE TÕEPOOLEST SOOVITE MEEDIASSE MINNA

Meedia strateegia on nimekiri tegevustest, mille põhjal saab määratleda, milliste meedikanalitega, millal ja kuidas soovime oma sõnumi abil ühendust võtta.

Kuidas toimida?

- **Määratlege sõnumi sihtrühm** > Kuidas nad käituvad, millega tegelevad, kus liiguvad, kuidas saavad informatsiooni? Pange tähele, et sihtrühma moodustavad tavalised eraisikud.
- **Milline on teie eesmärk** > Kas soovite, et teie korraldatud üritusele tuleks 150 osalustasu maksvat külast või soovite mõjutada laiemat üldsuse arvamust? Kas soovite lahendada kohaliku tasandi probleemi või laiemat teemat, mis omab laiemat tähtsust kui teie linn, maakond või koduriik?
- **Populaarne meedia** > Kes on teie sihtrühma liikmed: kas nad loevad ajalehti või ajakirju? Milliseid? Kas nad vaatavad telerit või kuulavad raadiot? Milliseid kanaleid ja millal? Kas nad kasutavad Facebooki? Kas nad kasutavad teisi sotsiaalmeedia kanaleid?
- **Valitud meedia struktuur** > Iga ajaleht koosneb suurest hulgast erinevatest rubriikidest. Püüdke välja valida ajakirjanik, kes võiks teie teemast huvitatud olla ja saab aidata meediakajastusega.
- **Millal infot avaldada?** > Koostage oma ürituste või kampaaniate ajakava, millal soovite teemaga avalikuse ette minna. Välja valitud kuupäevadel on ilmselt laiem kontekst, millele peaksite tähelepanu pöörama. Näiteks suvepuhkuste aeg on teatavasti uudiste 'madalhooaeg', mis tähendab, et teil on lihtsam ajakirjanike tähelepanu saavutada, sest neil ei ole nii kiire kui tavaliselt. Samuti võite ära kasutada olulisi kuupäevi või riigipühaid, mis jäävad teie kavandatud ürituste lähedusse. Siiski, mõningad tähtpäevad võivad teie eesmärgile kahju teha. Valimistulemuste avaldamise päev ei ole kindlasti õige aeg teie pressteate avaldamiseks meedias.
- **Numbrid** > Arvutage välja, kui palju maksab lendlehtede jms trükkimine. Hea on eelnevalt teada, kuhu teil tuleb oma aega ja raha investeerida.

STRATEEGIAD MEEDIAGA SUHTLEMISEKS

Kõige lihtsam vahend meediaga suhtlemiseks on pressteate avaldamine. Kui teie eesmärk on võtta ühendust enam kui kolme trüki- või veebiväljaandega, soovitame keskenduda pressteate koostamisele. Selle formaadiga on ajakirjanikud harjunud ja oskavad hästi töötada. Pressteated on spetsiifiline žanr ja oluline on tunda põhireegleid, kuidas neid koostada. Täpsemalt tutvuge alljärgneva peatükiga Pressteated.

VIHJE

Ajakirjanikega suheldes pidage meeles, et need inimesed töötavad suure ajalise surve all ja neil on minimaalselt teadmisi teie teema kohta. Erinevalt teist ei pruugi nendel olla palju aega teemasse süvenemiseks ja ei tohiks eeldada, et mõne tunni jooksul, millal nad teie artikliga tegelevad, omandavad nad kõik vajalikud teadmised. Leppige sellega, et teie kohta meedias avaldatud informatsioon on alati kokkuvõtlik ja peaaegu alati satub artiklisse mõni faktiviga.

Meediaga suheldes püüdke vaadelda asju nende seisukohast. Teatavasti on nende eesmärk alati lugejaid, vaatajaid või kuulajaid ligi meelitada ja nad kasutavad erinevaid strateegiaid publiku hulga suurendamiseks. Ajakirjanikele meeldivad põnevad isikulood, kurioosumid, statistika ja trendid.

MIDA MEEDIAGA SUHTLEMISEL MEELES PIDADA

- Te ei ole ainus olemasolev huvigrupp.
- Teie arvamus võib olla vähemuse arvamus.
- Suhtuge meediasse ja publikusse austusega.
- Ärge valetage, püüdke olla objektiivne.
- Tuginege põhjendatud argumentidele.
- Olge avatud ja suhtlemisaldis.
- Hoidke häid suhteid ja isiklikke sidemeid.
- Teistega suheldes vastake neile õigeaegselt. Teatud juhtudel (tulenevalt tähtaegadest) loeb meedia tunde või lausa minuteid, mitte päevi; veelgi enam, meedia on huvitatud informatsioonist, mis on tähtis just praegusel hetkel.
- Nagu iga teise masspostituse puhul, lisage adressaadid oma sõnumi pimekoopiasse (Bcc)!

KUIDAS KIRJUTADA PRESSITEADET

Pressiteade on meediaga suhtlemise ja nende teavitamise standard. Tavaliselt on pressiteate pikkus umbes 5 lõiku (üks A4 lehekülge). See peaks sisaldama uut ja asjakohast teavet (tõeline pressiteade peaks keskenduma tegelikule sündmusele, mis toimub täna). See on avaldus, mis annab ajakirjanikule informatsiooni, mille põhjal kirjutada artikkel ajalehe jaoks või ettevalmistada uudisnupp televisiooni või raadio jaoks.

PRESSITEATE STRUKTUUR

Pealkiri (tiitel)

- See on enamasti pressiteate kõige tähtsam osa.
- See peaks olema kokkuvõtlik, täpne ja sisaldama tegusõna.
- See peaks sisaldama pressiteate kui terviku sisu ja eesmärki.
- Sageli sõnastatakse parimad pealkirjad pärast pressiteate lõpetamist.

Blankett

Sisaldab kontaktandmeid (organisatsiooni ja korraldajate kohta, kontaktaadress, telefon, epost, koduleht).

Kuupäev

Pressiteate väljastamise aeg ja koht on märgitud esimese lõigu alguses, mida nimetatakse 'juhtlõiguks'.

PRESSITEATE SISU – Kuidas toimida?

- **Ümberpööratud püramiid** > Pange kirja informatsioon, mida tuleks pressiteates esitleda, alates kõige tähtsamatest märkustest üleval ja lõpetades vähem olulistega allpool. Kui teatud hetkel osutub vajalikuks osa informatsiooni välja jätta ja te alustate kustutamist selle ümberpööratud püramiidi alumisest otsast, siis see peaks olema loogiline järjestus algusest lõpuni.
- **Viis küsimust** > Pressiteate koostamisel on mitu põhieeglit, mida järgida (nagu iga uudise puhul). Iga pressiteade peaks vastama viiele küsimusele: kes, mida, millal, kus, miks? Lisaks võite vastata küsimusele: kuidas?
- **Juhtlõik** > Esimene lõik peaks sisaldama vastuseid nimetatud viiele küsimusele. See osa tekstist peab olema väga selgelt sõnastatud. Lugeja peaks juhtlõigust teada saama, mida täpsemalt pressiteade puudutab. Ajakirjanikud ei loe sageli esimesest lõigust kaugemale.
- **Otsene kõne** > Kui juhtlõik peaks sisaldama üksnes fakte, siis teise ja järgnevasse lõikusse võib lisada kommentaare ja hinnanguid tekstis kirjeldatud sündmusele. Arvamusi on kõige parem avaldada otsese kõne vormis, seega lisage oma liikmete tsitaate, samuti arvamusi organisatsiooni (kooli) juhtidelt ja ekspertidelt, kellega antud valdkonnas koostööd teete.

- **Kontaktandmed** > Pressiteate lõppu lisage kontaktisiku andmed (nimi, telefon, epost). Kontaktandmed võivad olla ka blanketil märgitud.
- **Märkused, lisad** > Pressiteatele võite lisada nummerdatud viited või koguni selgitavad märkused. Neid kasutatakse juhul, kui soovitakse midagi detailsemalt selgitada, kuid teksti sees ei ole selleks ruumi. Viidates tekstis välisallikatele, täpsustage alati, kust leida esitatud informatsiooni allikas või kasutage aktiivset linki (hüperlink) otse teksti sees.
- **Organisatsiooni lühitutvustus (viimane lõik)** > Lõpetuseks võite lisada lühikese lõigu pressiteate koostanud organisatsiooni(de) kohta.
- **Fotod või video** > Pressiteatesse võib lisada ka fotosid või videoklipi (soovitavalt kohe pärast esimest lõiku) otse tekstis või hüperlinkidena (st sisestage link, mis juhatab lugeja projekti koduleheküljele).

VIDEO TEGEMINE

Videokaamera või ka lihtsam mobiiltelefon võib osutada oluliseks seadmeks, mis aitab teie projekti inimestele lähemale tuua või teavitada neid huvitavatest teemadest. Toimetamata salvestis ilma kommentaarideta võib sündmustest olulise ülevaate anda ja on juba muutunud efektiivseks kodanikuajakirjanduse tööriistaks. Filmitud materjali saab ka monteerida – sellest võib kokku lõigata videouudise, lühidokumentaalfilmi või näiteks sotsiaalreклаami.

Kuidas toimida?

- **Enne filmimist** > Kandke kaasas tagavara mälukaarti (kui kasutate digitaalkaamerat) või kassetti (kui kasutate analoogkaamerat). Ideaalis peaks teil olema tagavaraks ka üks salvestusseade. Kontrollige, et aku oleks laetud ja kandke kaasas lisaakut.
- **Stsenarium** > Enne filmimist mõelge läbi filmi põhistsenaarium.
- **Lugu** > Salvestage kogu üritus (ettevalmistused, üritus ise ja kokkuvõte) ning jäädvustage ka publiku reaktsioone. Salvestatud materjalist tekib lugu – monteerige, lisage muusika, üritust kirjeldavad kommentaarid jne.
- **Intervjuud** > Filmige võimalikult palju intervjuusid. Enamus inimesi suhtub teisse esialgu vastumeelselt, kuid järk-järgult avanevad ja räägivad teiega. Intervjuud on suurepärane võimalus üritust kajastavale klipile häälkommentaari andmiseks. Mõelge helile (pöörake tähelepanu keskkonnale, milles filmite, püüdke mikrofon võimalikult lähedale suunata).

FILMIMINE

1. Filmimise ajal on hea järgida mõningaid filmi tegemise põhireegleid. Video näeb parem ja professionaalsem välja, kui seda on monteeritud.
2. Kui alustate salvestamist, näidake alati umbes 3 sekundit kellaega ja kuupäeva. Salvestist võib tutvustada ka mõne lühikese sissejuhatava lausega (näiteks: 'On 15. august 2016 ja oleme kaameraga tulnud Vabaduse väljakule Tallinnas, kus toimub aktsioon tähelepanu juhtimiseks inimõiguste rikkumisele Valgevenes.').
3. Salvestise asukoha kinnitamiseks ja tõestamiseks näidake videoklipis ka mõnda tuntud objekti ümbruskonnast – ehitist, skulptuuri vms.
4. Püüdke kaamerat kindlalt käes hoida, et pilt ei väriseks.
5. Iga põhikaadri filmimise ajal hoidke kaamerat vähemalt 10 sekundit ilma fookust muutmata ja kujundilt liikumata.

- Ärge püüdke pilti teravustada kaamerat liigutades, muutke kaadreid aeglaselt ja sujuvalt. Kasutage võimalikult vähe lähemale ja kaugemale suumimist.
- Püüdke tegevust salvestada võimalikult lühikeselt distantsilt ja nii nagu tingimused võimaldavad.

VEEL KASULIKKE REEGLEID

Kompositsioon: Igal salvestusel peaks olema selge struktuur või kord. Esiplaani või tausta valimisel kontrollige alati, et näiteks esineja ei löö oma pead kuhugi ära.

Fookuse sügavus: Filmitav objekt peaks olema fookuses. Automaatrežiimi kasutades kontrollige, et kaamera ei fookusseeri automaatselt taustal olevaid objekte. Kasutades filmimiseks manuaalset režiimi, peate fookust regulaarselt reguleerima, mis eeldab praktikat ja head kaamerat.

Panoraamvõte: Panoraami filmimisel (st elu külas, maastik) ei tohi kaadri nurk ületada 180 kraadi. Kaamerat sujuvalt liigutades peaks kaader algama ja lõppema liikumatu objektiga.

Kolmjalg: Võimaluse korral kasutage kolmjalga. See aitab vältida kaamera värisemist ning luua sujuvaid kaadreid ja panoraame. Head käsikaamerat võib kasutada vaataja viimiseks tegevusele lähemale, kuid te peate teadma, kuidas kaamerat hästi kasutada!

Valgus ja heli: Alati tuleks filmida seljaga valguse poole. Ärge filmige päikse suunas. Mõelge heli peale! Enamikel odavatel kaameratel on mikrofoni lainurgaga, mis tähendab, et see võib kõik ümbritsevad helid salvestada. See mõju võib olla tuntav näiteks tänaval intervjuud tehes. Soovitav on eelnevalt läbi mõelda ja vastata küsimustele „mis, kus, millal ja kuidas“ seoses sellega, mida tahate filmida; samuti testige või harjutage soovitud filmikaadrite salvestamist enne 'päris filmimise' alustamist.

Luba filmimiseks: Enne filmimise alustamist ärge unustage osalejatelt nende filmimiseks ja salvestuse tegemiseks luba küsida.

Publik

Digitaalvideosalvestise võib laadida Internetti, kus kõigil on sellele ligipääs. Klipi võib laadida tavapärastele videoserveri lehtedele nagu YouTube või kodanikuajakirjandusele pühendatud veebilehed. YouTube'is saab videole lisada ka vabalt valitud keeles subtiitrid.

Kui soovite, et teie video jõuaks rahvusvahelise publikuni, kaaluge järgmiste kanalite kasutamist: <http://hub.witness.org>; <http://satellite.indymedia.org/index.html>; <http://tv.oneworld.net>

5. Rahaliste vahendite kogumine

'Raha kogumine' tähendab projekti elluviimiseks vajalike rahaliste vahendite saamist. Arvestades projekti sisu, on tõenäoline, et te ei küsi oma toetajatelt üksnes rahalist toetust, vaid ka näiteks annetusi teenuste, materjalide ja teadmiste kujul.

VIHJE

Võimalike toetajatega ühendust võttes pidage meeles raha kogumise põhireeglid:

- **Kui soovite teisi veenda ennast toetama, siis peate ise oma ideesse uskuma.**
- **Võitke inimeste usaldus, mitte raha.**
- **Tavaliselt peate teie ise olema see, kes näitab initsiatiivi annetuste saamiseks.**

Psühholoogiliselt ei ole kindlasti lihtne rahalist toetust või ka annetusi asjade näol küsida. Enne alustamist mõelge enda jaoks välja vastused vähemalt kahele järgmisele küsimusele.

Miks on teie meelest antud teema või probleem tähtis?

Mis motiveerib teid isiklikult selle teema või probleemiga tegelema?

Ja kui teie sellega juba tegelete, siis miks ei võiks õnnestuda ka teiste veenmine?!

KUST LEIDA RESSURSSE

- **Rahalised toetused** (nt erinevad kohalikud ja regionaalsed asutused, ministeeriumid, Euroopa fondid, sihtasutused)
- **Firmade sponsorlus**
- **Eraisikute annetused**

Võimalusi rahaliste vahendite ja materiaalse toetuse leidmiseks on tunduvalt enam kui eelnimetatud kolm valikut. Mõelge teemale, millega töötate, oma sihtrühmale, võimalikele partneritele, sarnase mõtteviisiga inimestele ja võib-olla mõtlete välja **uue ja uuendusliku koostöövormi**.

ANNETUSTE KOGUMINE

Ettevõtete ja inimestega suhtlemine erineb oma iseloomult ametiasutustega suhtlemisest. Kui toetuse taotlemiseks nõutakse teilt enamasti keeruliste struktureeritud taotluste täitmist, siis firmade või eraisikute poole pöördudes on vestlus suuremal või vähemal määral teie juhtida.

VIHJE

- Tutvustage lühidalt oma projekti, teavitage toetajat projekti eesmärgist ja sisust. Sõnastage oma jutt selliselt, et suudate selgitada kõik olulise 5 minutiga. Püüdke panna võimalikku toetajat teie projekti eesmärgist vaimustuma.
- Teavitage toetajat tema annetuse konkreetsest kavandatud kasutusest.
- Vastake kõigile küsimustele avameelselt.
- Kui teil puudub kogemus, harjutage vestlust omavahel või paluge õpetajal, lapsevanemal või sõbral rahastajat mängida.
- Ärge kunagi unustage kohtumist eelnevalt kokku leppida.
- Olge piisavalt enesekindel, kuid samas viisakas ja suhtlemisfaasis austage oma partnerit.

MIKS MINU FIRMA PEAKS OSALEMA?

Kui kavatsete mõnelt ettevõttelt rahalist või muud toetust paluda, siis pidage meeles, et teie eesmärk on **luua win-win olukord**, kus võidavad ehk kasu saavad mõlemad osapooled. **Annetamine ei ole samuti ühesuunaline abi. Teie toetamise kaudu tugevdab ettevõtte oma head mainet, teeb endale reklaami** ning suurendab klientide poolehoidu. Osa ettevõtteid on välja töötanud firmasisese 'sotsiaalse vastutuse' strateegia. Tavaliselt sisaldavad need strateegiad teemavaldkondi, mida konkreetne firma tahab toetada.

Ettevõtte on muuhulgas huvitatud sellest, kuidas te kavatsete tagada firmapoolse toetuse nähtavuse publikule. Enne esimesele kohtumisele minekut mõelge välja mõned ideed, kuidas koostööpartneri toetus nähtavaks muuta ja tehke enda jaoks selgeks, millised on teie võimalused ja millisel kujul nõustute reklaami avaldama. Lisaks peaksite läbi mõtlema, kas on olemas firmasid, kelle toetust te kindlasti vastu ei võtaks tulenevalt huvide konfliktist (nt säästva keskkonna projekti toetamine regiooni suurima saastaja poolt).

Igal kujul materiaalne või rahaline toetus peaks olema vormistatud annetuse kokkuleppe või mitterahaliste kohustuste täitmise kokkuleppe alusel. **Kokkuleppe näidise leiab siit.**

PROJEKTITOETUSTE TAOTLEMINE

Projektitoetus on rahasumma, mis määratakse **kindlat tüüpi tegevusele** ja mida tavaliselt jagatakse **projektitoetuste konkursside kaudu**. Toetusi jagatakse nii avalikest vahenditest (riiklikud või rahvusvahelised organisatsioonid ja institutsioonid) kui ka erasektori vahenditest (sel juhul toimub rahastamine läbi selleks eesmärgiks loodud sihtasutuse). Valitsusvälised organisatsioonid pakuvad mõnikord ka mikrofinantseeringut.

Rahalise toetuse taotlemiseks tuleb koostada **projekti taotlus**.

VIHJED

- Olge suhtlemisel rahastajaga ning projekti taotluse koostamisel tähelepanelik ja väga täpne – see peegeldab ka teie suutlikkust kirjeldatud projekt ellu viia.
- Uurige varakult välja taotlemise tingimused ja tähtaeg taotluse esitamiseks.
- Enne taotluse koostamise alustamist täpsustage enda jaoks alljärgnev:
 - **Teema püstitus.** Milline on hetkeolukord antud valdkonnas, millega kavatsete tegelema hakata?
 - **Projekti eesmärk.** Mida konkreetselt soovite saavutada ja mis on realselt võimalik?
 - **Projekti sisu.** Mida tuleb teha eesmärgi saavutamiseks?
- Taotluse koostamisel olge täpne ja võimalikult detailne, kasutage numbridusi ja täpploendeid, et lugejal oleks taotluse kirjeldust lihtne jälgida.

LÜHIJUHEND TAOTLUSTE KEELEKASUTUSE KOHTA

Kuidas toimida?

- **Projekti teema** > valdkond, millega projekt on seotud (nt sotsiaalne tõrjutus).
- **Projekti mõte** > mida soovite üldisemas tähenduses saavutada, milline oleks teie arvates asjade 'ideaalne seis'.
- **Projekti eesmärk** > mida soovite täpsemalt projektiga saavutada.
- **Sihtrühm** > grupp inimesi, keda teie projekt otseselt mõjutab; **põhiline sihtrühm** – inimesed, keda projekt peamiselt mõjutab; **teisejärguline sihtrühm** – inimesed, keda projekt vähem või kaudselt mõjutab.
- **Projekti sisu** > lühikokkuvõtte planeeritud tegevustest, et projekti ellu viia.
- **Projekti tegevused/tegevuskava** > üksikud tegevused, mida projekti raames teha plaanite.
- **Projekti eelarve** > projekti jaoks planeeritud sissetulekud ja kulud.
- **Hinnang** > projekti saab hinnata erinevate vahenditega – näiteks küsitluslehtedega, intervjuu vormis või enesehindamise abil (kus meeskond analüüsib kriitiliselt, mis läks hästi ja mida saaks paremini teha).
- **Mõõdikud** > projekti edukuse mõõdetavad indikaatorid võivad olla **kvantitatiivsed mõõdikud** – projekti raames loodav ja mõõdetav tulemus; või **kvalitatiivsed mõõdikud** – mis projekti tulemusena muutus või ilmnis või tekkis, projekti sisu või väärtus on olulisem kui tehtud asjade täpne arv.
- **Projekti riskid** > tegurid, mis võivad projekti ohustada.
- **Projekti kokkuvõte** > lühikirjeldus projektist, kus iga tegevus ei ole eraldi välja toodud.
- **Projekti taotluse lisadokumendid** > dokumendid, mis lisatakse projekti taotlusele, et toetada sisulisi argumente faktidega. Vajalik on lisade nimekirja koostamine ja nummerdamine.

ÜHISRAHASTUS

Võrgustiku finantseerimine ehk 'ühisrahastus' on suhteliselt uus ja populaarne võimalus **rahalise toetuse leidmiseks sotsiaalse mõjuga tegevustele**. Ühisrahastus on sisuliselt avalik raha kogumine, mida teostatakse läbi Interneti, kus eraannetajad saavad projekti toetada erinevate summadega. **Üks tuntumaid ühisrahastusplatvorme Eestis, mis on juba ka välisriikidesse laienemas, on www.fundwise.me.**

Ühisrahastusplatvormi kaudu projektile toetust kogudes on oluline arvesse võtta platvormi operaatori tasu. Enamike selliste võrgustike tähtis ja põhiline tegur on **boonussüsteem**, mida toetuse saaja rahastamise eest doonoritele pakub. See on suur eelis, kui teil on võimalik pakkuda oma toetajatele boonust, mis ei tähenda teile endale lisakulusid (nt tasuta sissepääs kontserdile). Samamoodi kaaluge hoolikalt, kui teie poolt pakutavad boonused eeldavad teiepoolset täiendavat aja ja raha kulutamist.

Ühisrahastust rakendatakse nii põhitegevusena toetuse leidmiseks kui ka teiste rahastusallikate täiendamiseks. Sellises rahastussüsteemis ei ole lihtne edu saavutada. Vajalik on isiklike sotsiaalmeedia võrgustike kaasamine ning oma kampaania adekvaatne reklaamimine meedias. Lühidalt, edukas ühisrahastus on omaette projekt.

PROJEKTI KÄSIRAAMAT – TÖÖLEHED

SISSEJUHATUS

Projekti ettevalmistamisel ei ole vajalik kõigi kirjeldatud juhiste järgimine – kõik sõltub konkreetsest projektist. Siiski aitavad järgnevad sammud projekti edukamalt juhtida ja võimalikke takistusi vältida. Käesolevast peatükist leiate töölehed, kuhu saate kõik vajaliku üles kirjutada. Pidage alati meeles põhitegevusi ehk eesmärgi seadmine, rollide jaotamine meeskonnaliikmete vahel, tiheda suhtluse säilitamine, tegevuskava ja eelarve jälgimine ning projektijärgne hindamine.

1. Metoodika teema valimiseks

PUNKTIDE ANDMINE

Igal meeskonnaliikmel on kolm punkti, mille võib anda kolmele erinevale teemale (nt märkige linnukesega tahvilil või paberil, koguge hääletusedelid mütsi või kasti sisse). Liitke kokku igale teemale antud punktid ja valige välja kolm kuni viis kõige rohkem hääli saanud teemat. Kirjutage need teemad tahvlile või paberile ja arutlege lühidalt.

Seejärel korrake punktide andmist, kuid seekord on igal liikmel üks hääli ja lõpuks valitakse välja kõige rohkem hääli saanud teema.

AJURÜNNAK

Antud meetodi eesmärk on koguda võimalikult palju ideid ja seejärel arutleda, hinnata ja valida välja parim teema. See on väga kasulik meetod juhul, kui töötate suuremas grupis ja peate ühiselt lahenduseni jõudma. Tähtis on meeles pidada mitmeid põhimõtteid, mis töö teie jaoks lihtsamaks muudavad:

- Kirjutage üles kõik tekkinud ideed – mõnikord osutub kõige vähem realistlik idee hiljem väga kasulikuks.
- Märkige üles need ideed ja kooslused, mis tunduvad sarnased – hiljem saate valida parima sõnastuse.
- Ärge kritiseerige teiste inimeste ideid – lihtsam on süveneda ja mõelda, kui pole vaja muretseda teiste heakskiidu pärast.
- Lõpetage ajurünnak alles siis, kui on selge, et keegi ei suuda rohkem ühtki ideed välja pakkuda.

HÄÄLETAMINE

See on kõige lihtsam ja kiirem meetod – kõigil on ainult üks hääl. Sellel meetodil on siiski omad riskid – kui hääletamine toimub enne arutelu ja argumentide esitamist seoses väljapakutud teemadega, võib juhtuda, et mõni osaleja hääletab ilma oma valikut tõsiselt kaalumata või teatud mõttes suvaliselt. Seetõttu soovitame seda meetodit mõne teisega ühildada ja kasutada nt lõpphääletuse läbiviimiseks ja kahe teema vahel valimiseks.

Hääletamine võib toimuda vabas vormis, nt käe tõstmisega või märkides häälte arvud tahvlile, kuid samamoodi võib korraldada salajase hääletuse, kus hääled kirjutatakse paberilipikutele ja kogutakse kokku.

JÕGI

Jõgi on tehnika, millele kulub küll rohkem aega, kuid annab kõigile võimaluse ennast väljendada.

- Alustage teema arutamist paari- või kolmekaupaga. Kaaluge kõiki ideid (või antud juhul teemasid), mis on välja pakutud ja hinnake vastavalt oma eelistusele.
- Seejärel pange kokku kaks paari või triot ning püüdke uuesti kokku leppida viis kõige huvitavamat teemat.

Korrake seda 'veejugade ühinemist' kuni moodustub üks suur grupp. Seejärel püüdke kokku leppida kaks või kolm eelistatud teemat ja kirjutage need tahvlile või paberile. Nende seast võite hääletada parima või kasutada mõnda muud otsustustehnikat.

Lõpuks arutage kõik teemad uuesti läbi. Kui olete veendunud, et valisite õige teema, siis võite projektiga jätkata. Kui aga jätkuvalt esineb eriarvamusi, siis on vajalik tagasi teemade valiku algusesse minna ja püüda kokkulepet saavutada. Midagi ei ole halvasti, kui eelistatud teemasid on rohkem kui üks – kui ühe projekti elluviimine ebaõnnestub, võite alati teemat vahetada ja valida järjekorras järgmise teema. Samuti võite välja töötada projekti, mis seob kahte teemat või teostada kaks projekti, mis keskenduvad erinevatele teemadele.

2. Projekti eesmärk ja sisu

Pärast projekti teema valimist mõelge sellele, millise konkreetse probleemiga soovite tegeleda. Eesmärgi püstitamine on projekti elluviimise vundament. Korraldage **ajurünnak** – laske kujutlusvõimel lennata ja kirjutage tabelisse kõik ideed, mis tekivad. Põhimõte on selles, et ükski idee ei ole halb idee. Kuigi mõni idee võib esialgu hullumeelne tunduda, võib see samas inspiratsiooniallikaks olla. Arutage kõiki ideid oma grupis.

PROJEKTI EESMÄRK JA SISU	
EESMÄRK (Mida me saame muuta või kuidas aidata või panustada?)	SISU (Kuidas me kavatseme oma eesmärgi saavutada?)
NÄIDE: Parandada tänaval liiklemise turvalisust meie kooli ümbruses.	1. Teavituskampaania ettevalmistamine, mille sihtrühmaks on avalikkus, kasutades plakateid ja sotsiaalmeediat. 2. Üritus kooli ümbruses – tähelepanu juhtimine ohtlikele kohtadele tänaval. 3. Küsimustiku levitamine õpilaste seas.
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Valige pakutud ideede hulgast maksimaalselt kolm (näiteks hääletades) ja analüüsige neid põhjalikult. Seejärel otsustage, milline on parim idee. Abimaterjalina kasutage tabelit, milles määratlete viis kõige tähtsamat kriteeriumi. Seejärel hinnake iga idee vastavalt nendele kriteeriumitele.

HINDAMISTABEL					
Projekti eesmärk ja sisu	Kriteerium 1	Kriteerium 2	Kriteerium 3	Kriteerium 4	Kriteerium 5
		NÄIDE: teema pakub meile huvi	NÄIDE: meil on teema kohta teavet	NÄIDE: me teame, kuidas teema kohta rohkem teavet saada	NÄIDE: me vajame vähe või üldse mitte rahalist toetust
	√ / X	√ / X	√ / X	√ / X	√ / X
1.					
2.					
3.					

3. Projekti tegevuskava

Ettevalmistusprotsessi järgmine samm on koostada projekti detailne tegevuskava. Abimaterjalina kasutage 'Kalarootsi diagrammi' ja projekti tegevuskava tabelit. Selgitage, milline peaks olema projekti sisu, kuidas see tuleks ellu viia ja millised peaksid olema tulemused. Pidage meeles, et teie tegevused peavad olema kooskõlas püstitatud eesmärgiga.

Kirjeldage igas tabeli kasti projekti jaoks kavandatud tegevusi. Koostage nimekiri tegevustest, mida kavatsete ellu viia oma eesmärgi saavutamiseks.

PROJEKTI TEGEVUSKAVA		
Projekti osa	Küsimus	Vastus
Projekti eesmärk	Mida soovime saavutada? Millised muutused peaksid tulemusena ilmnema?	
Projekti sisu	Mida me kavatseme teha? (Kirjeldage üldsõnaliselt planeeritud töid.)	
Projekti tegevused	Millistest tegevustest täpsemalt projekt koosneb? (Koostage nimekiri üksikutest tegevustest nende teostamise järjekorras.)	
Ajakava	Kogu projekti kestvus (mis ajast mis ajani).	
Projekti asukoht	Otsustage, kas teie projekt on kohalik, riiklik või globaalne ja määrake kindlaks selle asukoht.	

Sihtrühm	Kes projektis osalevad? Kellele on projekt suunatud? (Tooge välja rahvastiku erinevad grupid, keda soovite projektiga mõjutada.)	
Projekti rahastamine	Kui palju rahalisi vahendeid on vaja ja milleks neid kasutatakse? Kust saadakse raha projekti elluviimiseks?	
Hindamis-meetodid	Mida me hindame? Määratlege vähemalt mõned moodsikud (kvantitatiivsed) - teie töö nähtavad tulemused, mida saab mõõta.	

4. SWOT analüüs

Enne projekti alustamist on hea mõte viia läbi SWOT analüüs. Hinnake projekti tugevusi ja nõrkusi, analüüsige objektiivselt võimalikke probleeme, võimalusi ja riske.

Täitke tabel. Nõrkuste ja ohtudega toimetulekuks mõelge välja mõned sammud või tegevused, mida saab teha nende minimeerimiseks. Samas kasutage täielikult ära oma tugevusi ja võimalusi.

SWOT ANALÜÜS		
Sisemine keskkond	Tugevused	Nõrkused
	NÄIDE: Kooli ümbrus sobib hästi rattaga sõitmiseks. Kooli juhtkond toetab projekti. Paljud lapsed sõidavad kooli jalgrattaga.	NÄIDE: Meil puudub kogemus politsei või kohalike ametivõimudega läbirääkimiseks. Projekt ei sobi kõigile, sest kõigil ei ole jalgratast.
Väline keskkond	Ohud	Võimalused
	NÄIDE: Avalikkuse ja osade lapsevanemate vastumeelsus.	NÄIDE: Euroopa autovaba päev – 22. september. Võimalus lapsevanematelt annetusi küsida.

5. Meeskonna moodustamine

Iga meeskonnaliige on oluline ja kõigil peaks olema roll, mis neile sobib ja milles nad ennast mugavalt tunnevad. See ei ole oluline, kas meeskond on kohe algfaasis täielik, projekti käigus saab liikmeid lisada. Üks meeskonnaliige võib täita ka mitut rolli (kuid püüdke säilitada tasakaal).

ROLLIJAOTUS MEESKONNAS			
Amet	Sobilikud isikuomadused	Tegevuste kirjeldus	Kes täidab ülesannet
Meeskonna juht	Loomulik juhitüüp, kohusetundlik, objektiivne, võimekus kriise lahendada, oskus monitoorida ja hinnata teiste tööd, usaldusväärne	Koordineerib ja juhib meeskonda, korraldab tegevusi, teeb otsuseid	
Sekretär/ protokollija	Korrektne, kohusetundlik, sihikindel, usaldusväärne	Kogub materjale, peab arhiivi, protokollib ja teeb märkmeid, assisteerib juhti	

Kõneisik – PR	Ekstravertne, avaliku esinemise oskustega, hea kirja- ja kõnekeelega, oskus suhelda ametiisikute ja ettevõtetega	Suhtleb teiste inimestega väljaspool meeskonda ja avalikkusega, koostab presiteateid, teavitab avalikkust projekti seisust ja tulemustest	
Finantsjuht	Usaldusväärne, korrektne, hea arvutusoskusega, rahulik, tähelepanelik	Koostab eelarve, teeb raamatupidamist, koostab lõpliku finantsaruande	
Projekti-toetuste koordinaator	Suhtlemisaldis, oskus suhelda institutsioonidega, oskus vaielda ja põhjalikult selgitada, hea veenmisoskusega	Organiseerib, planeerib ja teostab raha taotlemist (tegevused projektile rahastuse saamiseks), suhtleb annetajate ja sponsoritega	
Tootmisjuht	Tehnoloogiliselt asjatundlik, hea suhtleja, praktilise mõtlemisega	Vastutab erinevate materjalide tootmise eest, tegevuste elluviimise tehnilise poole eest, koordineerib kodulehe loomist jne	
Muud rollid teie meeskonnas:			

6. Eelarve

Ühtki projekti ei ole võimalik ellu viia ilma eelarveta. Püüdke läbirääkimiste abil saada võimalikult palju teenuseid ja tooteid tasuta või soodushinnaga. Hea mõte on kasutada olemasolevaid kontakte, oma vanemaid või õpetajaid, ning kasutada ära annetusi, ka materjalide või teenuste kujul.

EELARVE NÄIDISTABEL	
Kulud	Materiaalsed kulud Projekti elluviimiseks (koopiapaber, tooner, trükised), materjalid teile vajalike toodete tootmiseks jne.
	Kokku
	Mitte-materiaalsed kulud Sõiduaeg, ruumi rent
	Kokku

Kulutused välisteenustele	
Materjalide trükkimine koopiakeskuses, konsultatsiooniteenused	
Kokku	
Jooksvad kulud	
Telefon, Internet, postikulud	
Kokku	
Inimressursid	
Kokkulepped tööde tegemiseks, autoritasud	
Kokku	
Kulud kokku	
Annetused	
Projektitoetused	
Sissetulek meeskonna tegevustest	
Tulud kokku	

7. Rahastamise plaan

Projektile rahalise või muu toetuse taotlemiseks kas ettevõtetelt, eraisikutelt või avalikkuselt, koostage alustuseks nimekiri võimalikest toetajatest. Pidage arvestust, mida kelleltki palusite; märkige üles toetajate kontaktandmed, kes nendega ühendust võttis ja milline oli läbirääkimiste tulemus.

TOETAJATE TABEL								
Kes	Mida meie palusime	Kui palju toetust palusime	Miks toetust palume	Toetajaga ühendust võtnud isik	Kontaktandmed	Kontakti vorm ja kuupäev	Tulemus	Märkused
Trükkikoda XY	Lendlehtede trükkimine	Teenus väär- tusega 50 EUR	Kooli tegevus- te toetamiseks	Eva	Jüri Braun, jyri@email.ee, 777 888 999	E-posti teel, 05.09.2016	Nõustus trük- kima 50 EUR vääruses	Materjalide kätetoii- metamine 05.10.2016

8. Ettevalmistustööde monitooring

Põhiülesanne projekti eduka elluviimise tagamiseks on planeeritud tegevuste järjepidev jälgimine. Märkige lõpetatud tööd regulaarselt tabelisse. See annab ülevaate, mis on tehtud ja mis veel tegemata. Protsessi jälgimine võimaldab tõsisemaid probleeme õigel ajal märgata või vältida.

ETTEVALMISTUSTÖÖDE MONITOORING		
Ülesanne	Mida on vaja teha?	Tulemus
Arutada teemat	Arutage grupis, millistele teemadele võiksite keskenduda	
Valida teema	Valige teemad, mis teid rohkem huvitavad ja nende seast valige üks teema, millega hakkate tegelema	
Sõnastada eesmärk	Seadke realistlik eesmärk, mida soovite saavutada	
Määratleda sihtrühm	Otsustage, keda peaks teie projekt mõjutama	
Määratleda projekti asukoht	Otsustage, kus projekt ellu viiakse	
Määratleda projekti sisu	Kirjeldage lühidalt, mida soovite projektiga saavutada	
Sõnastada projekti pealkiri	Leppige kokku, kuidas projekti nimetatakse	
Lua hindamiskriteeriumid – mõõdikud	Määrake kindlaks kriteeriumid, mida saab kasutada projekti edukuse hindamiseks	
Jaotada rollid ja määrata konkreetsed ülesanded	Jaotage individuaalsed ülesanded ja rollid, mida meeskonnaliikmed täidavad	
Määratleda kõik projekti tegevused ja koostada ajakava	Määratlege detailselt, milliseid tegevusi tahate projekti käigus teha ja millal täpselt peaks iga tegevus lõpetatud olema	
Koostada finantsplaan	Prognoosige ja kirjutage üles, milline on projekti hind (kui see üldse midagi maksab)	
Planeerida ja ette valmistada reklaamtegevused	Mõelge ja planeerige, kuidas ja milliste vahenditega soovite teisi oma tegevustest teavitada	

9. Projekti ajakava

Seoses projekti kavandamisega töötage välja ajakava kõigi projekti tegevuste ja sündmustega. Määrake alati üks isik, kes iga tegevuse eest vastutab ja kirjutage üles nimed, kes mida täpsemalt teeb. Pidage kinni määratud tähtaegadest ja teavitage üksteist alati oma töö arengutest.

10. Meediaplaan

Reklaamtegevuste planeerimine

Mõelge, kellele teie projekt on suunatud, keda see võiks huvitada ja seega kellele oma reklaamtegevus suunata. Parim lahendus on erinevate reklaamikanalite kasutamine, sest erinevad vahendid toimivad paremini erinevate sihtrühmade jaoks. Seega parim on kombineerida erinevaid reklaamikanaleid.

Millised töövahendid valida?

Sihtrühm	Info levitamise vahendid
Koolikaaslased, sõbrad	Teadetetahtvel, kooli ajaleht ja raadio, lendlehed ja plakatid, kooli koduleht, sotsiaalmeedia (Facebook üritus)
Lapsevanemad ja kooli sõbrad (vilistlased)	Kooli koduleht, lendlehed, mida õpilased saavad oma vanematele jagada, kooli ajaleht, klassikokkutulekud, vilistlaskogu
Kogukonna liikmed ja avalikkus	Plakatid, lehdlehed, kohalik press, kohalik televisioon ja raadio, kodulehed, tühjad vaateaknad, sotsiaalmeedia

11. Enesehindamine

Projekti lõpus hinnake tehtud töö edukust. Alustage iga üksiku meeskonnaliikme töö hindamisest ning täitke hindamisleht isiklikust vaatenurgast lähtudes. Seejärel arutlege grupina, kui hästi teil õnnestus endale seadud eesmärk täita.

HINDAMISTABEL	
Isiklik hinnang	Lõpetage lause:
Minu ülesandeks oli...	
Mul õnnestus hästi...	
Mul oli probleeme...	
Pakkusin välja, et antud probleemiga tegeleb...	
Asjad, mida saaksin järgmisel korral paremini teha, on...	

INSPIRATSIOON

Otsides koos oma õpilastega inspiratsiooni mõne projekti jaoks, tutvuge alljärgnevate vihjetega, mille oleme teile ette valmistanud. Ärge siiski unustage, et parimat inspiratsiooni leiame enese ümbert – piisab üksnes õpilaste ja kohalike elanike hetkel aktuaalsete probleemide ja teid ümbritsevate võimaluste analüüsimisest.

PEALKIRI	EESMÄRK	KIRJELDUS
Jooks läbi kohaliku ajaloo	Kogukondlike sidemete tugevdamine, koolikaaslaste ja avalikkuse seas teadlikkuse tõstmine kohaliku ajaloo kohta.	Tehke uurimustöö kohalikus arhiivis või Internetis, et leida ajalooliselt huvitavaid paiku ümbruskonnas; valmistage ette hariv mäng noorematele õpilastele ja/või avalikkusele (mäng võib toimuda nii viktoriini kui tegevusena).
Turvaliselt kooli	Laste ja täiskasvanute turvalisuse suurendamine tänavatel/autoteedel.	Selgitage välja, millised kohad kooli ümbruses on kõige ohtlikumad lastele ja täiskasvanutele tänaval ja autoteel, püüdke veenda ametiisikuid tegema muudatusi turvalisuse suurendamiseks (uus kõnnitee, lamavad politseinikud, kergliiklustee jne).
Olgem sõbrad ja toetagem teineteist	Teatud piirkonna vähemkindlustatud inimeste elustandardi tõstmine.	Võtke ülesandeks aidata mõnda inimest pikema perioodi jooksul (puudega inimene, eakas inimene, laps perekonnast, kus talle ei võimaldata piisavalt isiklikku arengut, pagulane, kes vajab tuge kohalikus keeleruumis ja/või integreerumiseks jne); leppige meeskonnana kokku grupiürituse korraldamine.
Mis kooli häirib?	Kogukondlike sidemete tugevdamine, kooli hetkeprobleemide lahendamise.	Viige läbi uuring või küsitlus ja selgitage välja, millised on õpilaste jaoks hetkel olulisemad probleemid, millega peaks koolis tegelema. Seejärel korraldage koostöös juhtkonnaga avalik debatt antud teemal või algatage regulaarsed kooliarutelud.
Millised on kohaliku elanikkonna mured?	Kogukondlike sidemete tugevdamine, muudatuse algatamine seoses konkreetse probleemiga.	Kasutades uuringut või küsitlust, selgitage välja kohalike elanike suurimad murekohad; algatage avalik debatt kohalike ametivõimudega antud teemadel.
Kaks tundi nädalas	Õppimisraskustega laste integratsiooni assisteerimine.	Selgitage välja, millistel õpilastel teie koolis või kohalikus põhikoolis esineb õppimisraskusi ja kes võiksid vajada järeleaitamist (need võivad olla sotsiaalselt eraldatud piirkondade lapsed, madala õppeedukusega lapsed või lapsed, kelle jaoks eesti keel on teine keel). Pakkuge abi järeleaitamise vormis ja tehke seda koostöös nende laste õpetajate ja perekonnaga. See võib olla pikaajaline või lühike projekt, mida on võimalik ellu viia erinevate tegevuste kaudu (nt suurem spordi- või kultuurisündmus kõigile õpetatud lastele ja nende juhendajatele).

Fotograafia võistlus	Tähelepanu juhtimine teatud sotsiaalsele teemale, selle põhjuste ja mõju analüüsimine grupis	Korraldage fotograafia võistlus mõnel globaalsel või kohaliku tasandi teemal ja lõpetage see näituse ja auhindamisega avaõhtul – fotosid saab esitleda erinevates kohtades koolis; lisaks näitusele võib korraldada ka arutelu antud teemal.
Meie kooli globaalne jalajälg	Õpilaste teadlikkuse tõstmine keskkonnaalastest teemadest, kliimamuutuse aeglustamine.	Arvutage välja oma kooli globaalne jalajälg, mõelge välja ja viige ellu võimalikult palju tegevusi, mis aitavad kooli globaalset jalajälge vähendada.
Gerilja üritused	Tähelepanu juhtimine teatud teemale.	Korraldage gerilja-üritus, mis on huvitav ja meeletukas võimalus tõmmata tähelepanu teatud teemale (nt inimõigused, perevägivald). Üritust võib korraldada erinevas vormis, vt peatükki Konkreetset tegevused.
Piirideta mängud	Vähekindlustatud laste integratsioon.	Korraldage kindla temaatikaga võistluste ja 'imelike spordialade' päev (nt mudapallide viskamine, seebimullide tegemise võistlus) nt lastekodu lastele, vähekindlustatud perede lastele, sotsiaalselt eraldatud piirkonnad jne. Enamikel juhtudel võivad ka võistlused osaliselt harivad olla.
Me tahame, et see oleks puhas paik	Projekti väljatöötamine oma lähiümbruse elukeskkonna parandamiseks.	Leidke koht oma lähiümbruses, kuhu on kogunenud palju prügi. See võib olla ebaseaduslik prügilala või saastatud jõgi. Seejärel püüdke seda piirkonda korrastada – organiseerige vabatahtlikud koristajad, kohtuge kohalike ametiisikutega prügilala kõrvaldamiseks, korraldage teavituskampaania kohalikele elanikele jt.
Kas oled pimedas nähtav?	Laste ja ka täiskasvanud jalakäijate turvalisuse tõstmine ümbruskonna tänavatel.	Korraldage eksperiment, kus jäädvustate (soovitavalt fotodel või videona), kui nähtavad on jalakäijad või jalgratturid ja rulluisutajad pimedal ajal, liikudes piirkondades, kus on oht kokkupõrkeks mootorsõidukite või jalgratturitega. Seejärel valmistage ette teavituskampaania kooliõpilastele ja/või lapsevanematele.
Üks päev ... elus	Inimestele teiste kultuuride tutvustamine ja võõramaalaste abistamine integreerumiseks kohaliku ühiskonda.	Korraldage päevane/õhtune temaatiline üritus, mis puudutab kindlat riiki/kultuuri ja kus inimesed saavad degusteerida traditsioonilisi rahvustoite, vaadata filme või tantsida teiste kultuuride muusika taustal.
Klubiõhtu	Tähelepanu juhtimine teatud sotsiaalsele teemale.	Korraldage muusikaline klubiõhtu, mis keskendub kindlale teemale, nt inimõigused, ning tutvustage, kuidas igaüks saaks olukorra parandamisele kaasa aidata. Võite kaasata tuntud inimesi, mis võib pakkuda inspiratsiooni noortele, kellel puuduvad head eeskujud ja sobivad käitumishormid.

Linn ratastoolist vaadatuna	Füüsilise puudega inimeste jaoks ligipääsetavuse parandamine ja suu- rendamine kogu linnas.	Tehes koostööd ratastoolis inimestega, kaardistage linn ja erinevad piirkonnad ning märkige üles kohad, kus ratastoolis inimestel (aga võib-olla ka käru lükkavatel inimestel) on ligipääs või liikumine raskendatud; esitlege kaarti kohalikele ametiisikutele ja tehke parendusettepanekud, juhtige ka meedia tähelepanu üritusele.
Et oleks koht, kus mängida	Kogukondlike sidemete tugevdamine ning lastele ja vanematele võimaluse pakkumine spordiga tegelemiseks.	Uurige välja, kas piirkonna lastel on koht, kus mängimas käia ja sporti teha. Kui need tegevused on raskendatud, püüdke olukorda parandada – näiteks koristage mänguväljakut või remontige seda iseseisvalt.
Kaunima maailma maalimine	Mõne eluruumi dekoreerimine ja parandamine maalimise kaudu; mõne projekti või fondi rahaline toetamine.	Kunstiklassi õppetöö osana dekoreerige kohalikku haiglat, vanadekodu, pagulaskeskust vms. Võimalik on toota ka esemeid, mida saab heategevuslikel üritustel (nt jõuluturg) müüa ja mille tulu annetakse mõnele projektile või fondile jne.
Hüpe teise kultuuri	Inimestele teiste kultuuride tutvustamine ja võõramaalaste abistamine integreerumiseks kohaliku ühiskonda.	Koostage kogu meeskonna jaoks nimekiri tegevustest, mida saab kasutada teiste kultuuride tutvustamiseks; jäädvustage kõik tegevused ja seejärel korraldage koolis näitus, kirjutage artikkel kohaliku ajalehte jne. Tegevused võivad sisaldada nt rahvustoitude valmistamist kohalike välismaalaste poolt, rahvusõhtu korraldamist välisriigi perekonnaga või välismaalase perekonna ajaloo kaardistamist ja vanima pereliikmega intervjuu tegemist vms.
Loodusrada	Teadlikkuse tõstmine piirkonna vaatamisväärsuste kohta (huvipakkuvad kunstilisest, ajaloolisest või muust vaatenurgast lähtuvalt).	Valmistage teadetetahvlid oma piirkonna loodusraja kohta.
Tavaline päev	Ebavõrdsuse vähendamine meeste ja naiste vahel.	Uurige välja, milline on iga meeskonnaliikme vanema tavaline päev, seejärel kaardistage grupina lapsevanemate tegevused (kui palju aega veedavad emad ja isad töökohas, kui palju kulub kodustele töödele, vabaaja tegevustele jne); sama analüüsi võib teha erinevate põlvkondade kohta.
Kohalike traditsioonide taaseltamine	Kogukondlike sidemete tugevdamine, kooliõpilaste ja üldsuse seas teadlikkuse tõstmine kohaliku ajaloo kohta.	Uurige välja mõned huvitavad traditsioonid, mis teie piirkonnas on eksisteerinud ja püüdke neid taaseltada (nt kevade pidulik tervitamine, munadepüha paraad jne).
Mälestuskoht	Kogukondlike sidemete tugevdamine, kooliõpilaste ja üldsuse seas teadlikkuse tõstmine kohaliku ajaloo kohta.	Uurige välja, kas lähiümbruses on mõni huvitav koht, millel on oma lugu ja valmistage kunstipärane monument või plakati või algatage millegi sarnase loomine antud koha mälestamiseks.

Eelarvamuste lõks	Eelarvamuste vastu võitlemine.	Korraldage viktoriin, üllatav näitus peaväljakul jne, mis sunnib osalejaid / vaatajaid oma eelarvamustega silmitsi seisma. Näiteks, nad võivad lühikirjelduse põhjal ära arvata, milline tuntud isik on immigrant või seksuaalvähemus jne.
Liikuv teater	Teadlikkuse tõstmine inimõiguste kohta; vahelduse loomine eritingimustes elavate inimeste igapäevaelu.	Moodustage trupp ja õppige selgeks lühike näidend seoses inimõigustega; 'reisige' erinevatesse erivajadustega asutustesse esinema (lastekodud, vanadekodud jne).
Koerte jalutus-käigud	Varjupaikades elavate loomade elamistingimuste parandamine.	Leppige kokku, et meeskonna üksikud liikmed viivad varjupaikades elavaid koeri jalutama või aitavad teistel linnaelanikel erinevatel põhjustel nende koertega väljas käia (haigus, kõrge vanus jne).
Taaskasutus-turg	Ületarbimise vastane tegevus.	Korraldage koolis või mujal kirbuturg, kus inimesed saavad omavahel riideesemeid vahetada – selle asemel, et uusi asju osta, võib oma garderoobi uuendada keskkonda säästes (ja peaaegu tasuta). Lisaks võite üritusele paigaldada keskkonna säästmise temaatikaga infotahvliid jne.
Kooliajakiri / õpilaste koduleht	Kogukondlike sidemete tugevdamine koolis, tähelepanu juhtimine koolielu puudutavatele probleemidele ning ka teistele teemadele, sõltuvalt ajakirja fookusest.	Andke välja ainult õpilastele suunatud kooliajakirja või käivitage ja hoidke aktiivsena kooliõpilaste kodulehekülge.
Kooli parlament	Kogukondlike sidemete tugevdamine, pikaajaline projekt kooli igapäevamuredega tegelemiseks.	Algatage kooli parlamendi loomine eesmärgiga parandada õpilaste ja kooli juhtkonna vahelist suhtlust.
Võidujooks eelarvamustega	Eelarvamuste vastu võitlemine.	Töötage välja jooksurada koos vahepeatus-tega, kus osalejad peavad täitma erinevaid ülesandeid (viktoriinid, ülesanded jne), eesmärgiga võidelda tüüpiliste eelarvamuste ja rassistlike vaadete vastu.

KOOSTÖÖ VALITSUSVÄLISTE MITTETULUNDUSÜHINGUTEGA

Valitsusvälised mittetulundusühingud (MTÜd) on organisatsioonid, mis tegutsevad ühiskonna üldise heaolu nimel. Nad ei tegutse valitsuse ega ühegi ametiasutuse osana, on täielikult sõltumatud ja nende töö eesmärk ei ole kasu saada (ehk nad ei teeni kasumit). Nad võivad tegutseda nii kodanikualgatuse vormis, seltsinguna, ühinguna, fondina, sihtasutusena kui ka nt kirikukoguna.

MTÜde poole võib pöörduda:

- nõuande saamiseks
- oma projekti eesmärkide osas konsulteerimiseks
- ettepanekuga koostööd teha

MTÜsid on väga erinevaid, väiksemaid ja suuremaid. **Valiku Eesti ühingutest leiab Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste kodulehelt:** <http://www.ngo.ee/liikmed>

Lastekodude, vanadekodude ja sarnaste asutuste kohta leiab infot kohalike omavalitsuste või linnade kodu-
lehekülgedelt – ärge unustage, et vastavad asutused võivad olla nii valitsusvälised kui ka avalikes huvides
loodud riiklikud organisatsioonid.

NÄITED RAHVUSVAHELISTEST ORGANISatsioonIDEST		
Organisatsiooni nimi	Tegevusvaldkond	Koduleht
ActionAid	Vaesusega võitlemine.	www.actionaid.org
ADRA (Adventist Development and Relief Agency)	Humanitaarabi organisatsioon.	www.adra.org
Amnesty International	Inimõigused.	www.amnesty.org
Deeep	Euroopa arenguabi organisatsioonide platvorm	www.deeep.org
ECEAT (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism)	Öko- ja agroturism.	www.eceat.org
Greenpeace	Ökoloogia ja keskkonna kaitse, sõjavastased tegevused.	www.greenpeace.org/international
Human Rights Watch	Inimõiguste kaitsmine ja propageerimine.	www.hrw.org
ICRC (International Committee of the Red Cross)	Rahvusvaheline Punane Rist; sõjahvrite abistamine.	www.icrc.org
International Red Cross and Red Crescent Movement	Humanitaarabi.	www.ifrc.org
IOM (International Organisation for Migration)	Migrantide nõustamine.	www.iom.int
Médecins sans frontières	Sõltumatute arstide organisatsioon.	www.msf.org
OXFAM International	Inimõiguste propageerimine ja maailma vaesuse vähendamine; see on katusorganisatsioon.	www.oxfam.org
Reporters sans frontières	Sõltumatu ajakirjanduse organisatsioon.	www.rsf.org
Transparency International	Korruptsiooniga võitlemise ja selle monitoorimise organisatsioon.	www.transparency.org
WITNESS	Info jagamine inimõiguste rikkumise kohta meedia abil.	www.witness.org

