

PLANIRANJE, OSMIŠLJAVANJE I EVALUACIJA
NADAHNJUJUĆIH DOGAĐAJA VEZANO
ZA SOCIJALNI DIJALOG





Uz potporu Europske unije

Ovaj tekst održava samo mišljenje autorice.
Europska komisija ne odgovara za korištenje informacija
sadržanih u tekstu.

Impresum

Izdavač: Europski centar za radnička pitanja, Königswinter
www.eza.org

Autorica: Ilona Arcaro

Dizajn: HellaDesign, Emmendingen, www.helladesign.de

Prijevod: Anika Rešetar Drvar

Ilustracija naslovnice:

© Klaus Puth, Mühlheim/Main, www.klausputh.de

Tisak: Tiskara Eberwein, Wachtberg-Villip

SADRŽAJ

Uvod	6
1 NAČELA UČENJA ODRASLIH	8
2 FORMATI DOGAĐAJA	12
3 PLANIRANJE DOGAĐAJA	14
3.1 NAJAVA DOGAĐAJA	18
3.2 EUROPSKE DIMENZIJE DOGAĐAJA	19
3.3 RIZICI DOGAĐAJA	20
4 PROVEDBA DOGAĐAJA	22
4.1 MODERIRANJE DOGAĐAJA	24
4.1.1 TEHNIKE PITANJA U MODERIRANJU	27
4.1.2 METODE MODERIRANJA	31
4.2 METODE PRIMJENJIVE ZA INTERAKTIVNE DOGAĐAJE	39
4.2.1 METODE ZA UPOZNAVANJE	43
4.2.2 RADNE METODE	46
4.2.3 METODA DAVANJA POVRATNIH INFORMACIJA	65
4.3 BARCAMP KAO NEKONFERENCIJACIJA	69
5 ZAVRŠETAK DOGAĐAJA, OCJENA I PRAĆENJE	73
LITERATURA	75

Dragi čitatelji,

europski obrazovni rad vrlo je poseban. Pogotovo kada je tematski okvir socijalni dijalog. Ako se želi stvoriti i podijeliti znanje, razmijeniti iskustava i umrežiti polaznike u Europi, potrebne su metode koje su najprikladnije za postizanje tih ciljeva.

Europsko učenje često zahtijeva upotrebu više jezika, pri čemu se u obzir moraju uzeti različite kulturne pozadine i različita razumijevanja pojedinih tema i materija učenja.

Sve to znači da oni koji planiraju, provode i izvode zaključke iz takvih obrazovnih mjera moraju dobro razmisliti na koji će način strukturirati odgovarajuće događaje i koje su metode najbolje za koju fazu edukacije.

Ako to uspije, nastaje kvalitetna europska edukacija o socijalnom dijalogu.

Kako bi to poticao, Europski centar za radnička pitanja – EZA proteklih je godina pripremio ponudu tečaja na kojima su se učile osnove obrazovanja odraslih te su predstavljene i isprobane metode koje su posebno prikladne za primjenu u europskim višejezičnim obrazovnim događajima.

Ova brošura *Planiranje, osmišljavanje i evaluacija nadahnjujućih događaja vezano za socijalni dijalog* rezultat je te serije kolegija.

S pomoću kratkih, praktičnih uvoda, obrazovne se metode razvrstavaju i predstavljaju prema fazama događaja te se daju informacije o konkretnoj primjeni.

Brošura je, dakle, zamišljena kao vodič za pomoć organizatora europskog obrazovanja u njihovu radu. Sadržaji vas pozivaju da u svojem obrazovnom radu krenete novim putovima i potiču vas da isprobate nove metode.

Posebno zahvaljujem autorici ove brošure Iloni Arcaro, koja je na tečajevima dala puno važnih sadržajnih poticaja, te instituciji Nell-Breuning-Haus, koja je zajedno s EZA-om razvila i provela tečajeve.

Neka vas čitanje ove brošure potakne na nove ideje i putove u europskome obrazovnom radu!

Sigrid Schraml

Glavna tajnica EZA-e

UVOD

Cilj je događaja o temi europskoga socijalnog dijaloga promicati razmjenu relevantnih pitanja i tema vezanih za europski obrazovni rad i omogućiti međusobne susrete i kulturno razumijevanje.

Zato su ti događaji važno formalno i neformalno mjesto učenja. Kao društveni oblik i mjesto gdje se ljudi susreću, oni mogu biti i proces učenja i iskustva za sudionike. Mnogi sudjeluju na događajima kako bi doznali nove pristupe i razmišljanja, susreliiskusne i/ili osobe istog mišljenja i učili jedni od drugih, sami dali nove ideje, iznijeli vlastita stajališta kako bi se o njima raspravljalo, isprobavali nove ideje s drugima ili dijelili iskustva. Motivi za sudjelovanje mogu, dakle, biti vrlo različiti. Ključno je na događajima osigurati prostor za te potrebe i omogućiti odgovarajuće postavke učenja.

Ova brošura nudi praktičnu pomoć kojom se može povećati učinkovitost organiziranih i neformalnih procesa učenja o socijalnom dijalogu. U tu svrhu daju se savjeti za smisleno i nadahnjujuće osmišljavanje prije događaja, tijekom njega i nakon događaja.

Kako bi se stvorili uvjeti za uspješan proces poučavanja i učenja, pri planiranju događaja u obzir se moraju uzeti višeslojne dimenzije, od prepoznavanja inovativnih ili aktualnih tema, traženja sudionika, logistike planiranja (ovdje posebno planiranja dolaska, smještaja i komunikacije), razmatranja međukulturnih osobitosti ciljne skupine do osmišljavanja privlačnih formata događaja, njihove primjene i naknadnog praćenja. Jezici i komunikacija također su važni, posebno u europskom kontekstu.

U središtu svih nastojanja u planiranju je uspješnost događaja i ono što će sudionici naučiti. Pojedinačni koraci planiranja zato se stavljaju u kontekst definiranja ciljeva učenja događaja jer su pri osmišljavanju

dogaćaja postavljjanje ciljeva, planiranje sadržaja i metode koje se koriste uvijek međusobno povezani.

Nakon općeg uvoda u načela obrazovanja odraslih, uz razne formate događaja razmatraju se i razni aspekti koncepcije događaja. Ističe se da didaktička koncepcija već u pripremi u obzir uzima ciljeve, sadržaje, ciljnu skupinu i njezine potrebe, a rezultati se ugrađuju u dizajn događaja. Tijekom događaja sudionicima treba redovito dati mogućnost da pridonesu svojim znanjem, mišljenjima i interesima. Za to su dani praktični savjeti te didaktičke i metodičke ideje.

1 NAČELA UČENJA ODRASLIH

Za razliku od djece, odrasli ne uče ispočetka. Sve novo što nauče, istodobno je dogradnja postojećeg znanja, stjecanje novih vještina ili zaboravljanje već zastarjelog znanja. Odrasli uče iz vlastitih iskustava, vođeni interesima i razvrstavaju novo u postojeće kognitivne i subjektivne percepcije. Zato se pri planiranju i provedbi događaja ne smije zaboraviti da su sudionici oblikovani svojim životnim okruženjem, da su stekli mnogo iskustva i da već imaju različita znanja i vještine. Za postizanje uspjeha u učenju i omogućavanje održivog učenja ključna su sljedeća osnovna načela učenja odraslih.

1. Orijentacija na osnovi životnog okruženja

Da bi se odrasli zainteresirali za nove sadržaje učenja i omogućilo prihvaćanje novih informacija, mora se uzeti u obzir njihovo životno okruženje. Životno okruženje znači, primjerice, žive li ljudi u gospodarski slaboj ili snažnoj zemlji, koje političke i kulturne uvjete doživljavaju ili su doživjeli. Nadalje, uzimaju se u obzir preduvjeti učenja, vještine učenja, prepreke u učenju i očekivanja tih ljudi. Svi čimbenici zajedno određuju kako odrasli uče i razumiju te koje se posebnosti moraju uzeti u obzir. (vidi Barz, Tippelt 2010., str.117. i slj.)

2. Usmjerenost na sudionike

Cilj usmjerenosti na sudionike te usmjerenosti na kupce jest ozbiljno shvatiti sudionike i uzeti u obzir njihove potrebe u procesu poučavanja/učenja. U sklopu događaja sudionicima se moraju pružiti odgovarajuće ponude za sudjelovanje s obzirom na odabir tema i didaktičke odluke.

3. Nastavno učenje

Odrasli ne uče ukorak i ne uče istu stvar. Zbog različitih biografija vezanih za učenje i različitih životnih okružja, oni usvajaju različite sadržaje i dolaze do različitih spoznaja. Učenje u sklopu događaja je, dakle, u velikoj mjeri proces kojim upravljaju samostalno. Svatko uči što može „obraditi“ i što mu se čini važnim i korisnim. Važno je u procesu učenja uspostaviti vezu s iskustvima, znanjem i vještinama sudionika.

4. Učenje na osnovi iskustva

Iskustva koja su pojedini polaznici stekli u profesionalnom ili privatnom kontekstu također imaju ključnu ulogu u učenju odraslih. Tema događaja i sadržaji koji se obrađuju trebali bi imati značenje u svakidašnjem životu sudionika i ponuditi rješenja, strategije ili znanja koja pojedinac može provesti. Polaznici se ne doživljavaju kao potrošači nego kao aktivni kreatori svojega procesa učenja. Jer najučinkovitije se uči kada polaznici i sami postanu aktivni i mogu pridonijeti svojim iskustvima, odnosno nastaviti se na njih. Ako se nove informacije povežu s vlastitim iskustvom, može se ostvariti učinkovit proces učenja.

Teza da su odrasli doduše sposobni učiti, ali da su zbog svojih biografskih životnih iskustava nedokazivi je osnovna misao naše promijenjene kulture poučavanja i učenja (vidi Siebert 2006a, str. 27.). Zato se sve više mijenja perspektiva, tj. udaljavamo se od prijenosa znanja usmjerenog na davanje informacija izvana (u daljnjem tekstu: didaktika proizvodnje (njem. Erzeugungsdidaktik)) do didaktike koja omogućuje postupak usvajanja znanja i vještina kojim upravljaju sami polaznici (u daljnjem tekstu: didaktika omogućavanja (njem. Ermöglichungsdidaktik) (v. ibid., str. 86.). Jer pri planiranju i provođenju događaja „treba voditi računa o vlastitoj odgovornosti i omogućavanju učenja

te o poticanju aktivne uloge u procesu podučavanja i učenja”. (Siebert (2006b))

Dok koncepti didaktike proizvodnje (Erzeugungsdidaktik) polaze od toga da polaznici uče ono što im se prenosi detaljnim određivanjem ciljeva učenja, linearnim prijenosom znanja i učenjem ukorak, u didaktici omogućavanja¹ u prvom su planu usmjerenost na subjekt i samoorganizirano učenje. Zato se učenje odraslih smatra uspješnim i održivim samo ako polaznici nisu „podučeni” prema previše kruto planiranom konceptu. Umjesto toga, učenje treba shvatiti kao aktivni postupak usvajanja s ponudama za sudjelovanje. Pritom se sadržaji učenja razvijaju prema mogućnosti na djelujući način (na primjer, s pomoću metoda aktiviranja) i u razmjeni s drugim polaznicima. Polaznici zato, iz perspektive didaktike omogućavanja, preuzimaju aktivnu ulogu: mogu oblikovati vlastiti proces učenja na istraživački, samoorganizirani i kontrolirani način (Arnold; Schüssler 2003., str. 2.). Planiranje i osmišljavanje događaja u ovom kontekstu nije suviše nego mu je zadaća potaknuti samoučenje, šire razmišljanje i rješavanje problema. Pritom nikako nije poduka nego poticanje na učenje i potpora. Posljedica toga je promijenjeno stajalište organizatora o sadržajnom i metodičkom planiranju te o provođenju događaja. Oni više nisu usredotočeni samo na sadržaj – na „što”, kao što je slučaj s klasičnim događajima koji su usmjereni na prijenos znanja i predavanja – nego na oblike na koje će polaznici usvojiti znanje, tj. na „kako” (usp. Arnold; Gómez Tutor 2007., str.101.). Zato je potrebno odabrati i ponuditi sadržaje i metode koji su pripremljeni na nadahnjujući način te koji potiču aktivnosti i omogućuju da polaznici uče s pomoću vlastitog donošenja zaključaka. Pritom se, prema mogućnosti, treba

1 Didaktika omogućavanja (Ermöglichungsdidaktik) je model koji je poznat uglavnom u njemačkom govornom području. U međunarodnoj usporedbi postoji rasprava o „heutagogiji” koja je usporediva s konceptom „samoodređenog učenja”. Svi pristupi kombiniraju mišljenje da su polaznici stručnjaci za svoj proces učenja.

nastaviti na životne situacije i/ili profesionalno iskustvo polaznika. Glavni je zadatak organizatora i moderiranja događaja u provedbi pomoći polaznicima i pratiti ih u njihovu samostalnom postupku stjecanja znanja. Ta se faza ponajprije odnosi na osmišljavanje i omogućavanje poticajnog okružja učenja koje podupire suradnju. U nastavku je dan pregled razlika između tih didaktičkih modela.



Izvor:

Usporedba načela didaktike proizvodnje i omogućavanja. (usp. Schüssler; Kilian 2017.)

Osmišljavanje događaja prema modelu didaktike omogućavanja zato znači da se treba oprostiti od „tradicionalne” uloge komunikatora. Isto tako, polaznici se ne mogu pozivati na ulogu primatelja znanja nego se ohrabruju da postanu aktivni. U skladu s tim, organizatori i polaznici moraju promijeniti svoj način razmišljanja i ponašanje u postupku učenja. Odgovorni su za proces, pomažu u oblikovanju ciljeva i procesa učenja te aktivno stječu znanje i vještine.

2 FORMATI DOGAĐAJA

Postoje različiti formati događaja koje treba razlikovati pri planiranju i odrediti s obzirom na ciljnu skupinu. Oni se u osnovi razlikuju s obzirom na vremenski okvir, dimenziju, orijentaciju sadržaja, skupinu sudionika i oblikovanje. Razlike se odnose na opise u njemačkome govornom području. U međunarodnom se kontekstu one eventualno mogu razlikovati.

- **Događaj:** u njemačkome govornom području je to zajednički nazivnik svih formata koji uključuju okupljanje ljudi u organiziranom obliku s određenim ciljem.
- **Zasjedanje:** odnosi se na oblik događaja koji ima tematski fokus na temelju broja sudionika.
- **Konferencija:** dolazi od latinske riječi conferre, što znači udruživati se; konferencija je slična zasjedanju, ali je u pravilu veća i uključuje širi kontekst rasprava i odluka, npr. međunarodna konferencija o klimatskim promjenama.
- **Simpozij:** format koji se uglavnom koristi u području kulture i znanosti te je posvećen ciljanoj raspravi o određenoj temi ili aktualnom pitanju iz različitih perspektiva.
- **Sastanak ili radni sastanak:** ovaj format predstavlja okupljanje odabranih ljudi ili susret neformalnog karaktera, često s političkom konotacijom. Primjerice, radni sastanci projektnih skupina.
- **Radionica:** riječ je ponajprije o radionici odgovarajućeg smjera i cilja, može se provesti s najviše 20 do 30 sudionika. Radionica obično služi za ciljano rješavanje problema, za razvijanje novih ideja ili za usavršavanje i ujedinjavanje postojećih spoznaja.
- **Forum:** služi otvorenoj i javnoj prezentaciji argumenata i okuplja različite ljude i predstavnike pojedinih stajališta i interesa. Forum je obično veći događaj.

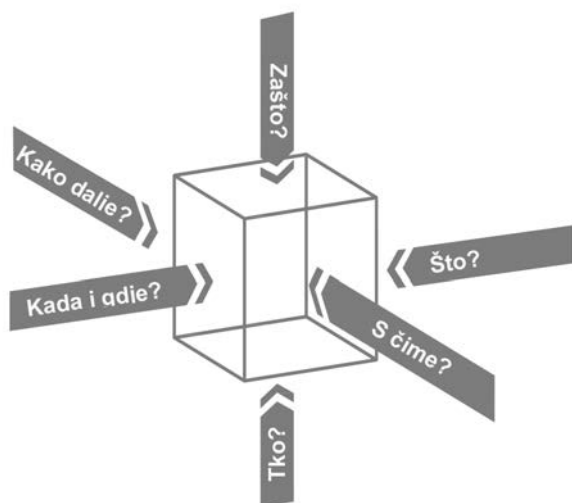
- **Kongres:** najveća je zamisliva konferencija, izvedena iz latinske riječi congregare. Kongres čini nekoliko manjih konferencija u isto vrijeme na istome mjestu.
- **Skup/skupština:** nude se uglavnom za sastanke pripadnike društava, političkih stranaka i drugih organizacija. Rasprava je usmjerena na trenutačne teme i pitanja koja treba riješiti, osvrće se na prethodne poslovne godine i planiranje aktivnosti u sljedećim godinama.
- **BarCampovi:** nazivaju se i nekonferencijama. Riječ je o otvorenoj konferenciji s otvorenim radionicama, sadržaj i tijek kojih na početku razvijaju sudionici te se poslije razvijaju na temelju stručnog znanja nazočnih. BarCamps služi za razmjenu sadržaja i raspravu o aktualnim temama i pitanjima. Riječ je o jednostavnom dijeljenju znanja, zajedničkom razvoju proizvoda, raspravi o pitanjima. Svi se sudionici smatraju stručnjacima.
- **Meetupovi:** sastanci na kojima se zainteresirani i organizatori okupljaju kako bi razmijenili ideje i bili aktivni. To je lako dostupna ponuda koja se obično objavljuje putem internetske platforme te obično najviše traje od 3 do 4 sata.

(usp. Müller-Naevecke; Nuissl 2016., str.11f.)

U nastavku će se koristiti pojam događaj jer je to najveći zajednički nazivnik svih formata.

3 PLANIRANJE DOGAĐAJA

Za uspješno planiranje događaja važno je osmisлити sadržajnu dramaturgiju jer ona na kraju očarava sudionike te je zaslužna za uspjeh događaja i pozitivni i održivi ishod učenja za sve. Zato je potrebna opsežna, profesionalna organizacijska priprema. Korisno je predvidjeti pojedinačne korake planiranja u obliku odgovora na pripremljena pitanja kako biste razvili inspirativni dizajn događaja i stvorili privlačan program koji je posebno usmjeren na ciljanu skupinu. Pritom je fokus na odgovorima na sljedeća pitanja:



Slika 1: Ključna pitanja pri planiranju i osmišljavanju događaja

Zašto? → određivanje ciljeva učenja

- Koji je razlog događaja?
- Koji je cilj učenja u fokusu?
- Što smo postigli na kraju događaja?
- Što su sudionici naučili na kraju događaja?
- Je li odabrani format događaja prikladan za postizanje planiranog cilja?

Što? → određivanje teme

- Kojom ćemo se temom baviti?
- Je li tema i europski važna ili je više nacionalna tema?
- Je li tema specifična za određenu struku ili je interdisciplinarna? Je li jasna ili je višeznačna?
- Koja su pitanja u mreži EZA-e trenutno aktualna?
- Koje prethodno znanje možemo pretpostaviti? Gdje se nastavljamo na prethodno znanje?
- Koja su težišta programa? Kako bi temu trebalo strukturirati i podijeliti u korake učenja?
- Kako se tematsko obilje može smisleno smanjiti (didaktičko smanjenje)?
- Kako se tema s pomoću primjera, vježbi, stručnjaka, praktičnih slučajeva može prikazati i učiniti privlačnom?

Tko? → definiranje ciljne skupine

- Što znamo o ciljanoj skupini (prethodno iskustvo, interesi, očekivanja, osobitosti zemalja podrijetla itd.)?
- Čime su adresati trenutno zaokupljeni? Na koja aktualna pitanja ili zahtjeve traže odgovore ili mogućnosti razmjene?

- Kako ih se može zainteresirati za događaj? Kome se obraćamo i koja se težišta programa očekuju? Kako im se ciljano možemo obratiti (e-pošta, pošta, videoporuke, telefonski poziv, objava na mreži, na forumima itd.)
- Koje podatke treba ciljana skupina kako bi se prijavila?
- Koju uslugu očekuje? Koje bi potrebe za pristupačnošću mogle postojati?
- Koje su želje u vezi s hranom?
- Koje metode učenja preferira ciljana skupina i koje navike učenja ima?
- Možemo li očekivati tematske ili kadrovski uvjetovane poteškoće u učenju?
- Možemo li očekivati homogenu ili heterogenu skupinu?
- Koja je veličina skupine idealna? Morate li eventualno ograničiti broj sudionika?
- Koje su individualne prednosti ljudi ako su sudjelovali u događaju?

S čime? → odabir metodike

- Kako se polaznici mogu potaknuti da se bave temom (informirati, pobuditi znatiželju, uzdrmati ih, uspostaviti vezu s aktualnim događajima, oblikovati tezu za raspravu, skupiti njihova pitanja)?
- Kako se mogu kombinirati različiti metodološki pristupi da bi se omogućili prijenos znanja, razmjena iskustava, umrežavanje, stvaranje ideja i osiguravanje rezultata?
- Kako se može oblikovati uvod u temu: predavanje, pitanje, film, tekst itd.?
- Kako bi sudionici trebali dobiti te informacije (slušanje gledanje, istraživanje, čitanje, samostalno pronalaženje, postavljanje pitanja)?

- Koje su metode pogodne za daljnju/opsežniju obradu? Koji su materijali potrebni za to?
- Što treba skupini kako bi mogla raditi (upoznavanje, jasnoća o ciljevima učenja, povratne informacije o prethodnom učinku, moderiranje sukoba)?
- Što treba uzeti u obzir pri moderiranju događaja?

Kada i gdje? → određivanje odgovarajućeg vremena održavanja i odabir lokacije

- U koje doba godine, koji dan u tjednu, koje doba dana (vremenski okvir) je pogodno za događaj? Koja su vremena prilično nepovoljna?
- Koliko je vremena ukupno potrebno za događaj (trajanje događaja)?
- Kada počinje događaj i kada završava?
- Koliko stanki i mogućnosti razmjene treba predvidjeti?
- Koliko dugo traju pojedina predavanja ili radne jedinice?
- Na kojoj lokaciji / u kojoj se zemlji održava događaj? Mogu li polaznici lako doputovati ondje? Postoji li blizu zračna luka?
- Kako priopćiti mogućnosti dolaska?
- Postoje li primjereni prostori za učenje i alternative za rad u malim skupinama ili neformalnim razgovorima?
- Jesu li izleti, istraživanja i slično korisni?

Što nakon toga? → osigurati prijenos učenja na posao / u svakidašnjicu

- Kako se može naknadno pratiti događaj i mjeriti njegov uspjeh?
- Kako se bilježe rezultati (u pripremljenim priručnicima ili tijekom faza prisutnosti s pomoću medija kao što su flipchartovi, popisi ili završnom fotodokumentacijom)?

- Kako se određuju sljedeći koraci (učenja) (u dogovoru sa sudionicima, određuje ih organizator)?
- Kako se prati prijenos učenja (kako to čine organizator, moderator, skupina sličnih subjekata (peer group), vanjski kolege)?

(usp. Szczyrba; Wunderlich 2015., str. 3.)

Odgovori na ta pitanja čine koncept događaja koji u nastavku treba pretvoriti u atraktivan tekst najave i u provedbi događaja ispuniti životom.

3.1 NAJAVA DOGAĐAJA

Najava treba ispuniti nekoliko funkcija: informirati, pobuditi zanimanje, biti promidžba, pripremiti osobu kojoj je upućena za cilj i sadržaj događaja te potaknuti prve ideje.

Zato bi se trebala iscrpno pripremiti i u pravom trenutku objaviti ciljanim kanalima, na primjer, putem letaka, osobnog poziva, popisa za dostavu obavijesti medijima i članovima, oglašavanja u lokalnim medijima, u časopisima i stručnim časopisima, objave na društvenim medijima, slanje poštom, u biltenima, preko mrežne stranice konferencije itd.

Ne smijemo zaboraviti da se obraćamo pravim osobama. Jer „najava ne upravlja samo interese primatelja (i njihovu odluku da sudjeluju) nego i njihova očekivanja od konferencije. Oboje je važan preduvjet za aktivnu ulogu sudionika u didaktičkom procesu konferencije“.

(Müller-Naevecke; Nuissl, 2016., str. 36.). I vrijeme objave je također presudno da se na vrijeme dopre do ciljane skupine i da se datum obvezno rezervira u kalendaru.

3.2 EUROPSKE DIMENZIJE DOGAĐAJA

Događaji EZA-e obilježeni su europskom orijentacijom, što ih čini živim forumom za razmjenu o socijalnim izazovima u Europi. Time povezani uvjeti i rad s različitim adresiranim kulturnim okružjima vrlo su važni u planiranju i daljnjoj provedbi. Zbog toga se relevantnost postavljenih ciljeva učenja i odabranih tema ne treba preispitati samo na nacionalnoj razini nego ponajprije u sklopu europskih rasprava i odgovarajuće prilagoditi. Interkulturalne osobitosti i zahtjevi također se moraju saznati, na odgovarajući način predvidjeti u planu i priopćiti svima koji su uključeni.

Procesnu integraciju europskih sudionika s obzirom na sadržaj i društvene događaje potrebno je uzeti u obzir tijekom događaja tako da su uključeni na odgovarajući način. Za razumijevanje rasprava potrebni su definirani pojmovi ili objašnjenja pozadinskog znanja, koji se u nacionalnom kontekstu uglavnom odnose na društvene, političke i povijesne događaje te na europskoj razini mogu prouzročiti nesporazume.

Na događajima prijevod ima ključnu ulogu za razumijevanje i sporazumijevanje. Zato se preporučuje prevoditelje unaprijed obavijestiti o pojmovima i pozadini rasprave kako bi se tijekom događaja mogao zajamčiti nedvosmislen prijevod (usp. Müller-Naevecke; Nuisl, 2016., str. 88.). S prevoditeljima unaprijed također treba dogovoriti mogućnosti prevođenja različitih oblika rada tijekom događaja. Moguće su sljedeće varijante:

→ u plenumu

Prema mogućnosti treba biti osiguran simultani prijevod jer se inače gubi dragocjeno vrijeme. Za konsekutivni prijevod potrebno je dvostruko vrijeme.

→ u fazama radnih skupina

Simultano prevođenje u radnim skupinama obično je veliki trošak jer bi za svaku radnu skupinu trebao biti raspoloživ jedan prevoditelj za svaki jezik. Zbog toga se preporučuje da se pri stvaranju skupina sastavljaju jednojezične skupine (ili barem skupine koje mogu jezično međusobno komunicirati).

→ u stankama ili socijalnim fazama

Za to se teško mogu organizirati sustavno organizirani prijevodi. Organizatori bi trebali motivirati višejezične sudionike da u ovim fazama daju jezičnu potporu. Mogućnost za prebrođivanje tih faza i za sporazumijevanje su i internetske usluge prevođenja, s tim da nisu uvijek bez grešaka.

→ u slučaju organizacijskih pitanja

U uredu organizatora trebale bi biti zastupljene odgovarajuće jezične vještine ili organizacijske informacije na često postavljana pitanja, primjerice raspored prostorija, vremenski raspored, obračun putnih troškova itd. mogu se osigurati na svim zastupljenim jezicima jer ih prevoditelji mogu prevesti unaprijed (vidi *ibid.* str. 90.).

3.3 RIZICI DOGAĐAJA

Važno je tijekom planiranja događaja pravodobno prepoznati rizike. Što se prije uzmu u obzir u planiranju, prije se mogu predvidjeti alternative. Preporučljivo je rizike popisati u obliku analize portfelja rizika i procijeniti vjerojatnost njihove pojave i posljedice. Na osnovi toga izvode se mjere za „plan B“. Tipični rizici događaja mogu biti: štrajk zrakoplovnih kompanija, odustanak predavača, vremenski problemi tijekom događaja, catering nije dostavio hranu, tehnički problemi, prevoditelji nisu došli ili prevode nerazumljivo itd. Rana analiza rizika

pomaže da se tijekom konferencije u skladu sa situacijom i suvereno možete nositi se s novim izazovima.

4 PROVEDBA DOGAĐAJA

Provedba događaja obično obuhvaća tri faze: uvodnu fazu, radnu fazu i završetak. Sve tri faze treba gledati kao pojedinačne elemente luka napetosti. Na početku treba pobuditi znatiželju i očekivanja sudionika, u fazi rada treba poticati međusobnu razmjenu i produktivni rad, a na kraju treba povezati pojedinačne sadržaje i rezultate.

Važan zadatak u **uvodnoj fazi** događaja je stvaranje otvorenog okruženja za učenje bez straha, koje potiče suradnju. Naime, početna je faza važna za stvaranje dobre radne atmosfere, za upoznavanje s temom i načinom rada te za upoznavanje sudionika. Ta napetost između znatiželje i interesa s jedne strane te suzdržanosti i opreza s druge strane, određuje specifičnu nesigurnost početne faze (usp. Knoll, 2007., str. 113.). Također pruža prigodu za povećanje entuzijazma za učenje i motivaciju sudionika za učenje nečega novoga. Aktivirajuće predstavljanje svih sudionika u skupini može imati učinak „lomljenja leda” i opustiti atmosferu.

Didaktički i metodički impulsi odabrani u **radnoj fazi** trebaju se ponuditi sudionicima kao ponude za samostalno istraživanje teme i dati im slobodu s obzirom na način obrade. O promjeni tijekom metoda, produbljanju njihove primjene, dopunjavanju ili izostavljanju daljnjih metoda trebao bi odlučiti moderator u dogovoru sa skupinom, ovisno o situaciji i događajima tijekom procesa jer čimbenici kao što su brzi na učenja, dinamika skupine ili potrebe sudionika mogu promijeniti tijek procesa. Pritom treba razmotriti treba li fokus staviti na druge sadržaje i metode ili se treba držati planiranog pristupa. Tek se tada, ako sudionici trebaju potporu, intervenira tako da se usmjerava, komentira ili objašnjava. U osnovi, u ovoj je fazi riječ o tome da se znanje prenosi s pomoću kratkih poticaja, da se omogući razmjena iskustava i umrežavanje, da se potiče razvoj ideja i osiguraju rezultati. Sažetak rezultata učenja i povratnih informacija o procesu učenja

pomažu da se obrađene teme **na kraju** razvrstavaju i stave u određeni okvir. Faza povratnih informacija može se koristiti kako bi se ciljevi učenja koji su dogovoreni na početku usporedili sa stvarnim uspjehom u učenju. Sadržaj povratnih informacija može se odnositi na mjesto događaja, didaktiku konferencije, veličinu skupine, teme koje su se obrađivale te na odabrane metode ili pojedinačnu procjenu što je svaka osoba osobno naučila. Uz to, preporučuje se dati pregled daljnjih pitanja i tema kojima će se baviti kako bi se ojačalo međusobno umrežavanje i uspostavio prijenos učenja obrađenog sadržaja u kontekst primjene sudionika. Ključne točke sažeto su prikazane u sljedećoj tablici.

<p>Uvodna faza</p> <ul style="list-style-type: none"> * potaknuti spremnost za učenje * omogućiti upoznavanje sudionika * aktivirati prethodno znanje * dogovoriti sadržaj i ciljeve * dati smjernice 	<p>Radna faza</p> <ul style="list-style-type: none"> * novi sadržaj povezati s postojećim znanjem * potaknuti procese vježbanja * obraditi studije slučaja * ponuditi pomoć 	<p>Završetak</p> <ul style="list-style-type: none"> * skupiti rezultate učenja * dati povratne informacije * osvrt na proces učenja * provjeriti uspjeh u učenju * potaknuti na nastavak učenja * pozdraviti se i zahvaliti na suradnji
---	--	--

Što više raznolikosti program predviđa i omogućuje, to sudionici imaju više prigoda sudjelovati u oblikovanju svojega procesa učenja jer se na događajima razvijaju ili vježbaju i vještine, primjerice tako da se drže predavanja i vode ciljane rasprave s kolegama. Mogu nastati suradnje i mreže, ideje za projekte i publikacije ili društvena i profesionalna umrežavanja (vidi Müller-Naevecke; Nuissl, 2016., str. 51.). Sve te (popratne) pojave događaja ne mogu se isplanirati, ali se mogu poticati, a nastaju kada se omogući i kada se stvori odgovarajući okvir. Stanke su u ovom kontekstu korisno sredstvo i treba ih predvidjeti u

dovoljnim količinama. One nisu samo odmor nego služe za obradu obrađenih sadržaja i većinom se koriste za rasprave, umrežavanje, sastanke, promišljanje o događajima, rasprave itd.

4.1 MODERIRANJE DOGAĐAJA

Važan zadatak na događajima jest „osigurati da se čuju znanja, mišljenja i interesi sudionika, da se stave u smisleni kontekst i ciljano strukturiraju. Pritom su didaktički izazovi uključivanje i motiviranje sudionika, organiziranje sadržaja i pozicija, bilježenje međurezultata i usredotočenost na pitanja i probleme“ (Müller-Naevecke/Nuissl, 2016., str. 22.). To je ponajprije zadaća moderatora događaja. Njegova je zadaća:

- držati crvenu nit događaja
- metodički popratiti „postavku“ (setting)
- sa skupinom sklopiti sporazume o cilju i koordinirati proces
- međusobno povezati sadržaje
- upravljati vremenom
- najaviti i predstaviti predavače
- objasnite sljedeće korake
- voditi, kontrolirati i pratiti rasprave i panel-rasprave
- pripremiti pitanja i postavite ih ciljano
- vizualizirati (među)rezultate kako bi uspjesi učenja i privremeni rezultati bili vidljivi
- osigurati transparentnost u procesu
- potaknuti skupinu
- postići jasan odgovor u slučaju sukoba
- ponuditi sudionicima mogućnosti za razmjenu i razmišljanje kako bi sadržaji bili prilagodljivi i temeljili se na iskustvu
- paziti da ima dovoljno stanki (vidi Gräßner; Przybylska, 2007.).

Moderatora karakterizira sadržajna nepristranost i osobna neutralnost. On je odgovoran za postupak, tj. za oblikovanje procesa, praćenje ciljeva i povezivanje obrađenog sadržaja te za postupke i metode moderiranja koji se koriste. Moderator treba potaknuti i održavati komunikaciju, uključivati prisutne, pratiti procese rješavanja problema i odlučivanja te paziti na to da se postignu rezultati.

Zadaci moderiranja mogu se dodijeliti jednoj osobi za cijeli događaj ili podijeliti na nekoliko osoba. Svim je moderatorima zadaća otvoriti događaj, uokviriti ga i osigurati krajnje rezultate. A pojedini moderatori odgovorni su za vođenje pojedinih težišta programa, radionica ili radnih skupina.

Važna **pravila** za moderatore:

- preferirati otvorena pitanja pred zatvorenim pitanjima
- koristiti se svakidašnjim izrazima i paziti da oni budu razumljivi europskim gostima (izbjegavati stručne pojmove, moralno oblikovane formulacije i izraze)
- koristiti se „aktivnim slušanjem“: kratko sažeti što je shvaćeno i raditi na pronalaženju rješenja
- postaviti potpitanja i nastavljati se na teme koje ostaju nejasne ili nisu jasno oblikovane
- poštovati raznolikost prisutnih i aktivno se njome koristiti (raznolikost perspektiva)
- ponašanje shvatiti kao izraz odgovarajuće kulturne pozadine
- ne ispravljati ili omalovažavati doprinose, ostati neutralan, čak i ako imate svoje mišljenje; ne uspoređivati i vrednovati doprinose
- sudionicima dati dovoljno vremena da razviju svoje misli
- jasno istaknuti da je svako mišljenje važno i promicati atmosferu tolerancije

- ako postoji rizik od stvaranja negativnog raspoloženja osoba koje utječu na mišljenje, ciljano se obratiti ostalim sudionicima prije nego što se promijeni raspoloženje
- diplomatski spriječiti svadljive rasprave
- spriječite emocionalno devalvirajuće napade i istaknuti raznolikost mišljenja kao vrijedno dobro
- svim sudionicima omogućiti da iznesu svoje stajalište.

Zahtjevi moderatorima:

- pratiti tijek događaja i potrebe sudionika, uočiti atmosferu
- postupati usmjereno na proces i preuzeti odgovornost za cjelokupni proces
- promicati pozitivnu, prihvaćajuću i kreativnu atmosferu među sudionicima
- ostati neutralan; ne e suditi; oprezno se približiti osjetljivim temama
- zauzeti upitno stajalište.

U europskom kontekstu, kulturom uvjetovane razlike u ponašanju katkad mogu izazvati nesporazume. To uključuje, na primjer:

- različita razumijevanja i poglede na temu, prisutnost tijekom događaja, ovdje, npr., odnos prema stankama (pridržavanje do prekoračenja), izlazak tijekom događaja, kasni ili rani dolazak (npr. na radionice)
- otvoreni ili suzdržani međuljudski odnosi
- nametljivo ili suzdržano ponašanje (fizički kontakt)
- glasno ili tiho govorenje
- međusobno upadanje u riječ ili šutnja
- različito postupanje s povratnim informacijama
- itd. (vidi Piegat-Kaczmarczyk, 2007., str. 89.)

Profesionalnost moderatora karakterizira ponašanje „dopuštanja” i „puštanja” (vidi Arnold; Gómez Tutor, 2007., str. 92.). U samom procesu moderator događaja intervenira tako da kontrolira, pomaže, vodi, objašnjava ili komentira ako sudionici ne napreduju i trebaju pomoć.

Puštanje je potrebno kad skupina pokazuje da je sposobna za rad i da trenutačno ne želi da je se uznemirava. U tom se slučaju moderator što više treba povući i promatrati što se događa.

Hunt (1976.) govori u tom kontekstu o pedagoškoj kompetenciji „reading und flexing” (čitanja i prilagođavanja). U fazi „čitanja” treba promatrati situacije u skupini i događaju, uočiti prekomjerno i nedovoljno opterećenje, neverbalne znakove i poteškoće u učenju. U fazi „prilagođavanja” važno je na odgovarajući način reagirati na situaciju, promijeniti koncepciju ili postupak, spontano predložiti druge metode, reagirati na trenutačnu atmosferu kada su vidljivi znakovi prekomjernog ili nedovoljnog opterećenja ili nesporazumi, kada se pojave nemir ili nejasnoće otežavaju ili onemogućuju nastavak rada. U tom se slučaju koncepcija treba prilagoditi sudionicima. Tehnike i metode moderiranja pomažu u strukturiranju daljnjeg postupka. Najčešće su ukratko navedene u nastavku.

4.1.1 TEHNIKE PITANJA U MODERIRANJU

U kontekstu moderiranja postoje mnoge vrste pitanja. Ali što odlikuje dobro pitanje? Koje pitanje odgovara određenoj situaciji?

Formalno možemo razlikovati otvorena i zatvorena pitanja. Na zatvorena pitanja obično se može odgovoriti s „da” ili „ne” i ona pozivaju na zauzimanje stajališta, odnosno da se usredotoči na bit i da se donosu jasne odluke. Zatvorena se pitanja usredotočuju i traže brz i jasan odgovor. S druge strane, otvorena pitanja ostavljaju adresatima prostor za odgovor i pozivaju ih na dulje govorenje.

Funcke i Rachow (2016.) istaknuli su kategorije pitanja koja se mogu koristiti u moderiranju.

- **Pitanja koja se vraćaju na nešto prethodno**, dakle, koja se odnose na prošlost. To su ...

... pitanja za uključivanje osoba:

S kojim ste mislima i osjećajima došli ovamo?

... pitanja za zauzimanje stajališta:

Tko je od vas nezadovoljan?

... pitanja koja se odnose na osjećaje:

Kako ste vi to doživjeli?

... pitanja kojima se vraća na smjer:

Kako moramo promijeniti naše postupanje?

... pitanja koja pozivaju na razmišljanje:

Koja su vaša iskustva?

... pitanja kojima se ubrzava prijenos:

Koje razlike i sličnosti vidite između ove vježbe i prakse?

... pitanja za ocjenjivanje procesa:

Čime ste zadovoljni? Čime niste baš zadovoljni?

- **Pitanja koja sagledavaju situaciju** i osvjetljavaju „ovdje i sada”. Ona objašnjavaju stvari i pomažu u stabiliziranju sposobnosti za rad. Na primjer ...

... pitanja koja usmjeravaju pogled na druge:

Kako se osjeća vaš susjed?

... pitanja radi provjere:

Pomaže li vam to?

... pitanja radi bolje razumljivosti:

Je li vam to razumljivo?

... pitanja koja sondiraju:

Imate li još snage? Je li to zanimljivo ili relevantno?

... pitanja koja pozivaju na konkretizaciju:
... pitanja radi objašnjenja:

Što mi time želite reći?

Možete li mi pomnije objasniti?

- **Pitanja koja potiču kreativno razmišljanje** i služe za davanje poticaja, poput primjerice ...

... pitanja za razmišljanje izvan okvira:
... pitanja koja otvaraju oči:
... pitanja koja potiču kreativnost:
... pitanja koja preispituju načine razmišljanja:
... pitanja kojima se neobične ideje vraćaju u stvarnost:
... pitanja koja povezuju:

Kako je već riješen takav problem?

Što bi rekao Dalaj Lama?

Što možemo učiniti da ne uspijemo?

Koliko ste ljubazni prema vlastitim mislima?

Koja je osnovna misao te ideje?

Kakve to veze ima s XY?

- **Pitanja koja idu u dubinu** i u bezizlaznim situacijama pomažu u objašnjavanju, otkrivaju nesporazume ili pomažu u dubljem razumijevanju nečega.

Pritom je riječ o ...

... pitanjima koja prekidaju proces:
... pitanjima koja dovode do biti:
... pitanjima kojima se razjašnjava:

Što se ovdje uopće događa?

Što vam se točno ne sviđa?

Jesam li dobro shvatio da...?

... pitanjima kojima se otkrivaju interesi:
 ... pitanjima kojima se želi pogledati iza nečega:
 ... pitanja kojima se poziva na govorenje:
 ... pitanjima kojima se otkrivaju strahovi:
 ... pitanjima kojima se stvara ravnoteža:
 ... pitanjima radi provjere pripisivanja i vrednovanja:

*Što vam je točno važno u tome?
 Koja je pozitivna namjera tog ponašanja?*

U kom smislu?

Što bi bilo najlošije što se može dogoditi?

Što je loše u dobrom? Što je dobro u lošem?

Koliko dugo možete promatrati ljude a da ih ne ocjenjujete?

- **Pitanja koja su usmjerena naprijed** i vode korak dalje kada skupine ne postižu napredak ili su sudionici mentalno kruti. U tome pomažu ...

... pitanja o cilju:
 ... pitanja kojima se žele čuti druga mišljenja:
 ... pitanja koja povezuju:
 ... pitanja koja objašnjavaju daljnji proces:
 ... pitanja koja postavljaju prioritete:
 ... pitanja o učinku:
 ... pitanja koja daju poticaje za razmišljanje:

Što želite postići?

Što drugi misle?

Gdje vidite sličnosti?

Što ćemo sada učiniti s tim?

Kako dalje?

Na čemu želite nastaviti raditi?

Kako će se to odraziti na licu mjesta?

Što bi se dogodilo ako...?

... pitanja koja donose rješenje:

Što mogu / što možemo učiniti kako biste...?

- **Pitanja koja se odnose na bit** i traže konkretno stajalište. To uključuje ...

... pitanja koja utvrđuju:

Slažete li se?

... pitanja koja uključuju:

Možete li živjeti s tim?

... pitanja kojima se daje odmak:

Htio bih razmisliti o tome / moramo to ponovo pročitati, je li to u redu...?

... pitanja koja osvjetljavaju mogućnosti:

Nego?

... pitanja koja konkretiziraju:

Što točno želite promijeniti?

... pitanja koja pomažu u donošenju odluka:

Čega biste se najprije mogli odreći?

... pitanja koja razliku čine vidljivima:

Što je sada drukčije nego prije?

... pitanja koja osiguravaju rezultate:

Koje su vaše tri najvažnije spoznaje?

4.1.2 METODE MODERIRANJA

Postoje učinkovite metode moderiranja koje se mogu koristiti za prikupljanje tema, pronalaženje ideja, strukturiranje ili oblikovanje mišljenja. Ciljevi, postupak i točke na koje je potrebno usmjeriti se pri upotrebi metoda navedeni su u nastavku.

ODGOVORI NA KARTICAMA

Za što?

Za prikupljanje tema, pitanja, ideja i mogućih rješenja

Kako?

Sudionicima se postavlja pitanje i vizualizira (prema mogućnosti na svim zastupljenim jezicima) te ih se zamoli da na njih odgovore u pisanom obliku. U tu se svrhu podijele kartice za moderiranje, koje su sve iste boje i istog oblika tako da se ne razlikuju jedna od druge. (Napomena: boje i oblici imaju određeno značenje!). Pri pisanju sudionici trebaju obratiti pozornost na sljedeće: pisati flomasterima, tiskanim slovima, pisati velikim slovima i čitljivo, najviše tri retka, najviše jedna misao po kartici. Svi su sudionici uključeni. Moderator ili sudionici pričvršćuju karticu na pripremljenu ploču za pričvršćivanje. Razvrstavanje po glavnim temama može se raditi usporedno ili nakon što se pričvrste sve kartice. Na kraju skupina još jedanput provjerava grupiranje kartice i određuje odgovarajuće zajedničke pojmove za pojedinačne skupine kartica.

Obratiti pozornost?

Svi odgovori su jednako važni. Kartice se u bilo kojem trenutku mogu presložiti. Može se očekivati da će se potrošiti više vremena, posebno zbog toga što bi se kartice u europskom kontekstu trebale prevesti. Kartice su u vizualiziranoj verziji u pravilu napisane na jeziku sudionika te nisu razumljive svima. Preporučuje se da se kartice u dokumentaciji konferencije prevedu. Traženje odgovora putem kar-

tica lako može postati nepregledno kada je riječ o velikim skupinama i kada se daje mnogo odgovora. Kako bi se to izbjeglo, možete se ograničiti broj kartica po osobi.

ODGOVORI DOVIKIVANJEM

Za što?

Metoda dobivanja odgovora dovikivanjem može se koristiti kao i odgovori na karticama za prikupljanje tema, ideja, pitanja itd.

Kako?

Skupini se postavlja pitanje i vizualizira (prema mogućnosti na svim zastupljenim jezicima) te se zamoli da na njih odgovori dovikivanjem. Najbolje je raditi u parovima. Jedan moderator upravlja procesom, a drugi zapisuju odgovore. Potrebno vrijeme je malo. S pomoću asocijacija uvjetovanih nizanjem odgovora i moderatorovim razvrstavanjem nastaje „učinak brainstorminga”.

Obratiti pozornost?

Odgovori se teško mogu ponovno grupirati. Nisu anonimni. Moguće je da neće svi sudionici aktivno sudjelovali i da će imati osjećaj zastrašenosti od onih koji vode glavnu riječ. Pri vizualizaciji je, prema mogućnosti, potrebno odabrati jezik koji svi razumiju. Gdje god je moguće, mogu se koristiti i simboli ili slikovni jezik koji omogućuju univerzalnu komunikaciju.

SPREMNIK TEMA

Za što?

Spremnik tema sadržava popis identificiranih težišta skupine te čini osnovu za daljnji rad.

Kako?

Zajedno sa skupinom, moderator navodi teme koje je potrebno (dalje) obrađivati. Teme se mogu utvrditi putem kartice ili dovikivanjem te se onda obrađuju jedna za drugom ili upotrebom metode dobivanja odgovora s pomoću najviše točkica (vidi dolje).

Obratiti pozornost?

Za vizualizaciju je potrebno odabrati jezik koji razumiju svi ili prevoditelji točke trebaju pisano prevesti s pomoću projekcijske ploče i objasniti.

ODGOVOR S POMOĆU NAJVIŠE TOČKICA

Za što?

Dobivanje odgovora s pomoću najviše točkica koristi se u postupku odlučivanja. Ta je metoda prikladna je za donošenje odluka, za postavljanje prioriteta i za njihovu vizualizaciju.

Kako?

Sudionici se pozivaju da na pitanje koje je prethodno vizualizirano (prema mogućnosti na svim zastupljenim jezicima) odgovore lijepljenjem točkica. Pritom su dane različite alternative, primjerice zbirni pojmovi iz prikupljenih tema koje su navedene u spremniku tema.

Pravilo

Broj točaka za lijepljenje (TL) po sudioniku (SD) ovisi o temi i veličini skupine.

	5 SD	10 SD	15 SD	20 SD
5 tema	3 TL	2 TL	1 TL	1 TL
10 tema	6 TL	4 TL	3 TL	2 TL
15 tema	8 TL	5 TL	4 TL	3 TL
20 tema	10 TL	6 TL	5 TL	4 TL

Obratiti pozornost?

Potrebno je obratiti pozornost na to da je pitanje precizno i da ima dovoljno točkica za lijepljenje. Zatim se prebrojava broj točkica po svakoj stavci i rezultat zapisuje na ploču za moderiranje ili flipchart tako da je vidljiv svima.

PLOČA S DVA POLJA

Za što?

Ova je metoda posebno pogodna za obradu neke teme u malim skupinama, a služi rasvjetljavanju teme s dviju strana, prepoznavanju mogućih sukoba ili razvoju prvih mogućih rješenja.

Kako?

Skupini se postavlja pitanje vezano za određenu temu (prema mogućnosti na svim zastupljenim jezicima) te se identificiraju dva polja (aspekti), npr. prednosti i nedostaci; prošlost i budućnost itd. Važno je da sudionici mogu zauzeti stajalište o konkretnim poljima (aspektima). Na pitanja iz odgovarajućeg polja odgovaraju dovikivanjem. Dobro je da su za moderiranje zadužene dvije osobe (vidi i Odgovori dovikivanjem).

Obratiti pozornost?

Metoda „ploče s dva polja” jednostavna je za uporabu. Zadaje jasnu strukturu i omogućuje brzu obradu

teme/problema, a samim tim i osmišljavanje trenutnih mjera. Razmatranje se sužava na prethodno odabrane točke. Shema je vrlo pogodna za rad u malim skupinama ako se istodobno u kratkom roku trebaju razviti prve ideje o nekoj temi koje bi se onda trebale dalje obrađivati u plenumu. I kad je riječ o ovoj metodi ne smije se zaboraviti prijevod (pisano ili usmeno).

BRAINSTORMING

Za što?

Brainstorming je vjerojatno najpoznatija metoda za dobivanje ideja i korisna je za identificiranje mnogih ideja/mišljenja ili teme u kratkom roku.

Kako?

Prvo se sudionici trebaju upoznati s osnovnim pravilima brainstorminga:

- bez kritiziranja vlastitih i tuđih ideja
- izričito se potiče slobodno iznošenje misli, uključujući i neuobičajenih ideja
- nastavljanje na ideje drugih je dopušteno
- količina ima prednost pred kvalitetom: treba proizvesti što više ideja!

Pitanje se vizualizira (prema mogućnosti na svim zastupljenim jezicima), a sudionici se mole da dokuju odgovore. Zapisuju se svi odgovori. Prikupljanje ideja obično bi trebalo trajati najmanje deset, a najviše dvadeset minuta. Nakon toga slijedi vrednovanje, tj. slaganje i ocjenjivanje ideja.

Obratiti pozornost?

Neiskusnim je grupama teško odustati od trenutnog vrednovanja misli. Prilikom brainstorminga, važno je osigurati da se odgovarajuće ideje prevedu i vizualiziraju na svim zastupljenim jezicima.

AKCIJSKI PLAN

Za što?

Akcijski plan treba osigurati da sklopljeni sporazumi ne ostanu bez rezultata nego da se dogovore konkretni projekti i da se njihova provedba poveže s konkretnim mjerama i izvršiteljima.

Kako?

Skupini se najprije predstavlja tablica (matricom) s, primjerice, sljedećim stupcima:

- **Redni broj aktivnosti** (bez postavljanja prioriteta, samo organizacijsko uređivanje)
- **Što?** (definicija mjere)
- **Zašto?** cilj mjere)
- **Tko?** (odgovorna osoba)
- **Kada?** (ciljani datum ili razdoblje)
- **Provjera?** (vrsta i vrijeme povratnih informacija kako se mjere ne bi „zagubile“)

Pojedinačna polja treba uskladiti, a rezultate vizualizirati.

Obratiti pozornost?

Moderator pazi na to da se dogovorene mjere oblikuju što konkretnije i da ih skupina može i provesti. I ovdje treba paziti na to da te mjere budu razumljive na svim zastupljenim jezicima.

BLJESAK

Za što?

Metoda „bljeska” omogućuje dobivanje slika raspoloženja u skupini bez mnogo pripreme. Omogućuje nazočnima da daju povratne informacije ili izraze želje za daljnji tijek. Bljesak može pridonijeti konstruktivnoj radnoj atmosferi i omogućiti vrijedne korekcije u daljnjem tijeku događaja. Metoda „bljeska” može se koristiti brzo i fleksibilno, pogotovo kad se čini da je kratka „međuprovjera” korisna.

Kako?

Metoda bljeska se obično provodi bez vizualizacije. Od sudionika se traži da kažu nešto o tome:

- kako se trenutačno osjećaju
- koliko su zadovoljni rezultatom
- kako doživljavaju suradnju u skupini.

Svatko treba kratko iznijeti svoje mišljenje (ne dulje od jedne minute po osobi). Ova se metoda obično provodi u smjeru kazaljke na satu ili obrnuto, počevši od prve osobe koja daje povratnu informaciju.

Obratiti pozornost?

Potrebno je oblikovati precizno pitanje koje omogućuje davanje smislenih izjava. Ako netko ne želi dati odgovor, može to reći. Komentare ili rasprave treba spriječiti moderiranjem. Pojedinačne izjave ne bi trebalo opravdavati. U obzir treba uzeti vrijeme potrebno za prijevod.

SPREMNIK PITANJA

Za što?

U spremniku pitanja skupljaju se pitanja na koja se trenutačno (još) ne može odgovoriti, ali koja ne treba zaboraviti.

Kako?

Utvrđuje se na koja je pitanja potrebno do kada odgovoriti. Pitanja na flipchart zapisuje moderator ili sami sudionici. Ova je ponuda prikladna i za prikupljanje pitanja koja se pojave u stankama. Cilj bi trebao biti da se ne zaboravi nijedno pitanje i da se dosljedno obrade sva pitanja ili odgovori na njih.

Obratiti pozornost?

Nakon stanki, moderator bi trebao uvijek pitati jesu li se pojavila pitanja koja treba zapisati. U idealnom bi slučaju pitanja trebala biti zapisana na svim zastupljenim reprezentativnim jezicima ili na jeziku koji svi razumiju.

4.2 METODE PRIMJENJIVE ZA INTERAKTIVNE DOGAĐAJE

Ciljano odabrane metode su pokretač događaja. Rezultat je da sudionici aktivno sudjeluju u događaju, da mogu pridonijeti svojim znanjem i iskustvom te omogućuju iskustvo kompetencija. Primjena metoda aktiviranja i različitih medija potiču različite funkcije u mozgu jer:

- osvještavaju sadržaj u mozgu, prethodna znanja i iskustva
- pokreću osjećaje koji potiču učenje
- potiču stjecanje novih znanja i osjetilnu percepciju
- potiču komunikativno sporazumijevanje i
- pokreću, uz odgovarajuću aktivaciju, cijelo tijelo.

Odrasli najodrživije uče ako se mogu nastaviti na postojeća znanja/iskustva, ako mogu isprobati nove stvari, razmjenjivati ideje s drugima i imati prigodu suodlučivati. Monotonija je naporna i štetna za učenje. To, među ostalim, uključuje predavanja koja slijede jedno za drugim, a koja ne dopuštaju pitanja niti omogućuju međusobnu razmjenu. Samo se aktiviranjem sudionika mogu pokrenuti složeniji procesi razmišljanja, a isprobavanjem kognitivno ili praktično djelovanje te zajedničko stvaranje nečega novoga.

Međutim, ne bi se trebale koristiti metode poput vatrometa metoda, nego se u procesu učenja trebaju koristiti ograničeno i usmjereno na sudionike. Metode aktiviranja nisu same sebi svrha i uvijek bi trebale odgovarati ciljevima učenja, temama i ciljnim skupinama. Zbog toga se preporučuje uvijek pronaći pravi tempo i odgovarajuću dozu (ponašati se poput DJ-a na mikseti) kako bi moglo nastati živahno i konstruktivno radno ozračje. Dakle, važno je prije odabira metode odgovoriti na pitanja za što će se metoda koristiti i uz koje ciljeve učenja odgovara. U suprotnom, može se dogoditi da sudionici neće razumjeti značenje nekog dijela.

Bavljenjem živahnim i održivim učenjem, Rolf Arnold je pod akronimom S.P.A.S.S. razvio kriterije pojedinih metoda. S.P.A.S.S. stoji za samostalno upravljano, produktivno, aktivirajuće, situacijsko i socijalno. Ukratko, riječ je o tome da metode:

- trebaju poduprijeti samostalno upravljano učenje
- trebaju biti produktivne i omogućiti da se nešto otkrijete
- trebaju biti aktivirajuće tako da polaznici sami razvijaju, planiraju i provode rješenja
- trebaju biti situacijske i odnositi na skupinu koja uči
- su socijalne te dopuštaju izražavanje poštovanja i konstruktivne kritike te omogućuju uočavanje osjećaja.

Sljedeća tablica opširno objašnjava kriterije metoda.

Kriteriji metoda S.P.A.S.S.

SAMOSTALNO UPRAVLJANO

- polaznici imaju mogućnost sami odrediti znanje i načine učenja
- polaznici sami provjeravaju svoje rezultate učenja
- polaznici sudjeluju u oblikovanju ciljeva, procesa i uvjeta učenja
- polaznici imaju potporu u preuzimanju odgovornosti za svoje učenje
- predavači su odgovorni za proces: stvaraju uvjete za uspješno samostalno učenje polaznika

PRODUKTIVNO

- integriraju se prethodno iskustvo i znanje polaznika
- polaznicima se daje prostor za znatiželju i otkrivanje
- polaznici zauzimaju različite perspektive
- polaznici imaju mogućnost propitivati vlastita gledišta

AKTIVIRAJUĆE

- polaznici rade na konkretnim radnim zadacima
- polaznici mogu sami planirati, provoditi i provjeriti moguća rješenja
- polaznici sami razvijaju inicijative
- polaznicima se omogućuje da rade usmjereno na praksu i iskustvo

<p>SITUACIJSKO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • polaznici se koriste situacijom i razmišljaju o situaciji ovdje i sada • metoda vodi računa o situaciju u skupini za učenje; prilagođena je situaciji polaznika i skupine za učenje • polaznici razvijaju rješenja na temelju praktičnih primjera • polaznici prenose ogledna rješenja u svoju praksu • polaznicima se pružaju preporuke za prijenos u praksu
<p>SOCIJALNO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • polaznici doživljavaju poštovanje • polaznicima se daje vrijeme i prostor za njihova pitanja i povratne informacije • polaznici percipiraju osjećaje • polaznici vježbaju konstruktivne oblike komunikacije • polaznike se potiče da zajedno rade na razvoju rješenja

Izvor: Arnold, 2012., str. 79.

Sljedeća zbirka metoda može se koristiti za planiranje prvih ideja za aktivirajuće elemente tijekom događaja. Prikladne su za europske skupine i prikazane su prema sljedećim fazama:

- metode za upoznavanje
- radne metode
 - ... s težištem na razvijanju novih sadržaja / nastavljanju na postojeće

- ... s težištem na razmjena iskustava
- ... s težištem na usklađivanju mišljenja/stajališta
- ... s težištem na razvoju slika budućnosti
- metode davanja povratnih informacija
 - ... u međuvremenu
 - ... za kraj događaja.

Sljedeća objašnjenja također trebaju pružiti prijedloge za nastavak pretraživanja literature ili interneta. Razmjena s drugim organizatorima pomaže i u pronalaženju učinkovitih metoda.

Pri moderiranju je važno da se polaznicima za svaku metodu kojom se koriste navede trajanje i ciljano vrijeme („Sada imate 30 minuta. Vidimo se ponovno u 11:15.”) te da se da jasan uvod u način na koji metoda funkcionira i gdje se može dobiti pomoć. Prije nego što skupina počne s radom, poželjno je provjeriti je li sve shvaćeno. Važno je nakon dogovorenog vremena skupinu pozvati natrag u plenum i strogo se držati vremena. U tome mogu pomoći gong ili zvono.

4.2.1 METODE ZA UPOZNAVANJE

KRUG S KLJUČNIM RIJEČIMA (HASHTAGOVIMA)

Postupak

Od sudionika se traži da se predstave svojim imenom i prezimenom i trima ključnim riječima (hashtagom). Težište je na svojstvima koja ih posebno izdvajaju ili temama kojima se trenutno bave. Na primjer: „Zovem se Marija i moje tri ključne riječi su #digitalni rad, #kreativnost i #fotografija.”

Veličina skupine	Od 8 do najviše 150 osoba.
Trajanje	Ovisno o veličini skupine, najviše 30 sekunda po osobi.
Pot. mater. / resurse	Za velike skupine preporučuje se mikrofoni kako bi svi čuli osobu koja se predstavlja.
Priprema	Nisu potrebne posebne pripreme. Preporučuje se napisati primjer (na flipchartu ili putem PowerPointa) i pustitiiskusnu osobu da počne.
Obratiti pozornost	Kako bi to bilo stvarno kratko, svaka osoba može govoriti najviše 30 sekunda. Ako se prekorači to vrijeme, na to se mora upozoriti. Budući da je kratka i precizna, prevoditelju tu fazu obično mogu prevesti brzo.
Učinak	Metoda je vrlo popularna jer se svatko predstavi vrlo kratko. Ipak, svi saznaju s kim bi mogli imati nešto zajedničko. A tko želi, u sljedećoj se prilici može obratiti drugom polazniku/ drugim polaznicima i stupiti s njim/njima u kontakt. Uz to, takve kratke informacije možemo lako zapamtiti i imamo dobar pregled o tome tko je zajedno s nama u prostoriji. Na početku događaja, ova metoda pomaže u razbijanju napetosti za sljedeće faze skupnog rada ili umrežavanja. Metoda se obično koristi na početku BarCampsova, ali je pogodna i za druge vrste događaja.

SOCIOMETRIJSKO POZICIONIRANJE (ILI: GLASANJE STOPALIMA)

Postupak

U sociometrijskom pozicioniranju unaprijed se utvrđuju određeni kriteriji prema kojima se polaznici trebaju pozicionirati u prostoru. Ovisno o pitanju, to može biti linearno (npr. abecedno prema imenu), u skupinama (npr. da/ne pitanja) ili raspoređeno po cijeloj prostoriji (npr. pitanja o podrijetlu). Kako bi se pozicionirali na odgovarajući način, polaznici moraju međusobno komunicirati (napomena: komunikacija je u slučaju jednostavnih pitanja obično moguća bez prevođenja).

Veličina skupine

Od 8 do najviše 80 osoba.

Trajanje

Od 15 do 30 minuta.

Pot. mater. / resurse

Važno je da ima dovoljno prostora kako bi se sudionici mogli kretati i da je pozicioniranje jasno vidljivo.

Priprema

Pri određivanju zadatka moderatori mogu biti kreativni. Često se koristi postavljanje po abecednom redu imena, dobi polaznika ili podrijetlu prema smjerovima svijeta. Međutim, metoda također omogućuje da se polaznici polako približe temama događaja i pozicioniraju, npr., na pitanje „Digitalizacija našeg rada sa sobom nosi mnoge prilike: da/ne.” Odgovarajući polovi „da/ne“ ili smjerovi „sjever/ istok/jug/zapad“

**Obratiti
pozornost**

moraju se pripremiti s karticama za moderiranje na svim zastupljenim jezicima i vizualno rasporediti u prostoriji pri zadavanju zadatka.

Učinak

Kako bi metoda funkcionirala i sudionici ostali aktivni, ne smije se postaviti više od tri do četiri pitanja. Između pojedinih postavljanja, moderatori mogu pitati polaznike o njihovu pozicioniranju.

Zahvaljujući pozicioniranju u prostoru dobiva se slika o skupini, npr. s pomoću smjerova svijeta odakle dolaze polaznici ili dobne linije, koliko su ljudi stari, ili po polovima, kakvo je mišljenje o nekoj temi (za/protiv). Tako dobivenu sliku svi mogu dobro zapamtiti i nje se u bilo kojem trenutku u daljnjem tijeku događaja mogu prisjetiti. Metoda ponajprije omogućuje opušteno upoznavanje, a također razbija napetost za sljedeće faze skupnog rada ili umrežavanja.

4.2.2 RADNE METODE**... S TEŽIŠTEM NA RAZVIJANJU NOVIH SADRŽAJA / NASTAVLJANJU NA POSTOJEĆE****ONE MINUTE PAPER****Postupak**

Na početku događaja, polaznici dobivaju zadatak da unutar jedne minute zapišu što se mora dogoditi tijekom događaja da bi on bio uspješan,

npr.: Za koja bih pitanja danas i sutra želio dobiti objašnjenja? U kojem je slučaju EZA-im seminar za mene bio uspješan?

Polaznici primjedbe pišu na papire formata A4 ili na kartice. Za daljnji tijek postoji nekoliko mogućnosti:

- 1) polaznici pričvršćuju svoje rezultate na pin-ploču kako bi ih svi mogli vidjeti
- 2) ako je u skupina najviše 20 polaznika, očekivanja mogu kratko iznijeti usmeno
- 3) polaznici se pozivaju da se sami moraju pobrinuti za ispunjavanje svojih očekivanja i da u skladu s time moraju pridonijeti događaju.

Veličina skupine

Prema želji.

Trajanje

Od 5 do 10 minuta.

**Pot. mater. /
resurse**

Papir veličine A4 ili kartice.

Priprema

Pripremite pitanje na koje se mogu dati smisleni odgovori.

**Obratiti
pozornost**

Ako neki polaznici ništa ne napišu, treba istaknuti da je vježba presudna za daljnji tijek događaja.

Učinak

Pitanjem se polaznici pozivaju da aktivno sudjeluju u oblikovanju svojega procesa učenja i

unesu svoja očekivanja i želje. Usredotočeni su na ono što im je važno i aktivno mogu pridonijeti uspjehu događaja.

METODA OKRETANJA NAGLAVAČKE

Postupak

U prvom se koraku provodi paradoksalni brainstorming o određenoj temi s kojom polaznici imaju dodirnih točaka iz vlastitoga radnog ili iskustvenog konteksta. 1. korak: Situacija se, da tako kažemo, okreće naglavačke. Na primjer, na pitanje „Najlošiji događaj karakterizira XY?“. U drugom koraku skupina preokreće prikupljene argumente i strukturira ih.

Veličina skupine

Od 8 do 40 osoba.

Trajanje

Od 30 minuta do najviše jedan sat.

Pot. mater. / resurse

Moderatorski materijal, flomasteri, pin-ploča kako bi se evidentirali rezultati 1. i 2. koraka.

Priprema

Treba oblikovati odgovarajuće „pitanje za okretanje naglavačke“ koje odgovara temi događaja. Treba pripremiti potrebni materijal i odrediti moderatora koji će vizualizirati rezultate i paziti na udjel sudjelovanja polaznika.

Obratiti pozornost

U 2. koraku treba paziti na to da se promijeni perspektiva i da se polaznici ne vraćaju stalno na 1. korak. Zbog dinamike koja tako nastane, potrebno je misliti i na prijevod.

Učinak

Metoda okretanja naglavačke prikladna je za osvjetljavanje teme iz drukčije perspektive kako bi se iskustva i mišljenja drugih učinila vidljivima. Kreativnim bavljenjem problemom i zatim njegovim preokretanjem, razvija se snaga da ne dođe do točaka prikupljenih u 1. koraku.

... S TEŽIŠTEM NA RAZMJENI ISKUSTAVA

STUDIJA SLUČAJA/ TEHNIKA SCENARIJA

Postupak

Obrađuju se praktične situacije i odnosi u postupku odlučivanja na temelju realnih slučajeva ili scenarija. Riječ je ponajprije o prepoznavanju interakcija i važnosti čimbenika koji djeluju u studiji slučaja ili scenariju i razvoju prijedloga za rješenje problema u sličnim situacijama.

Veličina skupine

Od 20 do 30 osoba.

Trajanje

Od 2 do 3 sata.

Pot. mater. / resurse

Treba pripremiti jedan ili više slučajeva/scenarija koji odgovaraju temi događaja i uručiti ih polaznicima. Potrebni materijal mora biti pripremljen te je potrebno odrediti moderatora koji vizualizira rezultate.

Priprema

Slučaj/scenarij mora biti jasno opisan sa svim čimbenicima i to tako da je što razumljiviji.

Obratiti pozornost

U sklopu pripreme slučaj/scenarij treba anonimizirati kako bi se zajamčila zaštita podataka i izbjeglo javno objavljivanje osoba ili tvrtki. Nakon uručivanja slučaja/scenarija i prvog pregleda, u plenumu bi trebalo objasniti eventualna pitanja. Osobe za kontakt trebale bi i tijekom faze rada biti dostupne kako bi odgovorile na pitanja. Pri sastavljanju skupine mora se osigurati da polaznici mogu komunicirati jedni s drugima i da su prevoditelji dostupni.

Učinak

Budući da je riječ o problematičnom pristupu s visokom razinom povezanosti s praksom, uspjeh u učenju i prijenos naučenog na vlastiti kontekst je veliki.

KOLEGIJALNO SAVJETOVANJE

Postupak

Kolegijalno savjetovanje je jednostavan način savjetovanja. Obično osobe iste struke zajednički traže rješenje za konkretan problem ili konkretno pitanje. Osoba koja traži savjet opisuje ostalim polaznicima situaciju i oni je savjetuju. Važno je držati se redoslijeda kolegijalnog savjetovanja i odrediti moderatora koji će paziti na to da se ne dogodi odstupanje od redoslijeda te najavljivati sljedeće korake.

Osam koraka kolegijalnog savjetovanja:

1. Podjela uloge: osoba koja traži savjet, moderator/moderatori, savjetnik/savjetnici
2. Osoba koja traži savjet opisuje slučaj
3. Potpitanja i uklanjanje nejasnoća (savjetnik/savjetnici i osoba koja traži savjet)
4. Prikupljanje asocijacija, osjećaja, maštarija, uživljavanje savjetnika u položaj ljudi koji su time pogođeni
5. Prikupite prijedloge rješenja savjetnika/savjetnica
6. Povratne informacije o predloženim rješenjima i procjena izvedivosti te planiranje sljedećih koraka osobe koja traži savjet
7. Utvrđivanje mogućnosti prijenosa predloženih rješenja za savjetnike u sličnim slučajevima
8. Retrospektiva: Kako smo radili? Kako su funkcionirali pojedini koraci? Na što treba paziti u budućnosti?

U 4. i 5. koraku se osoba koja traži savjet povlači i samo sluša. Više se ne odgovara na pitanja koja se pojavljuju.

Zadaća je moderatora osigurati da se u svakom koraku razgovara samo o predviđenim točkama te završava taj korak i najavljuje sljedeći.

Veličina skupine

Najviše 20 osoba, s tim da bi idealno bilo od 5 do 15 osoba. Ne moraju svi sudionici biti osoba koja traži savjet, savjetnik/savjetnici ili moderato-

ri. Moguće je odrediti osobu koja traži savjet i moderatora te odabrati samo ograničeni broj savjetnika. Ostali sudionici mogu promatrati što se događa i dati povratne informacije.

Trajanje:

Od 30 do 45 minuta.

**Pot. mater. /
resurse**

Flipchart ili skripta u kojoj su navedeni pojedinačni koraci prevedeni na odgovarajuće jezike. Prethodno treba ispitati i prikupiti slučajeve za kolegijalno savjetovanje u plenumu. Zajedno se identificiraju i odabiru prikladni slučajevi.

Priprema

Potrebno je usmjeriti se na to da se polaznici bave samo zadacima koji su predviđeni u određenom koraku, npr. da se počnu prebrzo pronalaziti rješenja ili da u naprednoj fazi žele ponovno razjasniti neka pitanja.

**Obratiti
pozornost**

Uz to, potrebno je voditi računa da govore samo oni koji su predviđeni u tom koraku. Skupine koje nisu navedene moraju se u skladu s time suzdržavati. U 7. koraku treba paziti na to da se osoba koja traži savjet ne nagovori za neka predložena rješenja. Odluku o tome što će se provesti donosi osoba koja traži savjet. To treba uzeti u obzir pri moderiranju. Važno je da se u europskom kontekstu obrati pozornost na prevođenje te da se tome prilagodi vrijeme. Na početku je potrebno istaknuti da se slučaj treba biti povjerljiv i skupina to treba potvrditi.

Učinak

Budući da je riječ o jednostavnoj ponudi savjetovanja te se osoba koja traži savjet može povući u 4. i 5. koraku, u samoorganiziranom i zaštićenom području ozbiljno se razmatra određeni slučaj, a predložena rješenja se nakon toga preispituju te ih osoba koja traži savjet nakon toga može provesti. Strukturirana rasprava služi osvjetljavanju slučaja iz različitih perspektiva. Osoba koja traži savjet dobiva potvrdu, upoznaje nove ili drukčije perspektive, može preispitati moguća rješenja koja je donijela sama i razmjenom sa svim sudionicima doći do novih ideja. Neke osobe koje traže savjet zahvaljujući kolegijalnom savjetovanju više nisu nesigurne i doživljavaju sigurnost te dobivaju samopouzdanje.

RASPRAVA ZA I PROTIV

Postupak

Skupina se dijeli u dvije podskupine iste veličine. Jedna podskupina zastupa argumente „za”, a druga skupina argumente „protiv”. Tijekom rasprave važno je da se uvijek nastavlja na argumente prethodnih govornika te da se o njima zauzme stajalište. Na kraju se najvažniji argumenti sažimaju i vizualiziraju na flipchartu tako da su vidljivi svima.

Veličina skupine

Od 6 do 40 osoba.

Trajanje

45 minuta rasprave, 30 minuta sažimanje argumenata.

**Pot. mater. /
resurse**

Stolovi/stolice trebaju se postaviti tako da se govornici dobro vide. U idealnom slučaju, suprotstavljeni govornici sjede jedni nasuprot drugima. Prema potrebi treba osigurati moderacijski materijal kako bi se mogli zapisati argumenti.

Priprema

Skupine se moraju podijeliti na odgovarajući način, a tema za raspravu mora se unaprijed odrediti.

**Obratiti
pozornost**

Pozornost se tijekom rasprave mora posvetiti pravičnosti i odgovarajućim komunikacijskim pravilima. U tom se procesu ne smije zaboraviti prevođenje, potrebno je predvidjeti vrijeme za to i, ako je potrebno, prilagoditi dinamiku rasprave.

Učinak

Rasprava za i protiv omogućuje da se vide različita stajališta. Također, poziva na kritičko razmišljanje i pomaže u vježbanju objektivnog raspravljanja.

THINK-PAIR-SHARE (ILI: METODA SNJEŽNE GRUDE)**Postupak**

Polaznici u pojedinačnom radu zapisuju svoje odgovore i ideje za dano pitanje (1. korak: Razmišljanje (Think)). Nakon otprilike 5 minuta razmjenjuju ideje s drugom osobom (ili izravno u skupini od četiri osobe) i objašnjavaju koje su točke važne, koje se mogu dopuniti ili brisati (2. korak 2: par (Pair), oko 5 do 10 minuta). A u posljednjem koraku rezultati skupine predstavljaju

	<p>ju se u plenumu (3. korak: Dijeljenje (Share)). Za velike je skupine preporučljivo da se ogleđno predstave samo rezultati nekih skupina.</p>
Veličina skupine	Od 6 do otprilike 80 osoba.
Trajanje	Od 20 do 40 minuta.
Pot. mater. / resurse	Papir i olovke za polaznike. Ovisno o načinu prezentacije i flipchart ili moderatorske kartice.
Priprema:	Treba oblikovati pitanje koje je prikladno za događaj, na koje se polaznici mogu nastaviti svojim iskustvima, npr. „Inkluzivni rad omogućujemo kod nas putem ...“ .
Obratiti pozornost	Treba odabrati pitanje koje je, prema mogućnosti, važno svim polaznicima. Međutim, ako polaznici unatoč tomu imaju poteškoća, poželjno je navesti daljnja pitanja ili primjere. Također, treba paziti da se drže pojedinačnog rada i da ne počnu izravno raditi u parovima. Pri radu u parovima potrebno je paziti na to da se parovi sastavljaju tako da mogu međusobno komunicirati, prema potrebi i s pomoću prevoditelja. I faza dijeljenja bi se također trebala prevoditi.
Učinak	Metoda Think-Pair-Share omogućuje razmjenu polaznika, promišljanje o vlastitom iskustvu ili gledištu i upoznavanje sa stajalištima/idejama cijele skupine.

FISH-BOWL

Postupak

Metoda Fish-Bowl pogodna je za raspravljanje o činjenicama. Skupina od oko 4 do 5 sudionika razgovara o temi ili pitanju u unutarnjem krugu (u tzv. zdjeli za zlatnu ribicu), a ostali polaznici promatraju raspravu iz vanjskog kruga. Pritom jedna stolica ostaje prazna. Ta je prazna stolica rezervirana za polaznike iz vanjskog kruga. Svatko u bilo kojem trenutku može ući u krug, sjesti na stolicu i uključiti se u raspravu. Može se iznijeti osobno stajalište ili se može postaviti pitanje. Osoba napušta krug kad je sve rečeno ili neka druga osoba želi zauzeti to mjesto i uključiti se.

Veličina skupine

Prema želji.

Trajanje

Otpriblike jedan sat.

Pot. mater. / resurse

Krug s 5 do 6 stolica. Prostor treba postaviti tako da sudionici plenuma mogu čuti i vidjeti ljude iz unutarnjeg kruga.

Priprema

Prostor se mora u skladu s time pripremiti (pri korištenju opremom za prevođenje voditi računa i o tome) te se unaprijed mora odrediti tema ili pitanje o čemu će se raspravljati.

Obratiti pozornost

Govoriti se smije samo u unutarnjem krugu. Moderator treba intervenirati ako se skrene s

teme. U slučaju osoba koje puno govore ili koje skreću s teme treba dogovoriti znak za vraćanje na temu/pitanje. Alternativno, može se odrediti najdulje vrijeme govorenja. Osobe iz unutarnjeg kruga treba upozoriti na to da ne govore prebrzo i da, ako je potrebno, pričekaju završetak prijevoda prije nego što iznesu nove argumente.

Učinak

Za razliku od predavanja ili panel-rasprava, sudionici plenuma u svakom trenutku sami mogu odlučiti kada žele sudjelovati u raspravi. Metoda Fish-Bowl je samokontrolirani proces koji se usavrši nakon nekog vremena. Nakon što prva osoba iz vanjskog kruga zauzme mjesto na stolici, obično sve ide lakše jer ljudi postaju hrabriji postavljati pitanja ili u raspravu uvrstiti druga stajališta.

MRMLJAJUĆA SKUPINA

Postupak

Od polaznika se traži da nakon uvodnog predavanja, filma ili teksta o određenom pitanju ili temi to rasprave sa susjedima, a rasprava smije trajati od 1 do 5 minuta. U sobi se može čuti mrmljanje, kao u roju pčela, otuda i naziv mrmljajuća skupina.

Veličina skupine

Prema želji.

Trajanje

Od 1 do 5 minuta.

Pot. mater. / resurse	Nije potreban dodatni materijal. Nakon isteka vremena, koristan je zvučni signal (gong ili zvono) kako bi mrmljanje prestalo.
Priprema	Mrmljajuće skupine korisne su na događajima kada nastane dojam da se velika skupina sudionika ne usudi iznijeti stajalište ili ne može postaviti pitanja (npr. nakon dugog predavanja). Može se koristiti i kada popusti pozornost polaznika.
Obratiti pozornost	Ako skupina na početku ima poteškoća s uporabom ove metode, preporučuje je malo produljiti vrijeme trajanja. Važno je osigurati da svi polaznici pronađu sugovornike i da s njima mogu komunicirati. Alternativno, mogu se osnovati mrmljajuće skupine polaznika istog jezika. U mrmljajućim skupinama su najviše tri osobe.
Učinak	Mrmljajuće skupine pomažu u organiziranju onoga što se čulo, nastavljanju na iskustva polaznika i u generiranju daljnjih ideja. Pogodne su za opuštanje tijekom duljih faza dobivanja informacija i za poticanje razgovora među polaznicima.

ŠETNJA UZ RAZGOVOR (DIALOGUE WALK)

Postupak	Polaznici se pozivaju na šetnje tijekom stanki ili događaja, u parovima ili sami, s radnim zadacima ili bez njih (pitanja o prijenosu naučenog, o razmišljanjima ili sadržaju).
-----------------	---

Veličina skupine	Od 20 do 30 osoba.
Trajanje	Najviše jedan sat.
Pot. mater. / resurse	Nije potreban materijal. U idealnom je slučaju mjesto događaja u zelenilu ili u području s malo prometa tako da je moguća šetnja u neometanom okružju.
Priprema	Za šetnju se, ako sudionici nisu sami pronašli pitanje, mora oblikovati pitanje koje ih poziva na zajedničko razmišljanje.
Obratiti pozornost	U idealnom slučaju, spojiti će se parovi koji jezično mogu komunicirati međusobno. Polaznici su pri najavi metode obično suzdržani. Međutim, to se vrlo brzo mijenja nakon odlaska u šetnju. Preporučuje se nakon šetnje pitati kakva su bila iskustva i spoznaje.
Učinak	Prostorno kretanje, tj. namjerna promjena mjesta ima oslobađajući i kreativan učinak. Ciljano pitanje usmjerava razmjenu mišljenja u sklopu razgovora tijekom šetnji.

... S TEŽIŠTEM NA USKLAĐIVANJU MIŠLJENJA/STAJALIŠTA

SUSTAVI GLASOVANJA

Postupak

Sustavi za glasovanje (koji se nazivaju i sustavi odgovora publike, mrežnim sustavima za glasova-

nje ili sustavima za povratne informacije uživo) omogućuju anonimno glasovanje na pitanje s unaprijed definiranim mogućim odgovorima. Tehnički je to moguće s pomoću pametnih telefona, tableta ili prijenosnih računala. Podaci koji se prenose u stvarnom vremenu prosljeđuju se u središnji evidencijski sustav, a rezultat se dinamički prikazuje u digitalnoj prezentaciji. S pomoću projektora ti se rezultati izravno mogu predstaviti svim polaznicima. Postoji niz sustava koji imaju prednosti i nedostatke (npr. ARSnova, Directpoll, PINGO, eduVOTE, tweedback). Mogu se postaviti pitanja za dobivanje povratnih informacija, o pozicioniranju, znanju, procjeni ili za glasovanje.

Veličina skupine

Prema želji.

Trajanje

5 minuta za jedno pitanje.

Pot. mater. / resurse

Uređaji, softver i uvjeti uporabe moraju se unaprijed organizirati, testirati i pripremiti. Za višejezične događaje pitanja treba i prevesti.

Priprema

Pitanja i mogući odgovori moraju se definirati unaprijed, treba prepoznati prikladne trenutke za postavljanje pitanja i razmisliti kako će se dalje raditi s odgovorima. Korisne upute o „Postavljanju pitanja za klikanje” možete pronaći na: <http://www.cwsei.ubc.ca/resources/clickers.htm>.

Obratiti pozornost

Idealno bi bilo kada bi se polaznicima odgovarajuće veze ili aplikacije najavile već na početku događaja ili u pozivnici kako tehničke prepreke ne bi ometale tijekom te kako bi se aplikacije mogle instalirati unaprijed. Moraju se dogovoriti jasna pravila kako bi se izbjeglo da tehnologija polaznike ne ometa previše.

Učinak

U velikim skupinama ova tehnologija omogućuje da se mnogi polaznici izjasne anonimno. Ovaj učinak ne treba podcjenjivati jer, ovisno o temi ili pitanju, iznošenje mišljenja u velikoj skupini može biti velika prepreka. Istodobno, sudionici mogu odrediti svoj položaj u skupini kao cjelini jer su rezultati odmah vidljivi.

... S TEŽIŠTEM NA RAZVOJU SLIKA BUDUĆNOSTI

RADIONICA O BUDUĆNOSTI

Postupak

Na radionici o budućnosti svi se prisutni pozivaju da kao stručnjaci pronađu rješenja za zajednički postavljene probleme ili izazove. Postoje ukupno tri faze: faza kritike, faza mašte i faza realizacije. One se mogu dopuniti pripremnom i naknadnom fazom testiranja.

U pripreмноj se fazi članovi skupine predstavljaju i kažu nešto o svojim željama i očekivanjima od radionice budućnosti. Zajedno se dogovaraju pravila igre.

	<p>U <u>fazi kritike</u> polaznici izražavaju svoju kritiku o temi. Korisna su pitanja: „Što Vam smeta? Čega se bojite? Što Vas ljuti?” Prikupljeni se problemi zatim sažimaju i zapisuju na velike listove papira. Podjelom točkica za lijepljenje, polaznici odabiru najvažnije teme.</p> <p>U <u>fazi mašte</u> razvijaju se ideje koje mogu pomoći u rješavanju problema. Ovdje su sve ideje dobrodošle i ne bi ih trebalo selektirati prerano.</p> <p>U <u>fazi realizacije</u> prikupljene se ideje preispituju i konkretiziraju se koraci promjene. Zajedno se razvija akcijski plan.</p> <p>U <u>fazi testiranja</u> poduzimaju se prvi koraci u provedbi i zajedno ocjenjuju uspjesi.</p>
Veličina skupine	Od 8 do 50 osoba.
Trajanje	Najmanje jedan dan za korake faze pripreme, kritike, mašte i realizacije.
Pot. mater. / resurse	Moderatorski materijal i dovoljno prostora za rad u skupinama.
Priprema	Moraju se odrediti odgovarajuće skupine te se mora unaprijed zadati tema o budućnosti ili utvrditi zajedno sa skupinom.
Obratiti pozornost	Treba odabrati budući scenarij koji nešto znači svim polaznicima i koji nije previše apstraktan. Obratite pozornost na jezični sastav i komunikaciju unutar malih skupina i, ako je potrebno, predvidite prevoditelje.

Učinak

Metoda radionice o budućnosti omogućuje polaznicima razmjenu ideja, razvijanje novih ideja, promišljanje o iskustvima ili gledištima i planiranje njihove primjene.

STUDIJSKI POSJETI (POSJET „MJESTA BUDUĆNOSTI” ILI „MJESTA ODLUKE”)

Postupak

Studijski posjeti su posjeti institucijama (tvrtkama, parlamentima, institucijama i ustanovama itd.) u kojima skupina može pronaći nadahnuće ili temeljito znanje o najboljim ili novim metodama, iskusiti političke događaje ili se uključiti u stručnu razmjenu s predstavnicima.

1. faza: Priprema

Unaprijed se prikupljaju pitanja koja se postavljaju domaćinima tijekom studijskih posjeta.

Preporučljivo je usredotočiti se na jakosti, pozitivnosti i potencijale sustava (npr. tvrtke, organizacije, osobe), a ne usmjeriti se na negativne stvari.

2.faza: Studijski posjet: Otkriti novo i razumjeti

Kada se dođe u posjet, ponajprije otkriva i nastoji razumjeti kako funkcionira ili djeluje sustav.

Intervjui trebaju pomoći u prepoznavanju i razumijevanju novih stvari ili dobre prakse.

3. faza: Dizajniranje privlačne slike budućnosti

Nakon studijskog posjeta (ovisno o raspoloživu vremenu to može biti i na mjestu posjeta ili na mjestu održavanja događaja), zajedno se razvijaju vizije; razvija se slika što bi moglo biti u najboljem slučaju ili kako bi se neke stvari mogle promijeniti.

	<p><u>4. faza: Izrada vizije budućnosti i konkretiziranje provedbe</u></p> <p>Obrađuje se nacrt budućnosti i donose se odluke u vezi s provedbom.</p> <p><u>5. faza: Provedba i definiranje</u></p> <p>Ako je moguće, slijedit će faza provedbe; utvrđuje se što će se dogoditi. Ideje se ostvaruju.</p>
Veličina skupine	Najviše 15 do 20 osoba.
Trajanje	Ovisno o odabranome mjestu od 2 do 6 sati.
Pot. mater. / resurse	Upute za dolazak, prema potrebi i opisi tvrtki, prikupljena pitanja kao skripta.
Priprema	S domaćinima unaprijed treba dogovoriti raspored, vrijeme trajanja posjeta i posebnosti. Treba pripremiti odgovarajući prijevoz (autobusom, vlakom itd.) ili upute za dolazak. Sa sudionicima unaprijed treba dogovoriti pitanja i prema potrebi pravila ponašanja te tijek.
Obratiti pozornost	Obvezno treba voditi računa o prevođenju i moderaciji na mjestu posjeta.
Učinak	Posjetima mjestima gdje se stvara nešto novo ili gdje polaznici mogu vidjeti određene procese ili se mogu dobiti odgovori na pitanja pokreću se procesi kreativnog razmišljanja i promišljanja. Nadalje, može doći do prijenosa na izazove sudionika te se mogu razviti nove ideje koje mogu Na plakatu ili pin-ploči prikazan je barometar raspo-

4.2.3 METODA DAVANJA POVRATNIH INFORMACIJA

... U MEĐUVREMENU

BAROMETAR RASPOLOŽENJA

Postupak	loženja, a sudionici s pomoću točkica daju povratne informacije o svojem raspoloženju. Ova se metoda može koristiti više puta (npr. za različite pojedinačne jedinice/faze, uvijek na početku / na kraju dana tijekom događaja).
Veličina skupine	Prema želji.
Trajanje	Najviše 15 minuta.
Pot. mater. / resurse	Pin-ploča, s vizualiziranim barometrom raspoloženja podijeljenim na dobre, srednje, loše ili sa smiješkom: nasmijano, nezadovoljno i neutralno lice. Potrebne su točkice za lijepljenje za sudionike.
Priprema	Treba unaprijed odabrati prikladnu i smislenu sliku barometra raspoloženja. Od polaznika se traži da svoje raspoloženje iskažu naljepnicom.
Obratiti pozornost	Ako je raspoloženje negativno, treba provesti anketu i analizu uzroka s pomoću metode bljeska.
Učinak	Skupina na prvi pogled može vidjeti kakvo je trenutno raspoloženje u prostoriji.

CRVENA I ZELENA KARTICA

Postupak

Svi polaznici na početku događaja dobivaju crvenu i zelenu karticu te informaciju o „poštanskom sandučiću” (primjerice, blizu ureda događaja ili u prostoriji za stanke). Polaznici su zamoljeni da u poštanski sandučić ubace ispisanu crvenu ili zelenu karticu ako nešto tijekom događaja „uopće nije prihvatljivo” (= crveno) ili ako je nešto bilo „osobito dobro” (= zeleno). Ovu je metodu moguće provesti više puta (npr. za različite pojedinačne jedinice/faze, uvijek na početku / na kraju dana tijekom događaja).

Veličina skupine

Prema želji.

Trajanje

Moguće u svako doba.

Pot. mater. / resurse

Polaznicima treba podijeliti crvene i zelene kartice te se trebaju osigurati olovke.

Priprema

Potrebno je pripremiti kartice.

Obratiti pozornost

Organizatori trebaju reagirati na ubačene kartice tijekom provedbe. Primljene povratne informacije i odgovarajući odgovori mogu se predstaviti u obliku digitalnog zida (zaslona) ili u plenarnim fazama. Ubačene se kartice moraju ocjenjivati u redovitim razmacima i potrebno ih je predati prevoditeljima na prijevod.

Učinak

Polaznici doživljavaju da se njihove povratne informacije shvaćaju ozbiljno i da se na njih odgovara tijekom događaja te da u najboljem slučaju vodi poboljšanju kvalitete.

... ZA KRAJ DOGAĐAJA**STABLO SPOZNAJE****Postupak**

Metodom „stabla spoznaje” vizualiziraju se spoznaje događaja. Polaznici na karticama bilježe plodove seminara koje će kao uvide i uspjehe ponijeti sa sobom. Polaznici lijepe kartice na ambalažni papir/papir za flipchart i čitaju ih naglas uz simultani prijevod.

Veličina skupine

Od 10 do 30 osoba.

Trajanje

Otpriblike 30 minuta, ovisno o potrebi za raspravu i dulje.

**Pot. mater. /
Resurse**

Potrebne su olovke i kartice za moderiranje za polaznike. Stablo treba pripremiti na ambalažnom papiru ili na papiru za flipchart.

Priprema

Na velike listove ambalažnog papira ili papira za flipchart treba nacrtati stablo s korijenjem, deblom, granama i lišćem.

**Obratiti
pozornost**

Pojedinačne izjave se ne bi trebale produbljevati ili opravdavati.

Učinak

Riječ je o metaforičkoj metodi u kojoj se vizualiziraju plodovi rada polaznika.

META**Postupak**

S pomoću mete događaj se može procijeniti s obzirom na suradnju u skupini, rezultat, praktičnu relevantnost i provedbu događaja. U tu se svrhu na veliki ambalažni papir ili papir za flipchart crta meta i dijeli na četiri polja (ili više ako postoji više točaka koje treba ocijeniti). Na primjer: uspjeh u učenju, praktična relevantnost, atmosfera, sadržaj.

Za svaku dimenziju, sudionici stavljaju križ ili točku na metu povratnih informacija (sredina: vrlo visoko ocjena, vanjski rub: vrlo niska ocjena).

Veličina skupine

Do najviše 100 polaznika.

Trajanje

Od 15 do 30 minuta, ovisno o veličini skupine.

**Pot. mater. /
resurse**

Meta, točka za lijepljenje.

Priprema

Treba pripremiti metu s odgovarajućim poljima.

**Obratiti
pozornost**

Ne bi trebalo biti komentara, ocjena i opravdanja. Pojedina polja trebaju se unaprijed prevesti na sve zastupljene jezike.

Učinak

Ova metoda omogućuje da se grupna percepcija učini vidljivom na više područja istodobno i da se međusobno usporede različita područja. Slika govori sama za sebe i razumljiva je bez prijevoda.

4.3 BARCAMP KAO NEKONFERENCIJA

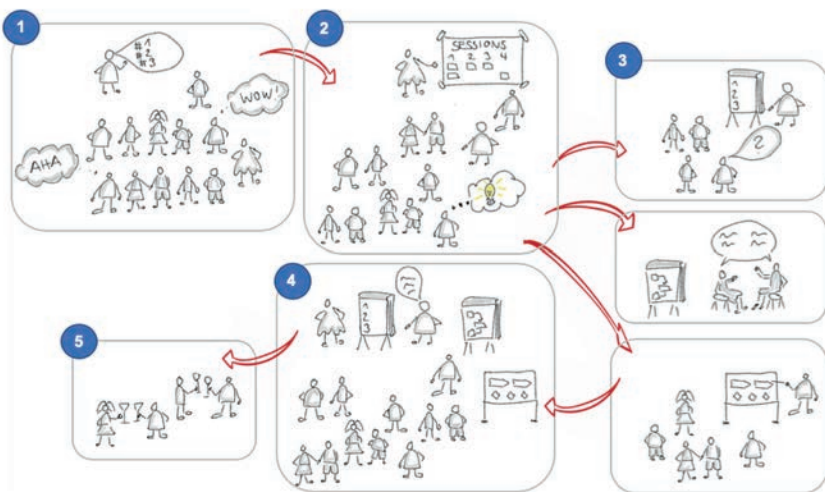
BarCampovi dobivaju sve više pozornosti u Europi, ali i na međunarodnoj razini jer za razliku od mnogih drugih formata događaja, svi se nazočni smatraju stručnjacima za određeno područje i njihova se stručnost aktivno uključuje u tijek događaja. BarCampovi se nude u širokom rasponu područja: IT, obrazovanje, gospodarstvo, zdravstvo itd. te služe za sadržajnu razmjenu i raspravu o aktualnim temama i pitanjima. Cilj ovoga formata je jednostavna razmjena znanja, zajednički razvoj proizvoda, rasprava o pitanjima ili kolegijalna pomoć ako nastanu problemi. BarCampove stoga karakterizira samoorganizirana i kritična razmjena sadržaja o uglavnom unaprijed određenoj glavnoj temi, primjerice digitalni rad ili „briga za budućnost”.

Kao što je ukratko navedeno u 2. poglavlju, BarCampovi se često nazivaju nekonferencijom jer ni proces, sadržaj ni govornici nisu određeni već na početku nego ih zajednički određuju i osmišljavaju sudionici. Dakle, nema unaprijed određenih programskih prioriteta. Riječ je o događaju s otvorenim radionicama, sadržaj i postupak kojih na početku razvijaju nazočni polaznici, a poslije razvijaju uz stručno znanje nazočnih sudionika. Na BarCampovima je uobičajeno oslovljavanje s „ti”. To olakšava komunikaciju punu poštovanja i razgovore na istoj razini te ih čini autentičnijima.

Napomena: Kao što je ukratko istaknuto u 2. poglavlju, BarCamp se često naziva nekonferencijom. Ni proces, sadržaj ni govornici nisu određeni na početku nego ih zajednički određuju i osmišljavaju sudionici. Dakle, nema određenih programskih prioriteta. To je događaj s otvorenim radionicama, sadržaj i postupak kojih na početku razvijaju nazočni polaznici, a poslije se oblikuju uz stručnost nazočnih sudionika. Na BarCampsu je uobičajeno „ti”. To olakšava komunikaciju uz puno poštovanje i razgovore na istoj razini te ih čini autentičnijima.

Svi nazočni pozvani su predstaviti svoje teme i tako BarCamp učiniti mjestom za razmjenu i inspiraciju. Kod BarCampova se govori o sudjelujućima umjesto o sudionicima. Svi bi trebali/mogu/ smiju pridonijeti. Jedno pravilo BarCampa čak određuje da morate ponuditi sesiju kada prvi put sudjelujete u BarCampu². Ne zato što morate, nego zato što u suprotnome propuštate prekrasno iskustvo. BarCampovi nude ono što nije uvijek moguće na klasičnim konferencijama: mogu se unijeti iskustvo i znanje te kao sudjelujući spontano možete ponuditi sesiju.

² Pravila BarCampa možete pronaći na BarCampblogu pod natuknicom „The Rules of BarCamp” <http://barcamp.org/w/page/405173/TheRulesOfBarCamp> (pristupljeno 16. ožujka 2019.).

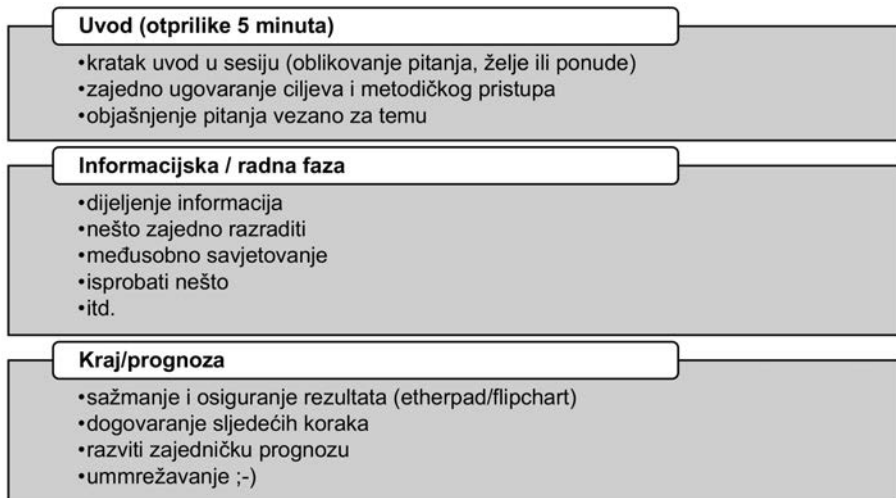


Slika 2: Tijek BarCampa

U 1. koraku sudionici se predstavljaju s tri ključne riječi ili hashtaga (vidi Metode predstavljanja u poglavlju 4.2.1.). Zatim oni koji imaju ideju za sesiju ukratko iznose svoju temu ili pitanje (2. korak). To može biti izlaganje, radionica, studija slučaja ili otvoreno pitanje. Ostali podizanjem ruke signaliziraju zanima li ih prijedlog. Ako postoji zanimanje, moderator BarCampa odlučuje u kojoj će se prostoriji i u koje vrijeme održati ta sesija i upisuje prijedlog u plan sesija. Taj se plan zatim mora postaviti na vidljivim mjestima, odnosno objavljuje se digitalno.

U 3. su koraku usporedne sesije (najviše 45 minuta po sesiji). Sesija može biti miniradionica, rasprava, prezentacija, zajednički brainstorming, zajednička izrada teksta, savjetovanje itd. Međutim, predlaganje sjednice ne znači odmah i da se ona mora održati. Možete predložiti neku temu i onda u sesiji razmotriti s drugima kako to može izgledati, tko ima dodatnu ideju i tko želi voditi sesiju: nema ograničenja za raznolikost ideja! Format i postupak mogu se slobodno odabrati tako da odgovaraju za predloženu temu. Jedini ograničavajući čimbenik je

predviđeno vrijeme trajanja sesije koje iznosi 45 minuta. Dakle, važno je dobro organizirati vrijeme sesije i zabilježiti zajedno sa skupinom (privremene) rezultate. S pomoću trokoraka sesija se može strukturirati – bilo da je planiran unaprijed ili je spontano razvijen.



Slika 3: Trokorak u planiranju sesije

Kao i u ostalim interaktivnim formatima, i kad je riječ o BarCampovima vrijedi „zakon dviju nogu”. Ako više ne možete dati neki doprinos u jednoj sesiji ili ne naučite ništa novo, jednostavno možete prijeći u drugu sesiju.

Rezultati sesija mogu se osigurati s pomoću mrežnih i izvanmrežnih medija (npr. sustav za upravljanje sadržajem, EtherPad, društvene mreže, pin-ploče, flipchart, zapisnici).

Između sesija se održavaju stanke u kojima je moguća neformalna razmjena i umrežavanje. BarCamp završava u 4. koraku sa sažetkom dana, povratnim informacijama i druženjem.

5 ZAVRŠETAK DOGAĐAJA, OCJENA I PRAĆENJE

Kao što sudionici na početku prvo moraju ući u temu, tako će za neke biti teško izaći iz teme i reći zbogom. Zato je važno na kraju događaja usredotočiti se na ključne točke, poput pitanja „Što smo postigli?“, „Kako dalje?“, „Kako ćemo održavati kontakt?“, „Kada se očekuje dokumentacija događaja?“ i objasniti otvorena pitanja. Imenovanje zajedničkih ishoda učenja i pogled u budućnost zaokružiti će ono što se dogodilo za sve prisutne i usmjerit će pozornost na nastavak i „daljnje bavljenje temom“. Zahvala na suradnji i pozdrav, te molba za sudjelovanje u evaluaciji događaja, događaju daje adekvatan okvir. Nakon događaja, posebno ako je bio uspješan, važno je zahvaliti organizacijskom timu. Napori i trud trebali bi rezultirati prihvaćanjem postignutog. Potom treba još riješiti otvorene i sljedeće zadatke. To mogu biti, na primjer:

- Analiza **evaluacije događaja** i donošenje zaključaka za daljnje događaje.
- Izrada **dokumentacije događaja** i staviti je na raspolaganje radi osiguranja rezultata. Najlakši način za to je putem internetske stranice događaja ili mrežne stranice mreže u javnom ili zaštićenom prostoru. Prezentacije, videoporuke, vizualizirani rezultati skupine, tekstovi predavanja za čitanje trebaju se pohraniti ovdje (Müller-Naevecke, Nuissl, 2016., str. 64.).
- **Slike** koje su snimljene tijekom događaja i za koje je dan pristanak (oprez: prava na slike i zaštita podataka!) također se mogu objaviti na mrežnoj stranici. Za kratku dokumentaciju i medijsku dokumentaciju također se mogu koristiti kanali društvenih mreža poput Twittera, Facebooka i Instagrama (također tijekom događaja). Prethodno dopuštenje za objavu slika trebalo bi se dobiti u pisanom obliku.

- Sastavljanje **izvješća** za donatore ili mrežu. Prikazuju se tijekom događaja, obrađeni sadržaj i dobiveni rezultati. Može se dopuniti statistikom sudionika, završnom evaluacijom, financijskim izvješćem i popisom predavača.
- Objava **zbornika** konferencije s usmenim govorima u pisanom obliku. Tijekom događaja govornici moraju biti obaviješteni da, osim usmenog izlaganja, moraju dostaviti pisani rad i pripremiti ga za široku stručnu publiku.
- Ako je potrebno, **iniciranje** tematskih, regionalnih **mreža** ili **mreža** prilagođenih osobama.

Daljnje praćenje uključuje analizu jesu li postignuti ciljevi događaja, je li planirani proračun bio dovoljan, koje je izazove trebalo prevladati i na koji su način prevladani te spoznaje mogu rezultirati stalnim poboljšanjem kvalitete događaja u mreži EZA-e.

LITERATURA

Arnold, R. (2012.): Wie man lehrt, ohne zu belehren. 29 Regeln für eine kluge Lehre. Das LENA-Modell.

Arnold, R.; Gómez Tutor, C. (2007.): Grundlinien einer Ermöglichungsdiaktik. Bildung ermöglichen – Vielfalt gestalten. Reihe: Grundlagen der Weiterbildung.

Barz H., Tippelt R. (2010.): Lebenswelt, Lebenslage, Lebensstil und Erwachsenenbildung. In: Tippelt R., von Hippel A. (izd.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung.

Funcke, A.; Rachow, A. (2016.): Die Fragen-Kollektion. Was ist Ihre Lieblingsfrage? Einfache und raffinierte Fragen für Moderation und Training.

Gräßner, G.; Przybylska, E. (2007.): The Moderation Method. A Handbook for Adult Educators and Facilitators.

Hunt, D. (1976.): Teachers' Adaptation: ‚Reading‘ and ‚Flexing‘ to Students. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/002248717602700323> (pristupljeno 10. ožujka 2019.)

Knoll, J. (2007.): Kurs- und Seminarmethoden. Ein Trainingsbuch zur Gestaltung von Kursen und Seminaren. 11. Potpuno prerađeno i prošireno izdanje.

Müller-Naevecke, C., Nuissl, E. (2016.): Lernort Tagung: Konzipieren, Realisieren, Evaluieren.

Piegat-Kaczmarczyk, M. (2007.): Specyfika pracy z grupą międzykulturową In E. Kownacka et al. (Hrsg.), Podejście wielokulturowe w doradztwie zawodowym (S. 83–91).

Schüßler I., Kilian L. (2017.): Zum Wandel akademischer Lehr-Lernkulturen: Von erzeugungs- zu ermöglichungsdiaktischen Lehr-Lernarrangements. str. 83 –108. U: Griesehop H., Bauer E. (eds): Lehren und Lernen online.

Siebert, H. (2006a): Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung. Didaktik aus konstruktivistischer Sicht. 5. Prerađeno izdanje.

Siebert, H. (2006b): Methoden für die Bildungsarbeit.

Szczyrba, B.; Wunderlich, A. (2015.): Methoden. URL: https://www.th-koeln.de/mam/downloads/deutsch/hochschule/profil/lehre/steckbrief_methoden.pdf (pristupljeno 9. ožujka 2019.)

AUTORICA



Ilona Arcaro, M. A. vodi na Tehničkom sveučilištu u Kölnu područje stručnoga znanstvenog usavršavanja. Njezina težišta rada su razvoj ponude te planiranje i osiguranje kvalitete ponude za stručno usavršavanje. Studirala je obrazovanje odraslih i predavala je od 2007. godine na područjima: didaktičko oblikovanje seminara, vođenje, moderiranje, rješavanje sukoba, vođenje projekata, suočavanje s osjećajima. Od 2017. godine održava seminare za EZA-u o temi Novi putovi – učinkovita upotreba novih metoda u obrazovnom radu!