



MLADIGITALNI (PRE)SKOK NA SPLET

DIGITALNO
MLADINSKO DELO
V ČASU EPIDEMIJE

Naslov: Mladigitalni (pre)skok na splet:

Digitalno mladinsko delo v času epidemije

Priprava besedila: mag. Maja Hostnik, Lea Kovič,
Anja Fortuna, Urban Krevl

Oblikovanje: AIKO, Maja Cerjak, s.p.

Foto: Foto arhiv organizatorjev in Adobe Stock

Izdal: Movit – zavod za razvoj mobilnosti mladih,
Dunajska cesta 5, SI – 1000 Ljubljana

Izdaja: elektronska izdaja

December 2020



Erasmus+



EVROPSKA
SOLIDARNOSTNA
ENOTA



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT
URAD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA MLADINO





VSEBINA

4 UVOD

5 DIGITALNO MLADINSKO DELO

5 Ozadje

6 Zakaj in kaj je digitalno mladinsko delo?

6 Digitalna kompetenca za mladinske delavce

7 PRIDOBIVANJE GOVORNIH KOMPETENC

8 PRIPOROČILA

8 Povzetek delavnice - dr. Zdravko Zupančič

10 Povzetek delavnice - Aleksandra Župančič, magistra govora

12 Povzetek delavnice - profesor Tomaž Gubenšek

UVOD

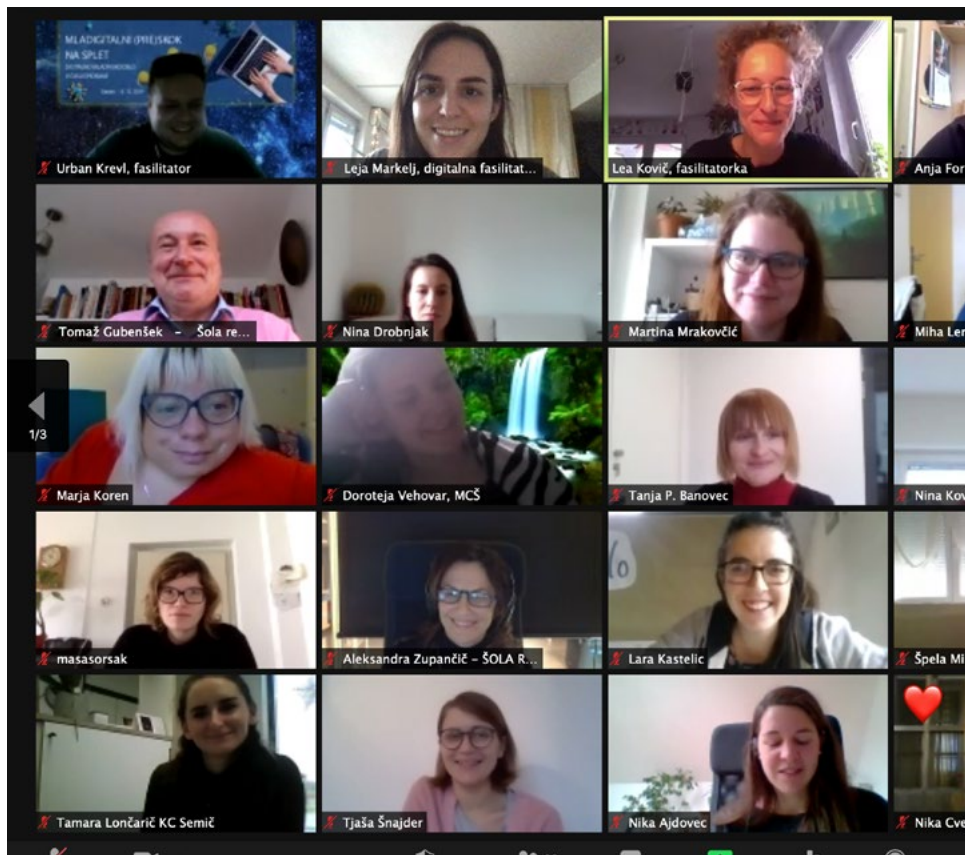
Spletno srečanje o digitalnem mladinskem delu v času epidemije z naslovom "Mladigitalni (pre)skok na splet", ki ga je [NA Movit](#) organizirala v partnerskem sodelovanju z [Uradom RS za mladino](#), [Mladinskim svetom Slovenije](#) in [Mrežo MaMa](#), je udeležencem in udeleženkam omogočil krepitev kompetenc, ki so pomembne za delo na daljavo in tudi za nastopanje v javnosti, ne glede na situacijo – off-line ali on-line. Šlo je za četrto srečanje mladinskega sektorja v času epidemije, ki je bilo izvedeno v partnerskem sodelovanju z organizacijami, od časa prvega vala, ko je bil potreben hiter in fleksibilen odziv organizacij v mladinskem sektorju z namenom odgovarjanja na aktualne potrebe mladih.

Osrednja tema zadnjega srečanja v letu 2020 je bilo digitalno mladinsko delo v času epidemije, ki se je v zadnjem letu izkazalo kot odlična alternativa mladinskemu delu v živo.

Srečanje so organizatorji pripravili v sodelovanju s Šolo retorike, saj je bilo namenjeno krepitvi kompetenc mladinskih delavcev za izvajanje spletnih dogodkov z organizacijskega, psihološkega in komunikacijskega vidika. Izvajanje aktivnosti digitalnega mladinskega dela od

mladinskih delavcev namreč zahteva kompetence na več področjih, od digitalnih, organizacijskih, komunikacijskih in informacijskih kompetenc, ki vključujejo tudi sposobnosti dobrega govornega nastopanja.

Pred vami je zaključni dokument srečanja, ki je zaokrožena celota decembrskega srečanja, v katerem boste našli teoretično ozadje digitalnega mladinskega dela in priporočila s strani strokovnjakov Šole retorike glede govora, vsebinskih poudarkov nastopanja in govora.



DIGITALNO MLADINSKO DELO

Ozadje

Svet Evropske unije je novembra 2017 sprejel priporočila na področju digitalnega mladinskega dela. Dejstvo je, da se danes soočamo s hitro spreminjajočo se družbo, zato mladinski delavci, ki delajo z mladimi, potrebujejo dodatno znanje, da so lahko mentorji mladim na njihovi

vi poti do samostojnosti. Digitalno mladinsko delo je postalo (trenutna) realnost mladinskega sektorja, o čemur pričajo tudi dokumenti, ki so bili sprejeti na ravni EU in predstavljajo temelj digitalnega mladinskega dela kot ključnega pristopa, ki mladinskim delavcem omogoča vzpostavljanje stika in vzdrževanje odnosa z mladimi.

Digitalne aktivnosti so tudi del vsakdana mladinskih centrov na nacionalni ravni, pri čemer se kot glavni akterji digitalnega mladinskega dela kažejo prav organizacije, ki ga izvajajo pri vsakodnevnem delu z mladimi.

Digitalno mladinsko delo ne more nadomestiti dela v živo, lahko pa ga dopolni, kar se je pokazalo tudi v letošnjem letu, v času epidemije. Pri digitalnem mladinskem delu je pomembno, da temelji na vrednotah in osnovah ter poslanstvu mladinskega dela ter da v skladu s tem vzpostavlja ravnovesje med digitalnim delom in delom v živo.

Za dobro izvedbo digitalnega mladinskega dela je pomembno, da upoštevamo tri dimenzije, ki vplivajo na uspeh digitalnega mladinskega dela:

- digitalizacija družbe,
- organizacijski digitalni razvoj,
- kompetence v mladinskem delu.

Pri digitalnem mladinskem delu je potrebno upoštevati širšo sliko pridobivanja kompetenc in znanj. Za mladinske delavce je ključna predvsem fleksibilna miselnost, saj lahko na takšen način opravljajo svoje delo v sedanji dinamični družbi.

Namen digitalnega mladinskega dela:

- digitalne rešitve mladinskega dela, namenjene mladini,
- razvoj digitalnih rešitev za digitalno mladinsko delo, povezano s potrebami, kompetencami in delovnimi metodami mladinskih delavcev,
- razvijanje kakovosti, delovanja in učinkovitosti mladinskega dela ter pridobivanje boljšega znanja o mladih.



Zakaj in kaj je digitalno mladinsko delo?

Uporaba digitalnih orodij pri mladinskem delu ni nov koncept. Digitalna orodja se uporabljajo že več kot desetletje. Uporabljajo se za vključevanje večjega števila mladih, za vodenje organizacije, kot eno izmed orodij za usposabljanje, pa tudi za komunikacijo z različnimi deležniki in ciljnimi skupinami.

Digitalno mladinsko delo ima enake cilje kot mladinsko delo na splošno. Uporaba digitalnih medijev in tehnologij pri mladinskem delu mora vedno slediti tem ciljem.

Digitalno mladinsko delo se lahko dogaja "iz oči v oči" kot tudi na internetu – ali kot mešanica med obema okoljema.

Digitalni mediji in tehnologije se lahko uporabljajo kot orodje, aktivnost ali kot vsebina pri mladinskem delu.

Digitalno mladinsko delo ima enake etične vrednote in načela kot mladinsko delo.

Inovativna nadgradnja mladinskega dela:

- Uporaba digitalnih tehnologij v mladinskem delu.
- Razumevanje in upoštevanje širšega konteksta – družbenih sprememb in posledic, ki jih prinaša tehnološki razvoj na področju raziskovanja, kakovosti in mladinskih politik.
- Ni vsaka uporaba digitalnih orodij mladinsko delo.
- Digitalno mladinsko delo je proces vključevanja mladih na ravni udeležencev in aktivnih ustvarjalcev vsebin.

Proaktivna uporaba in obravnava digitalnih medijev in tehnologije pri mladinskem delu.

Digitalne kompetence za mladinske delavce

2017 so bili sprejeti Zaključki Sveta EU o pametnem mladinskem delu, leta 2019 pa Zaključki Sveta EU o digitalnem mladinskem delu. V skladu z Okvirjem digitalnih kompetenc obstaja več sklopov kompetenc, ki opisujejo področje digitalnega mladinskega dela. Da bi v celoti razumeli področje digitalnega mladinskega dela, moramo najprej preveriti področja digitalnih kompetenc (informacijska pismenost, komuniciranje in sodelovanje, izdelovanje digitalnih vsebin, varnost in reševanje problemov). Na spodnji povezavi lahko preverite vaše močne in šibke točke na področju digitalnih kompetenc mladinskega dela ter kako manjkajoče kompetence nadgraditi.

Link Notion: Klik na [tole](#).

Na naslednjih povezavah se lahko samoocenite na področju digitalnega mladinskega dela.

- Skill IT competence self-assessment tool: <https://digipathways.io/self-assessment-tool-competence/>
- Digital youth work self-assessment: <https://www.digitalyouthwork.eu/wp-content/uploads/sites/4/2019/04/Digital-youth-work-self-assessment-form.pdf>
- The Digital Competence Wheel: <https://digital-competence.eu/>

PRIDOBIVANJE GOVORNIH KOMPETENC

Na srečanju so predavatelji Šole retorike, **Zdravko Zupančič, Aleksandra Zupančič in Tomaž Gubenšek**, preko dela v treh skupinah poimenovanih **THE BEATLES, PINK FLOYD in THE ROLLING STONES**, predstavili pomen govorjene besede, način in obliko govora ter osnove komuniciranja na spletu.

Kdor v živo predava in poroča udarno in zanimivo, lahko svojo večščino povsem prelije na spletne odre. Ko bo korona že zdavnaj poginila in bo zrak čist, bomo še zmeraj sestankovali na daljavo, hkrati pa ne bomo zanemarili sporazumevanja v živo, saj brez neposrednih stikov sčasoma ugasne človekova družabna narava. Potrebna bo zgolj prava mera obojega. Vabimo vas, da izmenjamo izkušnje o spletnem nastopanju in sestankovanju.

Predavatelji ŠR Z&Z

Dobre in slabe plati spletnega sporazumevanja (kamere vidijo vse, mikrofoni vse slišijo, kako navdušiti občinstvo, orožja v bojevanju za pozornost navzočih), dr. Zdravko Zupančič



dr. Zdravko Zupančič: »Tako kot pri govoru v živo, je tudi na spletu govorec živ medij, ki digitalna orodja uporablja samo kot pripomočke. Pomembno je, da dobimo pozornost poslušalcev in jo ves čas s svojim načinom govora vzdržujemo. Hkrati pa se ne ustrašimo treme, jo sprejmemo, nadzorujemo in se osredotočimo na vsebino.«

Temeljita vsebinska priprava na spletni dogodek, vodenje dogodka, odnosi na spletnih sestankih, časovni okviri, vodenje z besedo, prijave in skakanje v besedo, mag. Aleksandra Zupančič



mag. Aleksandra Zupančič: »Vedno moramo imeti zastavljen namen in manipulativni cilj ter si vedno pripraviti načrt, s katerim odgovorimo na vprašanja: kdo sem, zakaj, kako, kdo še, koliko časa, kdaj in kaj bom govoril? Oznanjati moramo tisto, kar zagovarjamo, dobro argumentiramo in se pri tem s poslušalci vedno pogovarjamo, saj jih na ta način aktivno vključimo v dialog.«

Glas – gospodar komunikacije, vaje za govorno jasnost in prepričljivost, trema in nelagodje pri nastopanju preko spleta, prof. Tomaž Gubenšek



prof. Tomaž Gubenšek: »Poznamo štiri tipe dihanja, a za jasen in artikuliran govor je najpomembnejše dihanje s prepono, ki omogoča umirjen in jasen glas, saj pri govoru 93 odstotkov predstavlja način govora in samo 7 odstotkov vsebina. Pri tem si vedno predstavljamo, da se pogovarjamo z nam znano osebo, saj bo na ta način naš govor bolj sproščen in usmerjen.«

POVZETEK DELAVNICE

– DR. ZDRAVKO ZUPANČIČ

SPLOŠNO

V času epidemije smo zapadli v stanje, ki ga imenujemo virtualna lenoba. In kot smo se težko spravljali na splet, bo enako težko preiti nazaj v živo.

NASVETI IN PRIPOROČILA

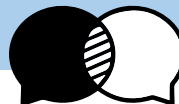


OSNOVNO:

- Najbolj pomembno je kdo pove, kaj pove, kako to pove?
- Sproščenost in spontanost je zelo dragocena, vendar lahko preide na drugo plat - popoln kaos in neobvladovanje skupine.
- Dobro je imeti »kopilota« - da spremlja pogovor na Zoom-u in vse odzive. Za splet je zelo pomembno, da imamo digitalnega fasilitatorja.
- Osnova dobrega komuniciranja na spletu je, da se moderator zaveda kje so ljudje, ne gledaš v materiale. Gledaš gor v udeležence.
- Težava pri branju se pojavi, ker oči izdajo branje. Če beremo iz lista, lahko zelo hitro izgubimo pozornost udeležencev. Če bereš, se je treba boriti za pozornost udeležencev. To je naloga predavatelja. Vedno se trudimo z vsemi retoričnimi orodji.

KOMUNIKACIJA:

- Uporaba različnih orodij: govorec je najmočnejši medij. Človek (glas, ritem, premori). Pred časom smo uporabljali projekcije. Orodja so samo posladek oziroma dodatek govorcu.
- Če imajo udeleženci vprašanje med našim predavanjem, lahko prekinemo pogovor in se vrnemo nazaj kasneje.
- Protokol javnega sporazumevanja: vedno naj nam bo izhodišče klicanje po priimku in vikanje. Lahko pa se spremeni dogovor in se udeležence kliče po imenih ter se jih tika.
- Ne ukazovati ("Jutri pridejo, donatorji"), ne obremeniti osebe s strahovito odgovornostjo. Ko začutimo tremo, zbežimo k vsebini in trema izgubi moč. Pomembno je biti dobro pripravljen in sprejeti to čustvo (naj vas ne bo sram).
- Strokovne besede - nevarno je, da te najdejo, da tudi ti ne poznaš strokovne besede. Če je možno, vse tujke in izraze povedati v svojem jeziku.
- Kako se boriti za pozornost? Najprej se za pozornost bori govorec, ki govori, potem se borijo njegove kretnje. Govor je najbolj prepričljivo orodje za pridobivanje pozornosti. Veliko si naredimo s pripravo - da pripravimo kar govorimo. Napaka je napisati stavke in jih zgolj prebrati. Pomembna je angažiranost govorca.
- Trema: je nekaj naravnega. Vsi poznamo tremo in s tem ni nič narobe.





ČASOVNI OKVIR:

- Točnost in strikten časoven okvir je zelo pomembna vrilna v spletnih okoljih.
- Zvonček je dober pripomoček za omejevanje časa.

PROSTOR:

- Če se kot udeleženec prestavljamo iz enega v drug prostor, je zelo pomembno, da izklopimo kamero, saj lahko v nasprotnem primeru vzamemo pozornost govorce.
- Vedno izberemo primeren prostor za fasilitacijo (knjižnica je bolj primerna kot kuhinja).



MIKROFON IN KAMERA:

- Priporočilo je, da ugasnete mikrofon, ko ne govorite. Prav tako je potrebno paziti na varnost, da se nam le-ta vmes po nesreči ne vklopi.
- Na začetku se lahko dogovorimo, da imamo vsi prižgane kamere. Tisti, ki nima prižgane kamere, lahko izpade nespoštljiv do govorca.
- Opozoriti - prižgana kamera je na nek način vdor v osebni prostor (zato lahko nastavimo virtualno ozadje).
- Ozadja na kameri lahko delujejo kot pritegovanje pozornosti z ne vsebinskimi stvarmi.



POVZETEK DELAVNICE

– MAG. ALEKSANDRA ŽUPANČIČ

SPLOŠNO

Digitalna komunikacija ima neke posebnosti, osnove pa so tiste, ki lahko omogočajo nadgradnjo kjerkoli. V nadaljevanju boste spoznali vsebinsko pripravo na nastop. Govorjena in pisna beseda imata vsaka svojo naravo, problem pa je, da tega ne ločimo.



NASVETI IN PRIPOROČILA

VSEBINSKA PRIPRAVA:

- **Dobra vsebinska priprava vpliva tudi na obliko.** Ko smo prepričani v vsebino se ne bojimo več, da bi nam vsebina ušla. Takrat dosežemo dialog. Takrat so pravi poudarki na pravih mestih.
- Ne spregovorimo, če nimamo oblikovanega **namena, cilja oziroma sporočila**. Če tega nimaš, nima smisla, da se lotiš predstavitev.
- **Postavi si čim več situacijskih vprašanj.** Kdo sem, komu govorim, koliko poslušalci o tem vedo, kje bom govoril, koliko bo udeležencev.
- Osmisli zapisane stvari, povej **poenostavljeno**, da ljudje razumejo. To je bolj pomembno kot če povemo vse. Pomembno je, da izberemo vsebino in da se vzpostavi “pogovor”. Ne biti preveč pameten in zakomplicirati stvari (s tem, da želimo preveč povedati in “pokazati”).
- **Če udeleženci česa ne bodo vedeli, lahko postavijo vprašanja.** To je dodana vrednost, ker pride do interakcije. Vprašamo se, kaj bomo z govorjenimi besedami dosegli. Imamo manipulativni cilj, zato je pomembna etika.
- **Oznanjaš nekaj, za čemer stojiš** - ne gre se za to, da ljudi prepričaš. Skozi argumentacijo in govor dosežeš nekaj več.
- **Če besedilo nima cilja, smisla in namena (sporočila), potem ne govori.** Če česa ne veš (kot govorec) - molčiš. Retorika ni preizkus prevare, ker to lahko dosežeš kratkoročno, dolgoročno pa ne. V retoriki govorca razumemo kot živo znanje. Škoda, bi bilo da tega ne izkoristiš in da ne pride do izmenjave.
- Da si udeleženci za vedno zapomnijo bisto, je pomemben govorčev **odnos** do vsebine. Naloga govorca je osmisлити vsebino, vzbuditi zanimanje, poenostaviti zadeve, da poslušalce prepričamo.
- Vsakič, ko odpremo usta začnemo **manipulirati**. Manipuliramo lahko s pozitivnimi in z negativnimi nameni. Pomemben je manipulativni cilj, saj s tem vemo kaj želimo povedati. Manipulirati pomeni upravljati z vsebino.
- **Manipulativni cilj:** izboljšava procesa, da imajo vključeni nekaj več od tega in kaj lahko dosežemo s tem. Če ste vodja in morate sodelavcem predstaviti, da boste peljali reorganizacijo znotraj oddelka, je potrebno predstaviti pozitivne spremembe. Ko je potrebno predstaviti nove trende, se nam rdeča nit lahko izmuzne. Vedno se je potrebno vprašati, kaj bo manipulativni cilj.

Zgodbo si je potrebno preusmeriti v glavne oporne točke.

- **Vprašajte se:** kdo sem jaz? Tisti, ki si postavijo dober manipulativni cilj lažje povedo bistvo in ustvarijo dodano vrednost vsebine. Poiščemo tiste vsebinske dele, ki so nujni za to.
- **Pri govorjeni besedi se nam dogaja, da smo zelo selektivni, zato je pomembno, da se vprašamo:**
 - kje smo
 - kako do zdaj
 - težave
 - kako bi jih rešili (postopek)
 - kako naprej
 - Ko si odgovorimo na ta vprašanja imamo zgodbo.
- **Zgodbo lahko podaljšaš, vendar je potrebno vedno slediti 4 elementom in rdeči niti.** Ko imamo enkrat rdečo nit, je enostavno. Če imaš trdo postavljeno rdečo nit, se zgodba ne bo spremenila. Od časovnega okvirja pa je odvisno koliko lahko zgodbo raztegujemo. Pomemben je dobro postavljen logos. Če je jasen, vsak ve o čem je bilo govora. Vsakdo bo znal obnovit rdečo nit, če je ta dobro postavljena.
- **Najprej si pripraviš rdečo nit.** Priprava na govor se nikoli ne začne s predstavitvijo (powerpoint). Če si govorec, moraš imeti eno sporočilo, to pa poveš preko zgodbe. Smo prevajalci vsega, kar vemo, za določeno ciljno skupino.
- **Pri pripravi na govor si moraš vizualizirat zgodbo, temo.**

Pri govornem nastopu si zapomnite:

- Pisano besedo je potrebno **prevesti** v govorno besedo.
- Osnova dobrega govorca je, da govorimo o stvareh, ki jih **dobro poznamo in razumemo**. Ko imamo rdečo nit, lahko gremo pred slušatelje. Če govorimo isto, kar je na predstavitvi (powerpoint), je škoda za govornika. Iz oči v oči si lahko drugače povemo, kot če govorimo nekaj, kar si ljudje lahko preberejo.
- **Digitalni svet ima prednosti**, vendar je pogled pomemben element govora. Imeti moramo stik s poslušalci in vse mora potekati kot pogovor. Potrebno je nenehno gledat obraze preko spleta, ker je dragocen vsak odziv. V nasprotnem primeru lahko govorec spregleda svoje poslušalce. Če se na pamet naučimo besedila, ne moremo hkrati še spremljati poslušalcev. Če želimo dobro nastopati se moramo dobro pripraviti in odgovoriti na ključna vprašanja.
- **Časovni okvir se določi prej**, sami ali s strani drugih, saj se ljudje ravna po urniku. Če gre stvar preko urnika imamo problem, ker ljudje izgubijo koncentracijo. Če ti ga ne določijo drugi, si ga narediš glede na situacijo. Govorčeva naloga je vzbuditi zanimanje.
- Z dobro **pripravo** privarčujemo čas. To je pomembno, ker smo na spletu lahko manj časa skoncentrirani kot v živo. Pomembno je, da pri poslušalcih spodbudimo zaupanje.
- Ko smo vrženi v neko predstavitev (z malo časa za pripravo) si **odgovorimo na ključna vprašanja** in smo pripravljeni. Ne rabimo si pisat dodatnih stavkov.

POVZETEK DELAVNICE

– PROF. TOMAŽ GUBENŠEK

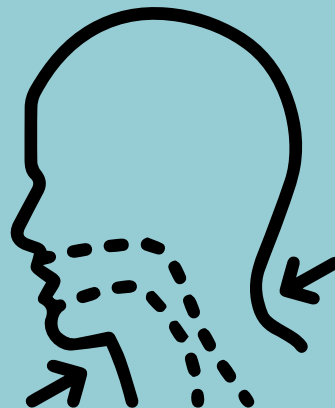
SPLOŠNO

Kaj naredi govorca? Kako je moj govor energijsko izpolnjen? Pri glasovni komunikaciji je glaven element dih in šele ko izdihnemo, izdihan zrak potisnemo skozi naša govora in začnemo govoriti.

NASVETI IN PRIPOROČILA

Zahodna šola retorike razlikuje med 4 tipi dihanja:

1. **ramenski dih.** Pri tem vdihu se ramena dvignejo, pri izdihu grejo ramena dol. Zrak gre samo v zgornji del naših pljuč, zato se v glasu pojavi se napetost, glas postane višji. To imenujemo tudi glas treme in kaže na notranjo napetost. Takšno dihanje se običajno pojavi pri joku, hlipanju, ihtenju.
2. **prsni dih.** Večinoma ga uporabljajo vsi, predvsem pa športniki, ker je hiter in eksploziven. Pri vdihu se prsni koš razširi, pri izdihu zoži. Še vedno to ni idealen dih za govorca, ker se pojavlja mišična napetost, ki sega do ramen in vratu.
3. **preponski dih.** Pri tem vdihu zrak vdre do konca pljuč in ustvari se zračni steber do naših govoril. Ta masa zraka bo zagotovila, da se nam glas ne bo tresel ne glede na naše počutje. Kot, da bi spil kozarec zraka v trebuh. Ni napetosti v ramenih in grlu in lahko sproščeno komuniciram. Pri tem vdihu sodeluje najmanjše število mišic, zato je najmanj obremenjujoče.
4. **ledveni dih.** Podoben je preponskemu dihu, vendar se tu tudi zadnji del života razširi. Ta dih uporabijo operni pevci in za govorce ni nujen.



Še nekaj nasvetov za dobre govorce:

- Imejte ključni stavek v glavi; kaj je vaša ključna misel, ki jo želiš predati? Tudi če se zmedeš, se vedno lahko vrneš h ključni misli.
- Živ govor je živ v svoji neposrednosti in je boljše kot branje govorov.
- Predstavite se: Sem ... (in ne moje ime je ...).
- Izogibajte se pozdravljanju ali zaključevanju - 'z moje strani', saj takšna komunikacija ni povezovalna in nakazuje na to, da obstajata dve strani.
- Pri komunikaciji večinoma premalo odpiramo usta, pri tem nam lahko pomaga vaja: svinčnik damo v usta in beremo eno minuto.
- Pri govoru v mikrofoni si vizualiziraj, da govoriš iz grla.
- Pri govoru v prostoru si vizualiziraj, da zvok nastane pred usti (s tem damo glasu moč in volumen).
- Kaj storiti, ko se mi začnejo sušiti usta? (na daljših sestankih/dogodkih) Pomislite na limono.



- Govor je podoben športni aktivnosti, zato ne pozabite na ogrevanje govoril.
- Pri branju uporabljamo zborni govor:
 - povezujemo predloge (v čudežni-učudežni, v avto, v angleščini),
 - pri slovenjenju tujih besed, tuje prevzete besede slovenimo z ožinami (e ali o ozek, center),
 - slušalka/poslušalka, drsalka/drsauka (živo z ujem, neživo z ljem), razen pri izjemah.
- Najbolje se naučiš govoriti, če bereš (na glas).
- Težko je brati pisano besedo, da zveni živo, če nisi profesionalni govorec.
- Tuje besede: mesto naglasa obdržimo kot v originalnem jeziku, tuje glasove nadomestimo z najbližjim slovenskimi.
- Kadar ste zaradi govora pod stresom in/ali ne veste, kako se bo izšlo, si predstavljajte, da je nekdo od prisotnih oseba, ki ji zaupamo (priatelj, sorodnik). Svoj govor povejte tej osebi.
- Ko komuniciramo besedno, so informacije razporejene:
 - 93% iz načina kako govorim (barva, ritem, tempo)
 - 7% pomen besede

Zato je pomembno, da se naučimo obvladovati govor.

MOVIT izvaja naloge nacionalne agencije v programih Evropske unije (EU) na področju mladine od maja 1999, ko je Slovenija vstopila v program Mladi za Evropo III., ki se je nadaljeval s programom Mladina (2000–2006), programom Mladi v akciji (2007–2013) ter Erasmus+: Mladi v akciji (2014–2020), leta 2018 pa je dobil v upravljanje tudi novi program Evropska solidarnostna enota.

V tej vlogi MOVIT upravlja posredno centralizirana sredstva proračuna EU in omogoča pridobitev podpore za različne oblike učnih mobilnosti v mladinskem delu, istočasno pa izvaja aktivnosti za splošni razvoj mladinskega dela in neformalnega učenja, še posebej pa tiste, ki s svojo obliko in vsebino prispevajo h krepitvi evropskega sodelovanja na področju mladine. Program Evropska solidarnostna enota je ta področja razširil še na druga področja in akterje, kot so organizacije, institucije in podjetja, ki izvajajo solidarnostne aktivnosti z namenom krepitve družbene kohezije, solidarnosti, demokracije in državljanstva v Evropi.

Poleg vloge nacionalne agencije MOVIT izvaja tudi dejavnost Eurodesk-a, brezplačnega infoservisa Evropske komisije, ki nudi evropske informacije za mlade. Namenjen je tako mladim samim kot tudi tistim, ki se pri svojem vsak-danjem delu srečujejo z mladimi in njihovimi vprašanji – svetovalcem, učiteljem, mladinskim delavcem, informatorjem in drugim. Po pomoč pri iskanju informacij se lahko tako vedno obrnete na Eurodesk Slovenija ali katerega izmed regionalnih Eurodesk partnerjev.

Od leta 2002 v okviru MOVIT-a deluje tudi SALTO South East Europe Resource Centre, ki z organizacijo usposabljanj, kontaktnih seminarjev in številnimi drugimi ukrepi, orodji in viri spodbuja in podpira sodelovanje s partnerji iz držav Zahodnega Balkana v okviru programov Erasmus+: Mladi v akciji in Evropska solidarnostna enota. V sodelovanju s pomembnimi akterji in ob pomoči bazena trenerjev, akrediterjev in regionalnih kontaktnih točk programa prispeva tudi k razvoju mladinskega dela in mladinske politike v regiji.



Publikacija je financirana s strani Evropske komisije in Urada RS za mladino. Vsebina publikacije je izključna odgovornost avtorjev in v nobenem primeru ne odraža stališč Evropske komisije ali Urada RS za mladino. Nacionalna agencija, Urad RS za mladino in Evropska komisija niso odgovorni za kakršno koli uporabo informacij, ki jih publikacija vsebuje.



Erasmus+



EVROPSKA
SOLIDARNOSTNA
ENOTA



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE,
ZNANOST IN ŠPORT
URAD REPUBLIKE SLOVENIJE ZA MLADINO



MOVIT

Nacionalna agencija programov
Erasmus+: Mladi v akciji
in Evropska solidarnostna enota
Dunajska cesta 5
1000 Ljubljana

Telefon: +386 (0) 1 430 47 47

Splet: www.movit.si

E-pošta: info@movit.si