



Programi Y

**Fushatat Sociale për Parandalimin e
Dhunës dhe Kujdesin Shëndetësor**

Programi Y

Fushatat Sociale për Parandalimin e Dhunës dhe Kujdesin Shëndetësor

Përmbajtja

- 05 • Parathënie
- 05 • Rreth autorëve
- 08 • Hyrje
- 09 • Rreth manualit

10 • Kapitulli I: Pak teori, por nga ajo që është interesante

Iniciativa e Burrave të Rinj: Parandalimi i dhunës me bazë gjinore në Ballkanin Perëndimor

- 13 • Si filloi Fushata “Bëhu Burrë”
- 16 • Klubet Bëhu Burrë: Nga projekt në mënyrë jetese
- 17 • Tregime të ndryshimeve pozitive në rajon
- 20 • Çfarë janë Fushatat
- 22 • Pse është e rëndësishme të ndikohen qëndrimet, vlerat dhe besimet përmes Fushatave rinore?
- 24 • Fushatat e suksesshme dhe ato të pasuksesshme
- 26 • Transformimi i kulturës dhe normave në nivel shkollor
- 27 • Raportimi i dhunës
- 28 • Adoleshenca, identiteti dhe mbështetja e individualitetit të shëndetshëm
- 30 • Fushatat dhe qasjet gjithëpërfshirëse në punën me të rinjtë
- 34 • Pjesëmarrja e të rinjve në zhvillimin e fushatave dhe transformimin e mikro-normave

38 • Kapitulli II: Dhe tani në praktikë, por me shembuj të vërtetë

Çfarë është grupi dhe pse duhet të punojmë me një grup të rinjsh?

- 41 • Fazat e zhvillimit të grupit
- 45 • Metodatat e punës joformale me një grup
- 48 • Hapat e formimit të një grupi – klubi
- 50 • Përmbajtja e klubit tuaj rinor: Klubi “Bëhu Burrë”
- 52 • Takimet e klubit/grupit rinor: Sugjerime për Aktivitete

Implementimi i fushatave rinore në shkolla: Modeli shkollor

66 • Viti I – Zhvillimi i identitetit: Kush jam unë, kush je ti?

68 • Fushatat e klubit rinor: Sugjerime

70 • Viti II – Dhuna është e dukshme!

72 • Fushatat e klubit rinor: Sugjerime

**74 • Viti III – Seksualiteti dhe mbrojtja e të drejtave
dhe shëndetit seksual dhe riprodhues**

76 • Fushatat e klubit rinor: Sugjerime

78 • Viti IV – Prindërit e shekullit XXI

80 • Fushatat e klubit rinor: Sugjerime

Kapitulli III: Dhe për në fund, të përgjithshme

Fushata: “Bëhu Burrë” – Ndrysho rregullat

Materiale universale

Fushata: Reago njerëzishëm

Fushata: Kujdes! Seks - PaziSex

Anekset

Aneksi I: Përmbledhje e termave të rëndësish

Aneksi II: Data të rëndësishme të vitit

Aneksi III: Formimi i ekipeve të suksesshme

Aneksi IV: Si të rritet energjia e grupit - Energjizues

Referencat/Burimet

Parathënie

Një dekadë përvojë pune me të rinj dhe të reja në temat që lidhen me barazinë gjinore, jetesë pa dhunë dhe të shëndetshme ka bërë që koordinatorët e Iniciativës së Burrave të Rinj të krijojnë këtë manual të rëndësishëm, i cili u dedikohet mësimdhënësve, në mënyrë që ata të mund ta implementojnë me sukses Programin Y në shkollat e tyre, por gjithashtu u dedikohet të gjithë edukatorëve që trajnojnë të rinj e të reja rreth këtyre çështjeve në komunitetet e tyre. Shumë mjete të dobishme, udhëzime specifike, si dhe këshilla, me siguri do të kontribuojnë për të zbatuar me sukses atë çfarë ne dëshirojmë për ju.

Me këtë rast, CARE International Balkan falënderon të gjithë ata që kanë kontribuar përmes punës dhe njohurive të tyre në përmirësimin e jetesës së të rinjve e të rejave në Ballkan, si dhe të gjithë të rinjtë për pjesëmarrjen e tyre në aktivitete, duke dhënë energji pozitive dhe përkushtim në zbatimin e aktiviteteve të fushatës.

Falënderime të veçanta për Feđa Mehmedović nga shoqata XY, Nedim Mičijević nga *Youth Power* dhe Aleksandar Slijepčević nga instituti Perpetuum Mobile, të cilët kanë përçuar përvojën e tyre të çmuar në këtë Manual dhe që kanë pasur vullnetin e mirë t'i ndajnë njohuritë dhe aftësitë e tyre me të gjithë ata, të cilët në projektimin dhe zbatimin e fushatave rinore do të udhëhiqen nga ky manual.

Rreth autorëve/eve

Fedja Mehmedović, Master Trajner,
Shoqata XY, Sarajevë

Fedja Mehmedović lindi në Sarajevë, më 24 shkurt 1982. Pas përfundimit të shkollës së mesme të mjekësisë në Sarajevë, ai u regjistrua në Fakultetin e Studimeve Shëndetësore, në Universitetin të Sarajevës. Që nga viti 2002 ai ka filluar angazhimin e tij si edukator i bashkëmoshatarëve në organizatën joqeveritare Shoqata XY. Një vit më pas ai mori titullin e trajnerit i edukimit bashkëmoshatar dhe i punës në terren, për punën me grupe dhe individë të marginalizuar, të vështirë për t'u arritur me grupe dhe individë të popullatës në përgjithësi. Kontributi i tij në zhvillimin e disa programeve edukative, për të punuar me grupe të ndryshme (MSM, LGBTQ, romë, përdorues droge, të rinj, prindër, punonjës të shëndetësisë, profesionistë, mësimdhënës etj.) i ka siguruar atij titullin e 'master trajnerit' të programeve edukative në vitin 2004. Në periudhën prej vitit 2002 deri në vitin 2015, ai ka projektuar dhe zbatuar qindra seminare edukative, prezantime dhe trajnime, të cilat i kanë siguruar atij kompetencat e nevojshme për të zhvilluar, projektuar, testuar dhe krijuar qasje të ndryshme edukative dhe korniza metodologjike të bazuara në teknika interaktive dhe qasje moderne pedagogjike.

Ai është autor i disa moduleve, mjeteve dhe manualeve edukative të dedikuara për profesionistë të kujdesit shëndetësor, punonjës socialë, prindër, psikologë dhe profesionistë të tjerë, organizata dhe individë që punojnë në fushën e promovimit dhe mbrojtjes së shëndetit, promovimin e barazisë gjinore, mbrojtjen dhe promovimin e të drejtave të shëndetit seksual dhe riprodhues, parandalimin e trafikimit të qenieve njerëzore, parandalimin e përdorimit dhe abuzimit me substanca psiko-aktive dhe parandalimin e dhunës. Përgjatë vitit 2013, në kuadër të mandatit të Shoqatës XY dhe Ministrisë së Arsimit, Shkencës dhe Rinisë në Kantonin e Sarajevës, ai është angazhuar si autor dhe bashkautor i udhëzuesit për studentë, kurrikulës dhe manualit për mësuesit me temën “Mënyra e shëndetshme e jetesës”, i cili është zbatuar, që në vitin 2013, në shkollat fillore të Kantonit të Sarajevës.

Puna e drejtpërdrejtë me grupe të ndryshme në Bosnjë dhe Hercegovinë i ka ofruar atij ndjeshmëri të veçantë, në lidhje me nevojat specifike shëndetësore, edukative dhe social-kulturore të grupeve të ndryshme, gjë që e ka ndihmuar atë ta përshtasë punën dhe qasjen e tij në përfundim të rastit, për shembull, për ata të cilëve iu dedikohen qasjet, modulet dhe manualët e tij. Më shumë se 10.000 të rinj e të reja dhe të rritur/a janë përfshirë në Aktivitetie edukative, si dhe në Aktivitetie të tjera të udhëhequra nga Feđa Mehmedović.

Si fitues i fushatës “Burrat e bashkuar për t'i dhënë fund dhunës kundër grave dhe vajzave”, të organizuar nga Kombet e Bashkuara, ai ka dhënë kontribut të rëndësishëm në rritjen e ndërgjegjësimit për dhunën me bazë gjinore në Bosnjë dhe Hercegovinë. Gjithashtu, Feđa është kampioni boshnjak në fushatën globale ndërkombëtare HeForShe, të drejtuar nga Sekretari i Përgjithshëm i Kombeve të Bashkuara, zoti Ban Ki-moon. Që nga viti 2016, ai është anëtar i grupit të ekspertëve për edukim seksual të Shoqërisë Europiane për Kontracepsion.

Për më shumë informacion:

<http://beijing20.unwomen.org/en/voices-and-profiles/champions#sthash.oN2wwRh1.dpuf>

Aleksandar Slijepčević, Koordinator i Projektit, OJQ

“Perpetuum mobile - Institute for Youth and Community Development” [Instituti për Zhvillim të Rinisë dhe Komunitetit], Banja Llukë

Aleksandar Slijepčević lindi në Sisak, më 2 korrik 1991. Ai ka përfunduar shkollën fillore dhe shkollën e mesme të ekonomisë në Banja Luka. Më pas u regjistrua në Fakultetin Ekonomik në Universitetin e Banja Lukës. Ai është diplomuar në Fakultetin Ekonomik të Universitetit të Banja Llukës, departamenti i Menaxhimit dhe Sipërmarrjes.

Aleksandar Slijepčević e ka filluar karrierën e tij në vitin 2009, në sektorin joqeveritar, kur filloi me angazhimin aktiv në projekte që lidheshin me parandalimin e dhunës në OJQ - në *Perpetuum mobile*¹, duke u bërë edukator bashkëmoshatar për programet e edukimit joformal për të rinj dhe të reja.

Aleksandar Slijepčević ka koordinuar disa projekte të edukimit joformal për të rinj dhe të reja dhe përgjatë punës së tij ka trajnuar mbi 1000 të rinj e të reja për të realizuar fushata edukative vetjake, si formë e aksionit parandalues kundër dhunës dhe si formë e promovimit të stilit të shëndetshëm të jetesës. Ai ka përvojë të gjerë në punën me programet gjinore transformative për parandalimin e dhunës dhe fuqizimin e barazisë gjinore, si dhe përkushtimin e madh për ndryshimin e sjelljeve, qëndrimeve dhe normave të të rinjve e të rejave, me qëllim uljen e masës së dhunës përmes punës parandaluese.

Ai është pjesë e rrjetit ndërkombëtar *Learn2Change – Global Network of Educational Activists* [Mëso për të ndryshuar – Rrjeti global i aktivistëve edukativë], i cili bashkon aktivistë të

1 Lat. – Lëvizje e përjetshme

shoqërisë civile nga e gjithë bota, të cilët punojnë me edukim formal dhe joformal. Po ashtu, ai është pjesë e rrjetit edukativ të lidhshirimit *LEAD*, i cili ka për qëllim të promovojë dhe të ndërtojë kompetenca lidhshiri për të rinj dhe të reja përmes transmetimit të përvojave ndërkombëtare në nivel lokal.

Nedim Mičijević,

Youth Power [Fuqia e Rinisë], Mostar

Nedim Mičijević u lind “nën një yll fatlum magjik, por në përgjithësi tragjik në tokë”, më 15 maj, 1995 në Mostar. Ai ka përfunduar shkollën fillore dhe atë të mesme të inxhinierisë makinerike dhe trafikut në Motar, pas të cilës, pas një episodi të pasuksesshëm të studimeve në Fakultetin e Inxhinierisë Makinerike, ai u regjistrua në Fakultetin e Edukimit në Universitetin e Džemal Bijedić në Mostar. Aktualisht, përveç punës aktive në sektorin joqeveritar, ai është një student aktiv i psikologjisë dhe sociologjisë.

Ai ka bërë hapat e parë në sektorin joqeveritar në vitin 2011. Atëherë, ishte një prej burrave të parë të rinj që iu bashkua programit të Iniciativës së Burrave të Rinj (YMI) në Mostar. Pasi përfundoi trajnimin e parë dhe kuptoi atë me të cilën kishte të bënte programi, ai u lidh shumë me të dhe mbeti pjesë e programit sot e asaj dite. Pas trajnimit të parë, ai është duke u ngjitur gjithmonë e më lart në karrierën e tij. Fillimisht ai ka punuar si vullnetar, pastaj si udhëheqës rinor dhe më në fund si koordinator i Aktivitetieve. Ai ka qenë pjesë e ekipit të parë të *Youth Power*, që nga themelimi i organizatës – më 10 janar, 2013 dhe sot është menaxher i programit në organizatë. Ai është pjesë e bordit menaxhues të *Youth Power Slovenia*.

Fokusi i punës së tij është në edukimin bashkëmoshatar dhe në krijimin e rrjeteve të edukatorëve bashkëmoshatarë, si dhe në formimin e mbështetjes për rrjete të tilla. Ai beson se shumë më tepër dituri dhe informacion mund të përcillet përmes edukimit bashkëmoshatar, përmes

metodës *peer-to-peer*. Sidoqoftë, ai nuk e mohon rëndësinë e edukimit formal dhe mendon se, nëse edukimi joformal dëshiron të arrijë një qëllim të caktuar dhe të ketë rezultate në mësim, ai duhet të jetë i projektuar dhe strukturuar mirë. Për të, mësimi është proces, të cilin duhet ta shijojnë të gjithë, edhe ata që e përcjellin njohurinë, edhe ata që e marrin atë.

Deri më tani Nedim Mičijević ka koordinuar në mënyrë të suksesshme dhjetë projekte, të cilat janë marrë me përfshirjen e të rinjve dhe parandalimin e dhunës me bazë gjinore. Ai ka punuar në mënyrë të drejtpërdrejtë me mbi 500 të rinj dhe të reja nga Bosnja dhe Hercegovina, si dhe shtete të BE-së. Ai merr pjesë në krijimin e Aktivitetieve dhe programeve të *Youth Power*. Përmes punës së tij, ai ka zbatuar më shumë se dyzet trajnime edukative për të rinj, edukatorë kolegë, mësimdhënës, profesorë dhe konsulentë shkollorë. Ai është krijuesi i metodologjisë së zhvillimit profesional për konsulentë të shkollave të mesme, në kuadër të akreditimit të Programit *Youth [Rinia]* në Kantonin Hercegovina-Neretva. Përveç punës së tij në nivelin lokal, në mënyrë aktive ai bashkëpunon me organizata dhe qendra rinore nga shtetet e rajonit dhe BE-së, në projekte përbrenda Programit Erasmus+. Ai është krijuesi i gjashtë trajnimeve për punonjës me të rinj, me qëllim përmirësimin e aftësive të tyre në punë me grupe të njëjta dhe edukatorët bashkëmoshatarë. Ai është trajner i licencuar për projekte, në kuadër të Programit Erasmus+ të Bashkimit Europian dhe profili i tij është në dispozicion të SALTO YOUTH, e cila është databasë online e trajnerëve Erasmus+ të Bashkimit Evropian dhe profili i tij është i qashtëm SALTO YOUTH, e cila është *databazë online* e trajnerëve.

Hyrje

Në kuadër të Programi Y - Fushatat Sociale për Parandalimin e Dhunës dhe Kujdesin Shëndetësor, ju kemi prezantuar njohuri konkrete, mjete dhe shembuj si të veproni në mënyrë efektive në nivelin e shkollës, në mënyrë që të ndryshoni sjelljet dhe qëndrimet e të rinjve dhe të rejave për çështjet e dhunës, jetesës së shëndetshme, drogave dhe abuzimit me substanca psiko-aktive, identitetin gjinor dhe prindërimin. Të gjithë shembujt e dhënë në këtë manual janë shembuj dhe mësimet të përvetësuar ndërsa vite përvojë pune në këtë çështje.

Përmes kapitullit të parë, ju kemi dhënë një pikëpamje teorike, e cila prezanton bazat për zbatimin e masave praktike të aktiviteteve dhe të punës me të rinj e të reja, duke përdorur fushatën si mjet efektiv. Fillimisht, kemi provuar të shpjegojmë se çfarë janë fushatat dhe se pse është i rëndësishëm shfrytëzimi i tyre, si shtesë e modelit edukativ të punës me të rinj e të reja. Gjithashtu, në këtë sesion do të flasim për norma të caktuara kulturore që ekzistojnë në nivelin shkollor dhe se si të rinjtë e të rejat duhet të përfshihen në mënyrë të drejtpërdrejtë në zhvillimin e fushatave, në mënyrë që të arrijnë deri te transformimi i normave të caktuara. Në fund të pjesës teorike, në mënyrë të detajuar do të shpjegojmë nga i kemi marrë të gjitha njohuritë, pasi ky është një projekt afatgjatë i zbatuar në Ballkanin Veriperëndimor, i quajtur “Iniciativa e Burrave të Rinj” dhe fushata “Bëhu Burrë”, si dy elemente kyç, të cilat kanë sjellë dhe vazhdojnë të sjellin ndryshime në jetët e të rinjve dhe të rejave. Në atë pjesë, mos harroni të lexoni disa nga tregimet interesante të ndryshimeve pozitive, ku japim fjalët e të rinjve dhe të rejave që kanë

kaluar nëpër projekte dhe fushata, të cilat i kemi zbatuar përgjatë viteve.

Në kapitullin e ardhshëm do të merremi më shumë me praktikë dhe më pak me teori dhe do të prezantojmë shembuj konkretë të asaj se si duhet punuar me grupe, si të formohen grupe të të rinjve dhe të rejave dhe si të realizohen fushata efektive në shkollat tuaja. Kur themi praktikë, e themi me kuptimin e plotë të fjalës, kështu që do të keni mundësinë të merrni udhëzime të detajuara mbi atë se si duhet të zbatohen takime të klubeve rinore, me udhëzues dhe ushtrime specifike. Si pjesën më të rëndësishme të këtij kapitulli, ne nënvizojmë pjesën e implementimit të fushatave rinore në shkollat tuaja, në të cilat ofrojmë propozime për fushata të klubeve rinore, të cilat i kemi zbatuar, dhe se si mund t’i lidhni ato me zbatimin e edukimit të Programit Y, si model kyç edukativ për punën me të rinjtë.

Në fund të këtij manuali, ju ofrojmë pikëpamjen e fushatave universale, të cilat ende ekzistojnë dhe janë duke u zbatuar në më shumë se tridhjetë shkolla në rajon. Po kështu, në këtë seksion mund të mësoni më shumë për fushatat si “Bëhu Burrë – Ndrysho Rregullat”, “Reago Njerëzishëm” dhe “Kujdes! Seks!”, si fushatat kyç dhe aktivitete parandaluese në punën me të rinjtë. Gjithashtu, këtu do të gjeni udhëzime të mëtejshme për mënyrën se si dhe ku mund të gjeni informacion shtesë rreth çështjeve shtesë që mund t’ju interesojnë. Gjithashtu, ju ofrojmë edhe një udhëzues se si të gjeni disa materiale të përgjithshme, që mund t’i shfrytëzoni teksa jeni duke realizuar fushatën tuaj në shkolla dhe në hapësira publike.

Rreth manualit

Ky manual është projektuar për nevojat e mësimdhënësve dhe stafit profesional të shkollave në Ballkanin Veriperëndimor, si dokument plotësues i manualit edukativ Programi Y – Qasje Inovative në Parandalimin e Dhunës me Bazë Gjinore dhe Promovimin e Jetesës së Shëndetshme të Burrave të Rinj dhe Grave të Reja”.

Manuali është projektuar në atë mënyrë, që të ofrojë këshilla specifike, njohuri dhe udhëzime për zbatimin e fushatave rinore, si një nga mjetet kyç të aktiviteteve parandaluese në çështjen e dhunës, promovimin e jetesës së shëndetshme, parandalimin e përdorimit dhe abuzimit të drogave dhe substancave psiko-aktive, promovimin e barazisë gjinore dhe pjesëmarrjen aktive të prindërve në jetesën e fëmijëve të tyre.

Manuali konsiston në burime praktike dhe teorike, të cilat u mundësojnë mësimdhënësve dhe ekipit profesional të shkollave që, në mënyrë

efektive të krijojnë dhe të organizojnë klube/grupe rinore dhe fushata në nivel shkollor, si dhe t'i përfshijnë ato në promovimin e qëndrimeve dhe vlerave pozitive. Përdorimi efektiv i këtij manuali do të ndikojë në krijimin e një ambienti më pozitiv dhe më të favorshëm për të rinjtë dhe të rejtat në shkolla, gjë kjo që do t'iu mundësojë atyre ndikim më të mirë shoqëror, do të përmirësojë cilësinë e jetesës të tyre dhe në mënyrë të dukshme do të ndikojë në zhvillimin e aftësive të tyre jetësore.

Informacion shumë i rëndësishëm, në lidhje me këtë manual, është edhe fakti se leximi dhe shfrytëzimi i tij ju ofrojnë hapësirën e të qenit kreativ, si dhe ndikim në krijimin e një ambienti pozitiv për të rinjtë dhe të rejtat. Ndërkohë, për të gjitha idetë, pyetjet dhe informacionin shitesë, ju gjithmonë mund të kontaktoni dikë nga organizatat partnere që i kanë zbatuar këto lloj fushatash për vite me radhë.

ACT for SOCIETY Center

📍 Rruga "Blv. Zhanë D'ark" Nd.61,
H.5, aP 24, Tirana
☎ +355 44507447
✉ actfsociety@gmail.com
🌐 Website: <https://www.actforsocietycenter.org/>

Association XY

📍 Danijela Ozme 12, Sarajevo
☎ + 387 33 260 761
✉ bhfpa.xy@bih.net.ba
🌐 www.xy.com.ba

Centar E8

📍 Gavriła Principa 43 (Nova Iskra), Beograd
☎ +381 60 4088861
✉ centar@e8.org.rs
🌐 www.e8.org.rs

Peer Educators Network - PEN

📍 "Behije Dashi" No. 5/A, Prishtina
☎ +383 (0) 38 223 942
✉ info@ngo-pen.com
🌐 www.ngo-pen.com

Perpetuum Mobile

- Institute for youth and community development
📍 Ravnogorska 5, Banja Luka
☎ + 387 51 303 310
✉ perpetuum-mobile@blic.net
🌐 www.pm.rs.ba

Status M

📍 Ulica Hrvatskog proljeća 28, Zagreb
☎ +385 1 2300 447
✉ info@status-m.hr
🌐 www.status-m.hr

Youth Educational Club Synergy

📍 Knjaz Milos Street, no number,
Kosovska Mitrovica / North Mitrovica
☎ +381 64 04 77 505
✉ oeksinerija@gmail.com
🌐 www.oek-sinerija.org

Youth Power

📍 Dr Ante Starčevića 32a, Mostar
☎ +387/36 835 028
✉ info@youth-power.org
🌐 www.youth-power.org

Smart Kolektiv

📍 Svetozara Markovica 42, Belgrade
☎ +381 11 2659 700
✉ office@smarkolektiv.org
🌐 www.smarkolektiv.org

Kapitulli 1



Pak teori, por nga ajo që është interesante

Iniciativa e Burrave të Rinj:

Parandalimi i dhunës me bazë gjinore në Ballkanin Perëndimor

Që nga viti 2006 e deri më sot, programi për parandalimin e dhunës me bazë gjinore në Ballkanin Perëndimor – Iniciativa e Burrave të Rinj – ka punuar në ndërtimin e qëndrimeve dhe sjelljeve të barabarta gjinore, si dhe në reduktimin e dhunës tek burrat e rinj (kundër vajzave dhe grave të reja) dhe dhunës midis bashkëmoshatarëve (dhuna e burrave të rinj kundër burrave të tjerë të rinj) në Bosnjë dhe Hercegovinë, Kroaci dhe Serbi. Po ashtu, që nga viti 2010, Iniciativa e Burrave të Rinj është zgjeruar edhe në Kosovë dhe, që nga viti 2013 edhe në Shqipëri. CARE International Balkans, me mbështetjen teknike të Promundo, Rio-de-Zhaneiro, Brazil dhe Qendrës Ndërkombëtare për Hulumtime për Gratë (ICRW) në Uashington, Shtetet e Bashkuara të Amerikës dhe mbështetjen financiare të Ministrisë Norvegjeze të Punëve të Jashtme, Agjencisë Austriake për Zhvillim (ADC), Qeverisë Zvicerane dhe Fondacionit OAK dhe CARE Gjermani – Luksemburg, drejton këtë program që ekzaminon normat shoqërore të lidhura me maskilizmin dhe dhunën përmes seminareve edukative që organizohen në shkolla dhe përmes fushatave që përfshijnë shoqërinë, e që iu drejtohen burrave të rinj dhe grave të reja të moshave 14-19 vjeç.

Qasja e YMI-t bazohet në kurrikulën transformative gjinore, e përshtatur në kuadër të Programit H të Institutit Promundo dhe e projektuar për të provokuar mendim kritik rreth normave gjinore, të cilat nxisin dhunë dhe forma të tjera sjelljeje të dëmshme. Normat e larta të përdorimit të alkoolit në rajon gjithashtu e inkurajojnë këtë program që të përqendrohet në rrezikshmërinë e lartë të konsumimit të alkoolit, e cila është e lidhur me një rritje më të madhe të shkakimit të dhunës në shumë situata. Iniciativa e Burrave të Rinj zbatohet në shkolla të mesme, duke i dhënë kështu mundësinë programit të arrijë një nivel më të lartë të pjesëmarrjes së burrave dhe grave të reja (nga viti 2013), të moshës 14-19 vjeç. Përqendrimi në të rinjtë është i rëndësishëm, sepse adoleshenca është moment kyç në procesin e shoqërizimit, kur qëndrimet dhe sjelljet midis të rinjve dhe të rejave janë ende në zhvillim e sipër. Te shkollat, të cilat marrin pjesë në program, sesionet e YMI-t realizohen nga mësimdhënës të trajnuar dhe janë të integruara në oraret e rregullta të klasave përgjatë vitit shkollor, me përqendrim të shtuar në katër fusha kyç të programit: (1) qëndrimet gjinore; (2) dhuna; (3) seksi, shëndeti dhe mirëqenia dhe: (4) përdorimi i alkoolit dhe drogave. Iniciativa e të Burrave të Rinj zgjerohet edhe përtej orëve mësimore. Programi përfshin trajnime rezidenciale shtesë, ku udhëheqësit mbajnë

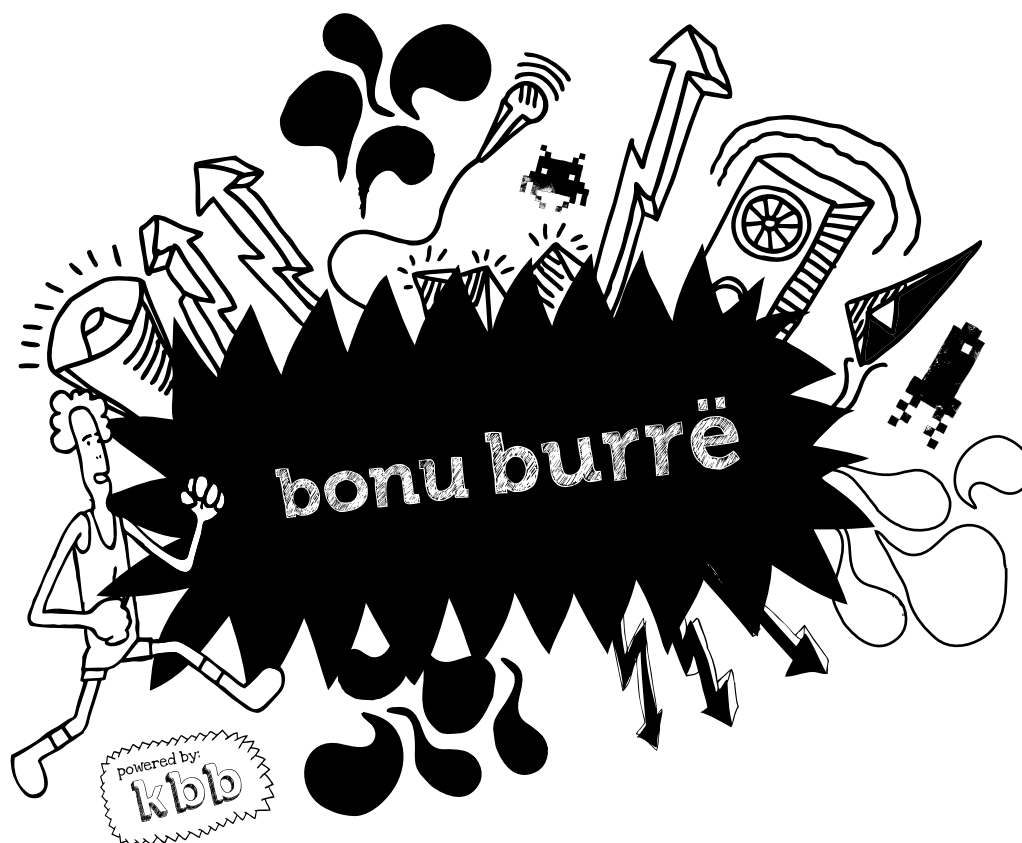


sesione shitesë dhe aktivitete për ndërtimin e ekipeve në një ambient më gjithëpërfshirës. Gjithashtu, programi përfshin edhe fushatën e stilit të jetesës “Bëhu Burrë”, e cila ka për qëllim të përforcojë mesazhet kyç të Iniciativës së Burrave të Rinj dhe të inkurajojë ndryshime në nivel shkollor dhe përtej saj. Fushata mbështetet nga një shumëllojshmëri materialesh edukative, media sociale dhe një shtesë varg aktiviteteve të organizuara e të realizuara nga nxënësit, anëtarë të klubeve “Bëhu Burrë” (*BMC – Be A Man Club*). Klubet “Bëhu Burrë” kanë për anëtarë burra dhe gra të reja dhe në rajon këto klube bashkojnë qindra anëtarë aktivë. Në Ballkan, aktualisht ekzistojnë 40 klube aktive “Bëhu Burrë” me 1500 anëtarë aktivë. Filozofia udhëheqëse e Iniciativës së Burrave të Rinj është që burrat erin nuk duhen parë si pengesë për paqen dhe barazinë gjinore, por si aleatë kyç në promovimin e komuniteteve dhe marrëdhënieve të pa dhunshme e të shëndetshme. Gratë e reja, si anëtare aktive të komunitetit, duhet të jenë pjesëmarrëse aktive në shoqëri, por gjithashtu edhe agjente të ndryshimit. Ditët e fundit jemi dëshmitarë të faktit se gratë e reja nuk janë vetëm viktimë, por edhe shoktë të dhunës, në një shkallë më të vogël. Edhe burrat e rinj, edhe gratë e reja në adoleshencë kanë nevojë për edukim shtesë rreth jetesës së shëndetshme dhe parandalimit të dhunës me bazë gjinore, si udhërrëfyes për barazi gjinore dhe shoqëri të barabartë gjinore. Iniciativa e Burrave të Rinj beson se, nëse nxënësit mësojnë për dhunën dhe mënyrën si të vënë në pikëpyetje normat mbizotëruese gjinore, dhe nëse kanë mundësi t’i aplikojnë këto ide dhe aftësi në një ambient të sigurt, gjasat do të jenë më të mëdha që ata ta përvetësojnë këtë informacion, i cili me kalimin e kohës do të rezultojë në një jetesë më të barabartë gjinore, më të shëndetshme dhe të pa dhunshme. Për më tepër, ndërkohë që normat e grupit fillojnë të ndryshojnë, programi ndihmon në krijimin e një ambienti më tolerant dhe miqësor në nivelin shkollor. Kjo rrugë ndryshimesh, ku burrat e rinj dhe vajzat e reja aplikojnë dhe përvetësojnë ide të reja, është e fuqizuar nga disa struktura mbështetëse, si vetë jeta e modeleve të pa dhunshëm (për shembull trajnerët e YMI-t), mbështetja e rrjeteve sociale, si dhe stimulimi në ambient shkollor. Për më shumë informacion rreth programit Iniciativa e Burrave të Rinj dhe fazat e implementimit, mund të gjeni në uebfaqen zyrtare të programit: www.youngmeninitiative.net

Çmimet/ Vlerësimet – Rrjeti Global i Edukimit Evropë

Në vitin 2017, projekti Iniciativa e Burrave të Rinj fitoi çmimin prestigjioz për Inovacion në Edukim, të dhuruar nga Rrjeti Global i Edukimit Evropë (GENE, www.gene.eu), si fituesi i vetëm jashtë Bashkimit Europian. Kjo ishte hera e parë që u shpall çmimi për inovacion dhe organizatorët pranuan 80 aplikacione nga 26 shtete, ku projekti Iniciativa e Burrave të Rinj ishte njëri prej 12 fituesve të çmimit për inovacion në edukimin global. Ky çmim ka për qëllim të asistojë për projektet në edukim global, të cilat sjellin ndryshime pozitive dhe ndërgjegjësojnë mendjet e njerëzve për realitetet e botës, në nivel lokal dhe global. Ai promovon nismat e edukimit global, të cilat mund të sjellin ndryshime të tilla përmes kreativitetit, pjesëmarrjes, aktiviteteve të drejtpërdrejta, sinergjisë dhe inovacionit; pra përfundimisht, që frymëzojnë politika publike.





Si ka filluar Fushata “Bëhu Burrë”

Në mënyrë që t’ju japim shpjegimin më të mirë rreth asaj se si ka filluar një nga fushatat më të mira kundër dhunës në Ballkan, fillimisht na duhet t’ju kujtojmë një thënie shumë të famshme “edukative” në shoqërinë tonë, e cila është: “Bëhu burrë!”. Tani filloni të kujtoni se ku dhe kur e keni dëgjuar apo thënë këtë frazë për herë të fundit, dhe në çfarë konteksti.

Të qenit burrë në Ballkan, sidomos për djemtë në periudhën e zhvillimit, në fazën e të qenit i rritur, nuk është gjë e lehtë. Nuk është e lehtë as për vajzat; mos mendoni se këtu do të bëjmë dallime dhe të themi se për dikë është më e vështirë dhe për dikë tjetër më e lehtë, sepse kjo është diçka pothuajse e pamundur të matet, por duam të shpjegojmë se si ka filluar fushata dhe me vizionin tonë për thënien “Bëhu Burrë”, në kuadër të projektit që ne implementojmë.

Siç mund t’ju jetë kujtuar deri më tani, hera e fundit që e keni dëgjuar thënien “Bëhu burrë!” ka qenë në një kontekst negativ, që tingëllonte diçka si “Bëhu burrë, trego që je burrë i vërtetë, godite atë!”, “Pse po qan? Ti je burrë!”, “A duhet gruaja të të tregojë si të sillesh? Ti je burrë!”. Apo diçka si, “Çfarë burri je ti, burrat janë të fortë, jo qurravecë?! Bëhu

burrë!”, “Kush është burri në këtë shtëpi, Bëhu burrë i vërtetë!”. Provoni të mendoni për efektin që kjo frazë ka te burrat e rinj, të cilët janë duke u rritur, por gjithashtu te gratë e riya, të cilat në masë të madhe janë të ndikuara në mënyrë të drejtpërdrejtë nga pesha e frazave të tilla dhe e veprimeve që dalin nga to.

Janë pikërisht këto korniza negative, si dhe pesha e fjalëve dhe veprave, me të cilat përballen djemtë dhe vajzat gjatë procesit të rritjes, ato të cilat nisën fushatën “Bëhu Burrë” nga projekti Iniciativa e Burrave të Rinj. Kjo fushatë është zhvilluar nga Smart Kolektiv në Beograd, i cili ka ekspertizë në fushën e zhvillimit të fushatave gjithë – përfshirëse. Fushata është zhvilluar nga e ashtuquajtura metodë pjesëmarrëse – me pjesëmarrjen aktive të të rinjve nga rajoni në të gjitha fazat e zhvillimit të fushatës. Fushata ka nisur në vitin 2008, në shkollat të mesme në Serbi, Kroaci dhe Bosnjë e Hercegovinë, me disa qëllime: promovimin e seminareve edukative në shkollat të mesme, tërheqjen e të rinjve për të marrë pjesë në program dhe për të sjellë mesazhet edukative të projektit te një numër më i madh i të rinjsh dhe të rejash në rajonin e Ballkanit Veriperëndimor. Mesazhet kyç të fushatës përqendrohen në ndryshimin e qëndrimeve negative të të rinjve dhe të rejave, në lidhje me dhunën midis bashkëmoshatarëve dhe dhunën në përgjithësi, si dhe në lidhje me ndërtimin e aftësive jetësore te të rinjtë dhe të rejtat për promovimin e jetesës së shëndetshme.

Fushata është projektuar për t’u zbatuar në shkollat të mesme dhe përmes angazhimit të të rinjve e të rejave, që t’i inkurajojë ata të ndihmojnë vetveten, si dhe të ndikojnë në ambientin që i rrethon, në mënyrë që të promovojnë sjellje të pa dhunshme dhe zgjidhje të konfliktit në mënyrë të drejtë; e gjitha kjo përmes promovimit të jetesës më të shëndetshme. Fokusi në fillim ka qenë te burrat e rinj, meqenëse çdo hulumtim i realizuar deri atëherë kishte treguar se ata ishin shkaktarët më të mëdhenj të dhunës ndaj burrave të rinj dhe grave të reja, kështu që ata ishin më shumë të ekspozuar ndaj sjelljeve të rrezikshme, dhe kërkonin ndihmë më rrallë. Qëllimi ishte të ndikohen dhe të ndryshohen qëndrimet, në lidhje me normat e ashpra dhe të dëmshme të maskilizmit, si dhe të reduktohet shkalla e dhunës kundër grave dhe burrave të rinj, në formën e dhunës midis bashkëmoshatarëve dhe dhunës me bazë gjinore.

Fushata u shoqërua me mesazhe të ndryshme, të cilat kishin për qëllim të ndryshonin rregullat dhe të inkurajojnë të rinjtë të mendojnë në mënyrë krejt të ndryshme. Sloganet që u përdorën dhe që ende përdoren janë: “Bëhu burrë – Dashurohu!”, “Bëhu burrë – Mbushe trurin!”, “Bëhu burrë – Shfaq diçka tjetër!”, “Bëhu burrë kundër dhunës!”, “Bëhu burrë – Mos shaj!”, si dhe shumë të tjera. Këto janë mesazhe të qarta, të cilat kishin për qëllim të ishin edhe interesante, pasi ishin shumë të rëndësishme për të sfiduar paragjykimet që të rinjtë dhe të rejtat hasin, si dhe për të ofruar mënyra adekuate për t’i ndryshuar ato.

Që nga viti 2008 e deri më tani, në kuadër të fushatës “Bëhu Burrë”, janë realizuar mbi 2000 Aktivitete në më shumë se 30 qytete dhe komuna në rajon, duke përfshirë mbi 30 shkolla të mesme, ku mbi 30.000 të rinj dhe të reja kanë qenë të përfshirë në mënyrë të drejtpërdrejtë.



Klubet “Bëhu Burrë”: Nga projekt në stil jetese

Klubet “Bëhu Burrë” janë themeluar si klube të nxënësve të shkollave të mesme, të cilët janë të angazhuar në mënyrë kreative në projektimin dhe zbatimin e fushatës “Bëhu Burrë” dhe përfaqësojnë pjesën kyç të saj. Klubet e para janë themeluar në maj të vitit 2009 në Zagreb, Prokuplje, Sarajevë, Banja Luka dhe Beograd. Në ditët e sotme ky numër është shumë më i madh dhe përfshin të rinj e të reja nga mbi 30 qytete dhe komuna në Ballkanin Veriperëndimor. Anëtarët e klubit janë pjesëmarrës aktivë dhe promovues të fushatës “Bëhu Burrë”, duke demonstruar se janë ata të cilët i zhvillojnë dhe i organizojnë aktivitetet e fushatës në shkollat e tyre dhe inkurajojnë të tjerët të përfshihen në promovimin e vlerave të tyre. Gjithashtu, ata marrin pjesë në aktivitete motivuese, si shfaqje filmi, teatri, koncerte, lojëra, udhëtime dhe takime me të rinj e të reja të tjerë, duke ndarë me ta përvoja përmes fushatave të ndryshme rinore dhe kampeve për lidera të rinj.

Klubet “Bëhu Burrë” nuk janë klube që përfshijnë vetëm burrat e rinj, edhe pse nga emërtimi mund ta mendoni diçka të tillë. Këto klube, në mënyrë të barabartë përfshijnë burra të rinj dhe vajza të reja, me qëllim ndërtimin e jetesës së shëndetshme për të gjithë. Arsyeja për këtë është se grupet në rajon kanë arritur një nivel të lartë njohjeje, si një lloj jetese pozitive për të rinjtë dhe të rejtat. Këto klube kanë një ndikim të fuqishëm në ndryshimin e qëndrimeve që lidhen me dhunën dhe gjithashtu iu zhvillojnë të rinjve e të rejave tema, të cilat ata nuk i bëjnë në shkollë. Klubet iu ofrojnë atyre mundësi të forcojnë vetveten dhe t’i inkurajojnë të tjerët të jenë më të mirë, duke iu ofruar atyre një zonë të sigurt për rininë, ku nuk ka gjykime, opinion të sfiduar dhe ku dialogu dhe mendimi vetë-kritik inkurajohen. Në disa qytete ekzistojnë klube të veçanta për vajza, të cilat kanë një emër të tyre dhe kanë takime më vete. Edhe pse ka klube të ndara me emra të ndryshëm, në përgjithësi grupet takohen, krijojnë dhe implementojnë aktivitete së bashku.

Klubet “Bëhu Burrë” përfshijnë të rinj dhe të reja të besimeve, karakteristikave, edukimeve dhe opinioneve të ndryshme, duke fituar kështu shkathtësi dhe diversitet, çka përbën esencën e ndryshimeve që ofrohen nga klubi. Pjesëmarrja në aktivitete mund t’i ndihmojë nxënësve të zhvillojnë: identitetin, inteligjencën emocionale, aftësinë e komunikimit të ndërsjellë, aftësinë e negocimit, aftësinë organizative, aftësinë jetësore, me fokus mendimin kritik dhe vendimmarrjen, aftësitë në zgjidhje të problemeve, aftësitë për t’u përballur me situata kritike, kompetenca pro-shoqërore dhe shoqërore, qëndrime dhe vlera të barabarta gjinore, jetesë të shëndetshme, sidomos në kontekstin e shëndetit seksual dhe riprodhues, qasje tolerante ndaj të tjerëve, duke përfshirë njerëzit që janë

ndryshe nga ata. Ne besojmë se, duke i adresuar çështjen e pabarazisë gjinore dhe duke promovuar një version të shëndetshëm të maskilizmit dhe burrërisë, djemtë kanë mundësi ta përmbushin potencialin e tyre të plotë në shoqëri. Në shoqëritë ku barazia gjinore është më e shpërndarë, përfitimet edhe për burrat edhe për gratë do të vërehen përmes marrëdhënieve më të barabarta, shëndetit më të mirë për burrat dhe gratë dhe ushtrimit më të madh të të drejtave njerëzore nga të gjithë qytetarët.

Histori të ndryshimeve pozitive në rajon

“Nuk isha komunikues dhe nuk flisja shumë. Të gjitha problemet i zgjidhja me dhunë, pra pa negociim. E përdorja dhunën.” Kështu e fillon historinë e tij Branko Bujić, anëtar aktiv dhe edukator në klubin “Bëhu Burrë” në Banja Luka.

Në këtë pjesë, do t’ju prezantojmë disa histori të ndryshimeve pozitive që kanë ndodhur përgjatë viteve, si dhe deklaratat e të rinjve rreth asaj se si pjesëmarrja e tyre në edukim, fushata dhe punë të klubit ka pasur ndikim të dukshëm tek ata dhe në jetët e tyre.

Branko sot është një prej anëtarëve dhe promovuesve më aktivë të klubit, ndërsa e përfundon historinë e tij me fjalët: “Jam rritur me njerëz dhe në lagje ku ky ‘maskilizëm’ ishte i rëndësishëm dhe aty ku ky maskilizëm shfaqej vetëm përmes forcës. Shpesh jam përleshur me djem prej lagjeve të tjera, edhe pse nuk kam pasur ndonjëherë ndonjë problem serioz... Tashmë unë mund të gjej lehtë zgjidhje, kur më paraqitet ndonjë problem, pasi e kam vetëdijen më të ndërgjegjësuar, jam me mendje hapur për çështje që më përkasin mua, por edhe të tjerëve. I kam ‘fshirë’ disa prej njerëzve të këqij nga jeta ime dhe kam lënë disa ‘histori’, pjesë e të cilave nuk doja të isha. Natyrisht, sot familja ime më mbështet, veçanërisht pas 25 Nëntorit, thënë më mirë “Ditës ngjyrë portokalli”, pas të cilës babai im, i cili nuk më mbështeste në atë çka bëja dikur, m’u afrua, pas aksionit në shesh, më dha dorën, më përqafoi e më tha: ‘Të lumtë biri im, vazhdo kështu!’.



Ky është vetëm njëri prej shembujve të shumtë, sepse ne nuk duhet ta harrojmë historinë e Draganit, po ashtu djalë nga Banja Luka, i cili e transformoi jetën e tij plotësisht dhe e tregoi historinë e tij në një mënyrë shumë emocionuese. Nuk do ta citojmë këtu, por do të kërkojmë nga ju që ta lini këtë manual për 9 minuta, të hyni në internet dhe të shkruani në Youtube: *Post war machismo - Story of Dragan Kisin*.

Ka shumë histori të fuqishme dhe emocionale si kjo, prandaj më poshtë do të ofrojmë përmbledhje të deklaratave më të fuqishme prej historive të ndryshimeve pozitive, tanimë të mbledhura nga i gjithë rajoni.

Ishak, Mostar

“Sot jam shumë ndryshe me bashkëmoshatarët e mi. Dikur i ofendoja e i fyeja, dhe këtë e bëja shpesh. Për mua është shumë i rëndësishëm fakti që prindërit e mi po shohin ndryshim pozitiv tek unë. Po punoj shumë në klubin “Bëhu Burrë”, sepse më intereson ky vend dhe njerëzit që janë aty, sepse këtu mblidhen miqtë e mi të mirë”

Ružica, Mostar

“Para se t’i bashkohesha klubit, fjalët e para ishin ‘mos qaj’ dhe ‘mos e godit një vajzë’, por tani e kuptoj se të qenit burrë nuk do të thotë që duhet të jesh më i forti në botë, e as nuk do të thotë që duhet t’i fshehësh emocionet; përkundrazi, do të thotë që burrat duhet të jenë ata që janë, pa turp apo frikë, pasi shfaqja e asaj që ti je, si dhe manifestimi i ndjenjave që ti mbart nuk janë akte të turpshme. Unë e shoh klubin si një familje e vogël, anëtarët e së cilës e mbështesin njëri-tjetrin në çfarëdolloj situatë. Aty kam takuar shumë njerëz pozitivë, të cilët kanë pasur ndikim të madh tek unë, por ata nuk ishin thjesht njerëz nga vendet e tjera; aty takova edhe njerëz nga qyteti im, të cilët nuk do të kisha pasur mundësi t’i takoja, po të mos ishte klubi. Përmes këtij klubi unë e kam larguar frikën e të folurit në publik, jam person më i hapur dhe më i qetë, tashmë di si të përballem me emocionet e mia, në mënyrë të shëndetshme dhe produktive.”

Dženis, Sarajevo

“Duke iu ardhur në ndihmë të tjerëve, e kuptova që edhe unë kisha nevojë për ndihmë. Çdo ditë shfaqeshin probleme të reja, që ne shpeshherë i lëmë ato pas vetes, veçanërisht atëherë kur bëhet shumë e vështirë të dalësh prej atyre problemeve... Mendoja që klubi “Bëhu Burrë” ishte shumë i mërzitshëm, sepse nuk e dija se çfarë ishte ai në të vërtetë e as nuk e dija se kush ishin ata njerëz, ndërsa sot ata njerëz janë familja ime, janë ata që më mundësuan të jem ai që jam sot, pra një person që i ndihmon të tjerët, dëgjon, ofron këshilla dhe i edukon të tjerët për të luftuar kundër dhunës.”

Amer, Sarajevo

“Ishte normale që të shihja përleshje në oborrin e shkollës apo fytyrën e mavijosur e me baltë të dikuajt. Po ashtu, ishte normale që të mos bëja asgjë për të ndalur situatën dhe të regjistroja gjithçka në telefon... Disa vite më pas, fillova t’i edukoj të tjerët kundër gjërave të këqija, pjesë e të cilave isha edhe vetë dikur. E kuptova që ka një jetë tjetër, një jetë më të mirë, në të cilën unë mund tu vij në ndihmë njerëzve dhe të jem shembull për ta.”

Nikola, Belgrade

“Për mua nuk ishte problem që të filloja ndonjë grindje, nëse kaloja pranë dikuajt, dhe më pas thjesht të vazhdoja tutje. Kur dikush tallej me mua, unë vetëm shkoja e godisja, pa menduar. Në njëfarë mënyre, kam mësuar ta kontrolloj mllëfin, nervozizmin dhe arrogancën që e kam nganjëherë. Tani, kur më paraqitet ndonjë problem, provoj ta zgjidh atë në mënyrë të qetë, me fjalë, duke shmangur çfarëdolloj përleshjeje, fyerjeje apo diçka të ngjashme. Kam arritur të rritem dhe ta ndërroj mënyrën time të menduarit dhe klubi “Bëhu Burrë” më ka ndihmuar që ta arrij këtë gjë.”

Miomir, Beograd

“Ndryshimi më i madh që shoh te vetja është fakti që unë nuk përdor dhunë ndaj të tjerëve, me qëllimin që të mbroj veten dhe ‘nderin’ tim. Shpeshherë i kam ngacmuar të tjerët, i kam përqeshur, pa ndonjë arsye. Tashmë qëllimi im është që të ndikoj te njerëzit përreth meje, t’i ndryshoj djemtë e tjerë të rinj dhe ta ndaloj dhunën, e cila është e pranishme në shoqërinë tonë.”

Alban, Pristina

“Kam filluar të kontribuoj shumë më tepër në punët e shtëpisë, si dhe t’i ndihmoj prindërit e mi. E kam kuptuar që duhet t’i ndërrojmë qëndrimet rreth detyrave të meshkujve dhe femrave. Ajo çfarë më duket e rëndësishme te klubi “Bëhu Burrë” është përpjekja për barazi dhe respekti për diversitetet.”

Valentin, Pristina

“Shpeshherë kam abuzuar te të tjerët dhe i kam gjykuar në bazë të mënyrës se si duken apo si vishen. Tashmë ndihem keq për gjërat që kam bërë dhe mundohem të ndikoj pozitivisht te shoqëria ime që ata/ato të mos krijojnë opinione për njerëzit, pa i takuar ata... Është shumë e rëndësishme për mua që ndryshimi im pozitiv njihet nga nëna ime, e cila është shumë krenare për burrin që jam sot.”

Çfarë janë fushatat

Parandalimi i dhunës dhe promovimi i stileve të shëndetshme të stilit të jetesës së rinjve janë pjesë e rëndësishme e një strategjie më të gjerë të komunikimit për të promovuar dhe për të mbrojtur shëndetin e rinjve/rejave në pothuajse çdo shtet modern. Pavarësisht nëse ka të bëjë me dhunën, parandalimin e përdorimit të substancave psiko-aktive apo parandalimin e infeksioneve seksuale të transmetueshme, sistemet moderne të edukimit kombinojnë edukimin formal dhe jo formal në fushatat sociale rreth shëndetit; e gjithë kjo me qëllimin që të eliminohen faktorët e rrezikut, që janë thelbësore për shëndetin. Fushatat jo vetëm që e kanë fuqinë të ndikojnë tek faktorët e rrezikut, por mund edhe të jenë forcë udhëheqëse, mund ta mobilizojnë të rinjtë dhe të rriturit që të angazhohen në mënyrë aktive në transformimin e ambientit, në të cilin jetojnë apo shkollohen, me qëllim që të arrijnë rezultate më gjithëpërfshirëse dhe komplekse rreth shëndetit.

Fushatat publike të shëndetit mund të jenë të suksesshme në transmetimin e mesazheve publike te grupet më të mëdha të popullatës, në nivel të komunitetit, shkollës apo të gjithë vendit, nëse ato janë të projektuara në mënyrë strategjike dhe nëse tek ato integrohen parime dhe teori të komunikimit efektiv (Fox, Sixsmith, Doyle, Barry, 2014). Kësisoj, fushatat mund të jenë mënyra të dobishme dhe efektive në promovimin e shëndetit dhe në parandalimin e dhunës; dhe sot ato perceptohen si një aspekt i rëndësishëm i parandalimit dhe kontrollimit të sjelljeve që duam të ndryshojmë (Fox etj., 2014).

Fushatat publike dhe ato në shkolla duhet të përfshijnë një gamë të gjerë të strategjive të komunikimit dhe aktiviteteve, me qëllim që të shpërndajnë informacione të përshtatshme dhe motivuese për moshën e caktuar, dhe kështu të mobilizojnë një grup specifik që të shfaqë qëndrime pozitive ndaj problemeve të ngritura nga një fushatë e caktuar.

Fushatat mund të hartohen me qëllimin që të ndërgjegjësojnë rinjtë për çështje shoqërore dhe shëndetësore, por në kombinim me edukimin ato mund t'i fuqizojnë të rinjtë/rejat që të njohin rreziqet, të mendojnë në mënyrë kritike rreth vendimeve që marrin, të njohin lidhjet e pasqyruara dhe të marrin vendimet më të mira për vete dhe ambientin e tyre. Gjithashtu, fushatat mund të hartohen në atë lloj mënyre që mesazhet e qarta dhe informatat e ndryshme të ndikojnë pozitivisht në njohuri, qëndrime, vlera, besime dhe sjellje. Por një ndikim kaq kompleks nuk mund të arrihet, nëse ndërhyrjet apo aktivitetet janë të shkurtra dhe nëse ato nuk bazohen në një qasje strategjike që ngre çështje të rëndësishme, të cilat janë parakusht për të arritur ndikimin e dëshiruar.

Përmes fushatave mund ta ndryshojmë nivelin e informacionit, të ndikojmë pozitivisht tek njohuritë rreth temave specifike, të ndikojmë te qëndrimet, te vlerat, besimet, dhe sidomos të ndikojmë te sjelljet. Gjithashtu, përmes fushatave ne mund të ndikojmë te ‘klima’, pra të krijojmë parakushtet për të rinjtë/rejat që të praktikojnë më lehtë sjellje, besime dhe qëndrime pozitive.

Shembull:

Dhuna ushqehet nga vëmendja dhe njerëzit me sjellje të dhunshme, më së shpeshti e bëjnë këtë në prani të të tjerëve. Në këtë mënyrë, ata demonstrojnë fuqi dhe superioritet në raport me viktimën dhe, në të njëjtën kohë, nëse shoqëria i ‘aprovon’ sjellje të tilla, personi që ushtron dhunë, për shkak të vëmendjes dhe qëndrimit të shoqërisë, mund të mendojë se dhuna që ai/ajo e ushtron kontribuon në statusin shoqëror të tij/saj. Kështu, audienca bëhet dëshmitare e dhunës dhe reagimi i audiencës ndikon në faktin se a do të vazhdojë ai person të jetë i dhunshëm apo jo.



Fushata **“Reago Njerëzishëm”** dhe seminarët shtesë ndihmojnë t’i njohin të rinjtë me këto parime, t’i ndryshojnë qëndrimet e tyre rreth “rezultateve pozitive të dhunës”, t’i transformojnë bindjet e tyre për dhunën, si një fenomen i padëmshëm, veçanërisht kur bëhet fjalë për format që janë të identifikuar në shoqëri si “më pak të dëmshme” ose që janë fshehur pas termit “shaka”. Çdo dhunë prodhon ndjenja negative për ata/ato që ekspozohen ndaj saj dhe është e nevojshme që të rinjtë ta dinë që çdo dhunë prodhon dhimbje, vuajtje dhe pakënaqësi. Fushata “Reago Njerëzishëm” është projektuar me qëllim që t’i inkurajojë të rinjtë që të reagojnë pozitivisht në situatat e dhunës – i njofton ata/ato se çfarë mund të bëjnë, si dëshmitarë që të parandalojnë dhunën, ta ndalojnë atë kur e shohin dhe inkurajon sjelljet proaktive dhe proshoqërore të bashkëmoshatarëve, si pjesë të rëndësishme të një strategjie parandaluese. Fushata “Reago Njerëzishëm” inkurajon dhe u mundëson të rinjve që ta ndërrojnë kulturën e sjelljeve rinore, dërgon një mesazh të qartë se reagimi është sjellje e dëshiruar dhe se si ata/ato mund të reagojnë në situata të ndryshme, në atë mënyrë që të mos e rrezikojnë vetë sjelljen e tyre. Pikërisht ky ndikim në grup më të gjerë bashkëmoshatarësh dhe promovimi i sjelljeve të dëshiruara, si dhe ndikimi kulturor bëhen të mundura përmes fushatave. Seminarët kanë për qëllim që t’i edukojnë të rinjtë dhe të rejat dhe t’i përgatisin ata/ato të kuptojnë dhe të jetojnë sipas mesazheve të fushatës.

Pse është e rëndësishme të ndikohet te qëndrimet, vlerat dhe besimet përmes fushatave rinore

Gjatë adoleshencës, të rinjtë/rejat i lidhin qëndrimet e tyre, vlerat dhe opinionet me ndikime social-kulturore, në vend të njohurive, përvojës personale dhe informacionit që ata/ato e posedojnë. Sjellja dhe vendimmarrja janë drejtpërsëdrejti të lidhura me besimet njerëzore, qëndrimet dhe vlerat.

Besimet janë një ndjenjë e brendshme se diçka është e vërtetë, edhe pse ajo jo domosdoshmërisht është e vërtetë, apo e bazuar shkencërisht. Një shembull konkret është besimi se, nëse një mace e zezë ta pret rrugën, do të të sjellë fat të keq. Një person që e praktikon këtë besim mund të ndihet keq kur kalon në një rrugë, ku më parë i ka kaluar një mace e zezë dhe nganjëherë, për shkak të të njëjtit besim, mund të zgjedhë të kalojë në një rrugë tjetër, për shkak të frikës nga ‘pasoja’. Nga ky shembull, lehtësisht arrijmë në përfundimin se besimet nuk duhet të jenë domosdoshmërisht të sakta, besimet mund të ekzistojnë pa bazë shkencore që do të mund ta konfirmonte vërtetësinë e atij besimi. Ky shembull, gjithashtu tregon lidhjen mes bindjeve (një aksident që mund të ndodhë për shkak të maces së zezë) dhe sjelljes (personi zgjedh rrugën tjetër).

Vlerat mund t’i përshkruajmë si matje të lidhjes personale me diçka. Vlerat gjithashtu mund të shpjegohen si parime, standarde ose karakteristika që një person ose një grup i sheh si tejet të rëndësishme. Kështu, vlerat kanë ndikim të drejtpërdrejtë dhe mund të themi që ato diktojnë në mënyrën tonë të jetesës dhe te vendimet që ne marrim. Më së shpeshti, vlera është e formuar sipas një besimi të caktuar. Dikush mund të ketë vlera për mbrojtjen e lumenjve dhe maleve, përderisa për një person që eksploron lumenjtë dhe malet këto vlera do të ndryshojnë dukshëm në raport me personin që do t’i mbrojë ato. Vlerat mund të ndikojnë në mënyrën se si një person mendon, si dhe në konkluzionet e një personi rreth një çështjeje të caktuar.

Në vendin tonë njerëzit e perceptojnë familjen si qelizën bazë të shoqërisë dhe në këtë kontekst ata e reflektojnë këtë besim në qëndrimin ndaj familjes. Normat e ngurta shoqërore që ekzistojnë në Ballkan kontribuojnë në zhvillimin e vlerave që janë të ndërlidhura me pabarazinë gjinore. Burrat e rinj dhe gratë e reja jo vetëm vlerësojnë karakteristika të ndryshme, në mënyra të ndryshme nga njëri-tjetri, por, në kontekst më të gjerë, djemtë dhe vajzat nuk do vlerësohen njëllë. Në disa komunitete, fëmijët meshkuj janë më të ‘dëshiruar’ sesa fëmijët femra dhe djemve u ofrohen më shumë mundësi për shkollim, sporte dhe argëtim sesa vajzave. Rolet gjinore të burrave dhe grave gjithashtu dallojnë dukshëm. Për shembull,

në komunitete, ku një vlerë e veçantë u jepet grave si nëna ose amvisa, gratë ose vajzat që nuk planifikojnë të krijojnë familje, por dëshirojnë të ndjekin arsimin e mëtejshëm ose karrierën, mund të stigmatizohen nga anëtarët e familjes, fqinjët dhe personat e tjerë të rrethit të afërm. Gjatë rritjes, djemtë gjithashtu janë në presion të vazhdueshëm prej pritshmërive shoqërore. Karakteristikat e maskilizmit, si fuqia, dominimi, superioriteti, kurajo, mbrojtja e nderit dhe agresiviteti shpeshherë cilësohen si karakteristika pozitive dhe të dëshiruara të maskilizmit, kështu që djemtë mund t'i vlerësojnë këto karakteristika si të rëndësishme dhe e adaptojnë sjelljen e tyre si të mirëqenë me vlerat e pranuar nga shoqëria, pavarësisht aftësive personale, dëshirave dhe aftësive të tyre. E gjithë kjo na çon te përfundimi që fushatat dhe edukimi mund të jenë promovues të fuqishëm të vlerave pozitive që kontribuojnë në barazi mes të rinjve, që promovojnë individualitetin dhe inkurajojnë zhvillimin e një identiteti që bazohet në vlera pozitive dhe të barabarta për barazinë gjinore, si dhe vlera që janë në përputhje me parimet themelore të të drejtave dhe lirive të njeriut.

Vlerat: një varg besimesh që ndikojnë në mënyrën se si njerëzit përcaktojnë se çfarë është e mirë dhe çfarë është e keqe. Vlerat dallojnë nëpër botë, nëpër familje dhe kultura. Sidoqoftë, disa vlera janë krejtësisht universale, të pranuar si karakteristika të sjelljes njerëzore të moralshme. Vlerat rriten në raport me faktorë të ndryshëm dhe disa prej tyre përfshijnë:

- | | |
|--------------------------|--|
| › familje, | › muzika, |
| › shoqëri, | › media, |
| › bashkëmoshatarë | › kultura dhe konteksti shoqëror, |
| › besime fetare, | › teknologjia, |
| › shkolla, | › historia |

Qëndrimi: paraqet mënyrën se si një person shprehet apo aplikon besimet personale dhe vlerat dhe mënyrën se si ai person i shfaq ato në trajtën e fjalëve apo të sjelljeve. Shembull: Shqetësohem nga informacioni që një nxënës në shkollë përjeton çdo ditë dhunë nga bashkëmoshatare.

Por kur flasim për fëmijët dhe adoleshentët dhe kur e njohim cënueshmërinë e tyre, në kontekst të ndjeshmërisë ndaj presionit bashkëmoshatar, është lehtë të arrijmë në përfundimin se vlerat, besimet dhe qëndrimet janë të varura prej ndikimeve, dhe këto ndikime mund të jenë pozitive apo negative.

Të rinjtë duhet të mësojnë ta kuptojnë lidhjen që një person ka me bindjet, vlerat dhe qëndrimet, në raport me sjelljet dhe vendimet që ai person merr. Bashkëmoshatarët mund të inkurajojnë ndryshime pozitive përmes transformimit të qëndrimeve, vlerave dhe besimeve ekzistuese, gjë që mund të sjellë rezultate më të mira për një të ri/re. Fushatat kanë dëshmuar që janë mjete ndikuese për të gjitha çështjet e lartpërmendura.

Fushatat e suksesshme dhe ato të pasuksesshme

Me qëllim që fushata të jetë e suksesshme, është e nevojshme të ngrihen çështje që janë të përshtatshme për grupin, të cilit ia drejtojmë mesazhet e fushatës, si dhe ajo duhet të jetë e harmonizuar me kontekstin lokal (një gamë e gjerë e faktorëve social-kulturore. Për shembull, nëse fushata jonë është që të trajtojmë çështjen e dhunës në shkolla, ne na duhet të kuptojmë se cila formë e dhunës është më e shpeshtë, pse ajo formë është më e shpeshtë dhe cilat janë pasojat potenciale të dhunës që ekziston në një hapësirë të caktuar, çfarë mendojnë të rinjtë/rejat rreth dhunës ndaj së cilës janë të ekspozuar, të kuptojmë nëse të rinjtë/rejat e perceptojnë dhunën si problem aktual apo nëse ata/ato perceptojnë forma të ndryshme të dhunës, si sjellje të padëmshme. Përgjigjet ndaj pyetjeve të ngritura paraprakisht ndihmojnë krijuesit e fushatës (shkollat dhe të rinjtë/rejat në shkolla) që të ndërlidhin mesazhet e fushatës së tyre me realitetin dhe t'i bëjnë ato në përputhje me qëllimet e caktuara të fushatës.

Nëse shkolla planifikon të krijojë një fushatë, është e rëndësishme **që të përcaktohen rezultatet e fushatës në fillim**. A duan ta përdorin fushatën që të informojnë të rinjtë/rejat rreth një çështjeje të caktuar apo dëshirojnë të ndikojnë qëndrimet e të rinjve/rejave rreth asaj çështjeje? Pa marrë parasysh se çfarë është bërë në të njëjtën temë, qasjet ndaj fushatës do të jenë të ndryshme, duke e ditur që informimi është rezultati më i thjeshtë i fushatës, dhe ndryshimi i qëndrimeve është qëllim kompleks që kërkon aplikimin e strategjive të ndryshme të komunikimit.

Nuk ka lidhje të drejtpërdrejtë mes mesazheve që dëshirojmë t'i përçojmë te grupet e caktuara dhe reagimeve të këtyre grupeve ndaj mesazheve. Është e rëndësishme të kuptojmë se jo të gjithë të rinjtë/rejat reagojnë njëllë ndaj një mesazhi. Nëse, për shembull, dëshirojmë ta trajtojmë çështjen e dhunës në fushatë, janë tre grupe të synuara që mund të ndikohen përmes shkollës, duke përdorur mesazhe të fushatës:

1. Të rinjtë/rejat që janë të ekspozuar ndaj dhunës
2. Të rinjtë/rejat që ushtrojnë dhunë
3. Të rinjtë/rejat që shohin dhunë

Fushatat më gjithëpërfshirëse inkuadrojnë si prindërit, ashtu edhe nxënësit. Shumë prindër mund t'i inkurajojnë fëmijët e tyre që t'i përgjigjen dhunës me dhunë, gjë që është faktor i rëndësishëm i dhunës. Disa prindër e justifikojnë përdorimin e alkoolit, të prirë nga qëndrimi se alkooli është një fenomen i pranuar në shoqëri. Mbase, disa prindër do të turpërohen

që fëmijët e tyre marrin pjesë në seminare rreth shëndetit seksual e riprodhues. Hulumtimet tregojnë se fushatat që përfshijnë prindërit mund të kontribuojnë në mobilizimin e prindërve, pasi ata u japin dhe u ofrojnë kështu një përkushtim e mbështetje më të madhe të rinjve/rejave dhe shkollave, në përpjekjet e përbashkëta që ta bëjnë jetën e të rinjve/rejave më të shëndetshme, më të sigurt dhe më të mirë. Ne mund t'i përdorim fushatat që të trajtojmë të gjitha çështjet e lartpërmendura dhe të krijojmë një kuptueshmëri se të gjitha aktivitetet që realizohen janë në interesin e nxënësve, gjë që mund të jetë edhe mesazh i fushatës.

Nga ana tjetër, hulumtimet tregojnë se në shkolla ku, një apo më shumë mësimitdhënës perceptojnë forma të ndryshme të dhunës (thashethemet, ngacmimet dhe etiketimet), si sjellje natyrale dhe të padëmshme të të rinjve (dhuna e konsideruar si 'shaka'), efekti i parandalimit të dhunës është konsiderueshëm më i dobët, në krahasim me shkollat ku nuk ka ndonjë mësimitdhënës që mban qëndrim pozitiv ndaj rasteve të dhunës. Kështu, në raste të tilla, fushatat dhe politikat e shkollës duhet të dërgojnë mesazh të qartë se nuk ka tolerancë për ndonjë formë të dhunës; këto mesazhe duhet t'u drejtohen prindërve dhe të rinjve/rejave. Kështu, edukimi i prindërve dhe i mësimitdhënësve rreth dhunës mund të jetë pjesë e rëndësishme e fushatës që shkolla është duke realizuar.

Por të kthehemi te nxënësit dhe te fushatat që dëshirojmë t'i përdorim për të parandaluar dhunën te të rinjtë. Prej shembullit të mëposhtëm mund të vëreni se sa komplekse është lidhja mes mesazheve dhe sjelljeve të dëshiruara:

Nëse u drejtohem të rinjve që janë dëshmitarë të dhunës, ky grup i popullatës mund të ndahet në të rinjtë dëshmitarë të dhunës dhe reagojnë në mënyrë aprovuese ndaj dhunës (duke qeshur, duke i dhënë kurajë personit që ushtron dhunë); në grupin e të rinjve që shohin dhunë, por që nuk reagojnë fare; në grupin e të rinjve që e kundërshtojnë dhunën që shohin (i kundërvihen një personi ose grupi që ushtron dhunë, e inkurajojnë viktimën që të kërkojë ndihmë dhe të thërrasë autoritetet përkatëse për ta ndaluar dhunën). Është shumë e qartë që një mesazh nuk mund të përdoret për të komunikuar me të tre grupet që shohin dhunë, sepse ndryshimi i pritur nuk është i njëjtë në këto grupe. Mbase dëshirojmë ta përdorim fushatën që të ndikojmë te vetëdija dhe te qëndrimet e të rinjve që e inkurajojnë dhunën ose mbase dëshirojmë të mbështesim të rinjtë që e kundërshtojnë dhunën me sjelljet e tyre pro shoqërore dhe pozitive, strategji kjo shumë e rëndësishme për parandalimin e dhunës. Prej këtyre shembujve është e qartë që mesazhet e fushatës duhet t'u drejtohen grupeve specifike dhe duhet të hartohet në përputhje me ndryshimin që dëshirojmë ta arrijmë. Megjithatë, është e mundur që të krijohen një varg mesazhesh që janë pjesë e një fushate më të gjerë, që i përfshin të gjitha grupet. Një shembull për këtë është fushata "Reago njerëzishëm", e cila është e përqendruar në krijimin e një ambienti, në të cilin ata/ato që shohin dhunën bëhen agjentë aktivë në ndalimin e saj.

Transformimi i kulturës dhe normave në nivel shkollor

Stilet e pashëndetshme të jetesës dhe dhuna shpesh bashkëjetojnë me njëra-tjetrën, për arsye se në ambientin e të rinjve dhe të rejave ekzistojnë norma apo predispozita kulturore për ekzistencën e formave të dëmshme të sjelljes dhe dhunës. Konteksti social në nivel të komunitetit dhe mikro-ambientet, si shkollat, shpesh identifikohen si faktor i rëndësishëm, i cili duhet të transformohet, në mënyrë që të arrijë një parandalim efektiv dhe eliminim të sjelljeve që nuk sjellin rezultate të shëndetshme. Nëse ekziston një qëndrim kolektiv midis të rinjve, se të rinjtë dhe të rejat pinë alkool në një moshë të caktuar (për shembull, në vitin e parë të shkollës së mesme), një qëndrim dhe besim i tillë kolektiv mund të jetë inkurajues për fillimin e përdorimit të alkoolit nga të rinjtë dhe të rejat. E njëjta vlen edhe për duhanin, substancat psiko-aktive dhe fenomene të tjera jo të shëndetshme, të cilat mund të ndodhin si rezultat i normave ekzistuese. Normat mund t'i dekurajojnë të rinjtë dhe të rejat për të kërkuar ndihmë kur ata dhe ato me të vërtetë kanë nevojë për të. Një shembull mund të jetë dhuna dhe raportimi i dhunës. Nëse flet më të rinjtë dhe të rejat, dhe i pyet për të karakterizuar një person, i cili raporton dhunën, shumë prej tyre do ta quajnë atë person "tradhtar" ose një person i tillë do të identifikohet si qurravec ose spiun, nga po i njëjti grup; kjo gjë më së shpeshti ndodh te djemtë. Një normë e tillë grimore shpesh i dekurajon të rinjtë dhe të rejat për të kërkuar ndihmë, dhe ata që e bëjnë një gjë të tillë shpesh janë të izoluar nga shoqëria, të stigmatizuar apo jo të pranuar nga bashkëmoshatarët e tyre, për shkak të kësaj. Duke qenë të vetëdijshëm për norma të tilla, të rinjtë dhe të rejat vendosin t'i zgjidhin vetë në mënyrë të pavarur disa probleme, por pa mbështetje profesionale ata nuk mund ta bëjnë një gjë të tillë në mënyrë të suksesshme. Hulumtimet tregojnë se normat mund të jenë një faktor shumë më kompleks dhe negativ për shëndetin e të rinjve dhe të rejave, për arsye se normat shoqërore shpesh i inkurajojnë djemtë të jenë të fortë, të fuqishëm, të mos shfaqin frikë e mos të kërkojnë ndihmë. Rezultati është që shumë djem, deri në një moshë të vonë, nuk kërkojnë ndihmë mjekësore ose nuk i shfrytëzojnë shërbimet e kujdesit shëndetësor, të cilat janë shumë të rëndësishme për të mirëmbajtur shëndetin dhe për t'i eliminuar faktorët e rrezikshëm që mund të rrezikojnë shëndetin.

Nëse në një shkollë të caktuar ekziston një masë kritike e të rinjve dhe të rejave që perceptojnë forma të caktuara të dhunës (etiketimi, thashethemet, ngacmimi etj.), si forma normale të sjelljes, të cilat nuk janë të dëmshme për ata që ekspozohen ndaj tyre, në këtë rast fushata duhet të inkurajojë një ndryshim qëndrimi të të rinjtë dhe të rejat, në atë mënyrë që forma të tilla të sjelljes të njihen si të dëmshme, si dhe duhet që në mënyrë aktive t'i kundërshtojë fenomene të tilla.

Raportimi i dhunës

Qëllimi kryesor i fushatës është të ndikojë në mënyrën se si audienca mendon për një çështje të caktuar. Nëse grupi i synuar tashmë beson se, për shembull, dhuna është një problem shumë serioz social, atëherë krijuesit e fushatës duhet të zhvillojnë mesazhe që mbështesin supozime dhe besime të tilla të audiencës. Në atë rast, mesazhet mund të zgjerohen me mesazhe të tjera shtesë, të cilat e mobilizojnë grupin për t'u përballur me këtë problem në mënyra të përcaktuara nga mesazhet e fushatës. Sidoqoftë, nëse anëtarët e audiencës, së cilës i drejtohem përmes fushatës nuk e shohin dhunën si një problem të pranishëm dhe serioz, apo nuk shqetësohen për dhunën, krijuesit e fushatës duhet të krijojnë një strategji të komunikimit, e cila do të ndikojë në mënyrë pozitive në ngritjen e vetëdijes dhe shqetësimin e audiencës për çështjen në fjalë (Schement, 2002).

Në mënyrë që fushata **të jetë efektive**, ajo duhet të hartohet në mënyrë të tillë që të mund të ndikojë në ndryshimin e besimeve, vlerave, qëndrimeve dhe sjelljeve të individëve dhe grupeve. Kur një fushatë e komunikimit ndryshon vetëdijen e grupit të synuar për një çështje të caktuar, vetëm atëherë krijohet mundësia për t'i përshtatur qëndrimet dhe sjelljet e grupit në pajtueshmëri me mesazhet dhe rekomandimet e fushatës. Fushata gjithashtu duhet ta motivojë grupin e caktuar për ndryshimin, të cilin synojmë ta arrijmë përmes mesazheve të fushatës.

Fushatat, të cilat janë të planifikuara apo të zbatuara nga shkollat, mund të përfshijnë lloje të ndryshme të medias, përmes të cilave të transmetojnë mesazhet te grupi i synuar – nxënësit. Shkolla mund të shfrytëzojë një sërë mjedesh të komunikimit: postera shkollorë, mesazhet shkollorë, pamflete apo broshura, faqet e internetit të shkollës dhe profilet e rrjeteve sociale, takimet, debatet, tryezat e rrumbullakëta, debatet publike, pikat e informacionit dhe organizimit të aktiviteteve të fushatës në shkollë dhe jashtë saj. Përmes kombinimit të strategjive të përmendura më lart, gjasat që fushata të jetë e suksesshme dhe efektive rriten dukshëm. Gjithashtu, përdorimi i një rangu më të gjerë të aktiviteteve e rrit mundësinë që mesazhet e fushatës të mbërrijnë te një numër më i madh i të rinjve dhe të rejave, por gjithashtu një person i vetëm do të ekspozohet ndaj mesazheve nga disa burime të ndryshme.

Duke marrë parasysh prapavijën shumëdimensionale të dhunës dhe shëndetit, fushatat efektive po zhvillojnë mesazhe, të cilat përfshijnë shumë dimensione të problemit, dhe mesazhet po shpërndahen duke shfrytëzuar kanale të shumëllojshme të komunikimit njerëzor. Në këtë kontekst, transmetuesit e pashmangshëm të mesazheve të fushatës duhet të jenë të rinjtë dhe të rejat. Asnjë mjet komunikimi nuk ka fuqi në kontekstin e ndikimit ashtu siç kanë të rinjtë. Të rinjtë janë krijuesi i ambientit bashkëmoshatar dhe i normave që ekzistojnë në një hapësirë të caktuar, prandaj ata kanë fuqinë t'i transformojnë ato norma.

Fushata gjithashtu mundet dhe duhet të përfshijë prindërit, mësimdhënësit dhe pjesëmarrësit e tjerë në procesin mësimor. Në këtë mënyrë, krijuesit e fushatës e inkurajojnë ndryshimin në një kontekst më të gjerë, dhe përfitimin më të madh nga e gjithë kjo e kanë të rinjtë dhe të rejat.

Adoleshenca, identiteti dhe mbështetja e individualitetit të shëndetshëm

Adoleshenca përfaqëson një periudhë të ndryshimeve të theksuara fiziko-psikologjike dhe të rinjtë e të rejat eksperimentojnë me identitete të ndryshme në këtë periudhë. Kontestimi i individualitetit të dikujt, përmes prizmit të pritshmërive shoqërore, është një parakusht i rëndësishëm për formimin e identitetit, dhe identiteti gjinor në këtë moshë të re shoqërohet me normat gjinore dhe rolet e perceptuara gjinore. Eksperimentimi me identitete është gjë e natyrshme dhe pozitive, duke qenë se adoleshenca në vetvete është transformim i një fëmije në një të rritur, dhe ky proces natyrisht është dinamik, ndaj dhe mbështetja e të rriturve dhe e bashkëmoshatarëve, e cila është baza e socializimit dhe procesit të rritjes, është e nevojshme për të rinjtë dhe të rejat. Të ndihmuarit e të rinjve dhe të rejave, për të kuptuar ndërvarësinë e individualitetit dhe të ndikimeve sociale, është parakusht i rëndësishëm për të kundërshtuar normat e dëmshme dhe të ngurta, të cilat mund të inkurajojnë forma të dëmshme e të dhunshme të sjelljes.

Përgjatë adoleshencës, përmes ndërveprimit me bashkëmoshatarë, secili i ri zhvillon individualitetin e vet dhe, përfundimisht, identitetin e vet. Lidhjet romantike, shoqëritë, takimet dhe lidhjet në sferën e hapësirës virtuale janë burim kyç i zhvillimit të secilit person. Fatkeqësisht, për disa të rinj dhe të reja, ndërveprime të tjera mund të jenë joproduktive, sidomos nëse lidhjet, qofshin shoqërore, romantike dhe të tjera, janë të dëmshme e të bazuara në fuqi të pabarabartë vendimmarrëse.

Përgjatë vitit të parë të implementimit të Programit Y, jemi duke u munduar t'i fuqizojmë të rinjtë dhe të rejat që të njohin normat e dëmshme dhe paragjyquese, të ndikojmë tek qëndrimet e tyre dhe t'iu ofrojmë burime kognitive dhe psiko-sociale, që t'i kundërshtojnë këto norma në mënyrë efektive. Ne nuk duam thjesht të ndikojmë tek qëndrimet dhe ndërgjegjësimin e tyre, në lidhje me normat, por duam t'i përfshijmë ata dhe ato përmes aktiviteteve të fushatës dhe seminareve për transformimin e normave drejt formësimit të një sistemi të ri të vlerave, i cili i kontribuon shëndetit dhe mirëqenies së përgjithshme të secilit adoleshent dhe secilës adoleshente.

Shumë burra të rinj dhe gra të reja rriten me bindjen se të gjithë bashkëmoshatarët e tyre janë aktivë seksualisht, se shumica e njerëzve përdorin alkool apo substanca të tjera psiko-aktive, se ekzistojnë forma të buta të dhunës që nuk lënë pasoja dhe, me bindje të tilla, ata shpesh janë në rrezik të zhvillojnë ndjeshmëri më të madhe ndaj ndikimeve të bashkëmoshatarëve dhe të mësojnë forma të dëmshme të sjelljeve. Prandaj, semestri i parë, me modulet e përshtatshme dhe aktivitetet e fushatës i familjarizon pjesëmarrësit/et me normat që ekzistojnë në shoqëri, duke u kushtuar rëndësi të veçantë normave të dukshme, duke iu referuar individualitetit, si një parakusht i rëndësishëm për të kundërshtuar ndikime të tilla.

Nga ana tjetër, ndjenja e përkatësisë dhe e pranueshmërisë është rezultat i rëndësishëm për secilin adoleshent. Vetëm pse duan ti përkasin grupit dhe të jenë të pranuar, të rinjtë dhe të rejat janë të prekshëm nga ndikimet sociale si dhe mikro e makro normat, të cilat ekzistojnë në rrethin e tyre të afërt.

Përvoja në zbatimin e Programit Y është pozitive dhe, përmes vlerësimit të efektivitetit të programit, hulumtuesit kanë identifikuar një lidhje të drejtpërdrejtë ndërmjet fushatave, seminareve dhe zhvillimit të një kulture pozitive, e cila kontribuon në transformimin e sjelljeve jo të shëndetshme dhe promovimin e formave të shëndetshme të sjelljeve tek të rinjtë dhe të rejat.

Nëse u kushtoni vëmendje rezultateve të përcaktuara të vitit të parë, të cilat mund të gjenden në Manualin Programi Y, një hapësirë e rëndësishme është e rezervuar për ndryshimin e qëndrimeve, si parakusht për përshtatjen dhe promovimin e sjelljeve dhe shprehive të shëndetshme.

Fushatat dhe qasja gjithëpërfshirëse në punën me të rinj dhe të reja

Qasjet gjithëpërfshirëse në punën me të rinj dhe të reja përfshijnë një përjasje shumë më komplekse në të mësuarit sesa metodat e zakonshme, të cilat prezantohen në sistemin tonë arsimor. Përpos informacionit, njohurive dhe zhvillimit të **aftësive, programet gjithëpërfshirëse kanë për qëllim të zhvillojnë një kulturë pozitive ndërmjet nxënësve, e cila komplikon efektet e edukimit dhe dukshëm kontribuon në rezultate më të mira** shëndetësore.

Qasja gjithëpërfshirëse mund të lidhet me një shumëllojshmëri informacionesh të bazuara shkencërisht, të përfshira në një kurrikulë të caktuar, por gjithashtu mund të mbulojë qasje të ndryshme të komunikimit, të përdorura për të kompletuar procesin e mësimdhënies dhe procesin e të mësuarit. Qasja gjithëpërfshirëse mund të përfshijë planifikimin individual të kurrikulave, rregullimin e kurrikulave në bazë të prirjeve apo nevojave të nxënësve, aplikimin e sistemeve të veçanta të mbështetjes për nxënës dhe prindër, edukimin e prindërve, qasje të strukturuar në mësim dhe aplikimin e një sistemi mbështetës për forma pozitive të shprehive (Fushata Reago Njerëzishëm!). Të gjitha këto kërkojnë investim dhe kontribut shtesë, për të bërë një program të veçantë me të gjitha aktivitetet shoqëruese një tërësi, duke siguruar kështu më shumë cilësi dhe përgjigje sistematike ndaj nevojave të veçanta të nxënësve.

Shumë programe edukative joformale, të cilat kombinojnë aktivitete edukative me fushata të synuara, të cilat janë zbatuar nëpër shkolla, kanë treguar se kjo qasje komplekse jo vetëm u dhuron nxënësve njohuritë dhe aftësitë e duhura, por përmes një serie fushatash të udhëhequra nga nxënësit ka sjellë deri te formimi i mikro-prirjeve të veçanta për një shkollë apo komunitet të caktuar, në të cilin është realizuar (CARE International, 2011).

Fushatat në shkolla nuk duhet të kufizohen në përdorimin e posterave të bërë nga nxënësit dhe më pas të prezantuara përmes aktiviteteve shtesë në shkolla. Fushatat mund të përfshijnë aktivitete jashtëshkollore, vizita në institucione të veçanta shëndetësore, organizimin e ngjarjeve publike të projektuara nga nxënësit dhe mësuesit, në mënyrë që të rrisin ndërgjegjësimin publik dhe profesional për një çështje të caktuar. **Aktivizimi rinor mund të jetë dhe, në shumë raste, është gjenerator i ndryshimeve pozitive.**

Fushatat në shkollë dhe fushatat e udhëhequra nga shkolla janë bërë shumë të famshme në mbarë botën. Hulumtime, të cilat kanë matur efektet e këtyre fushatave, kanë ofruar konkluzione interesante dhe të shumëllojshme, të cilat tregojnë se fushatat shkollore, si shtesë në procesin mësimor, kanë pasur potencial të madh për të kontribuar pozitivisht në procesin edukativ. Studimi HEALTHY [SHËNDETSHËM] ka përfshirë një program trevjeçar ndërhyrjesh, të cilat kanë pasur për qëllim të ndryshojnë sje-

lljet e nxënësve, për të reduktuar rrezikun e zhvillimit të diabetit të tipit 2 (Schneider, DeBar, Calingo, Hall, Hindes, Sleight... dhe Steckler, 2013). Studimi ka matur korrelacionin ndërmjet ekspozimit të studentëve ndaj materialeve të komunikimit (pamfleteve, broshurave dhe posterave) të fushatës dhe ndryshimeve biheviorale (sjellore) të nxënësve, të cilat u janë ekspozuar aktiviteteve të fushatës. Hulumtimi ka shfaqur një lidhje të veçantë mes përdorimit të materialeve të përshtatura dhe ndryshimeve pozitive në sjelljen e nxënësve. Në përmbyllje të hulumtimit, është theksuar se në kontekstin e ndërhyrjeve shumë – dimensionale për promovimin e shëndetit (sinergia e edukimit dhe fushatave), shkollat, të cilat arrijnë të ekspozojnë një numër më të madh nxënësish ndaj materialeve të komunikimit dhe aktiviteteve plotësuese, mund të stimulojnë ndryshime më të theksuara shëndetësore në sjelljen e nxënësve.

Në bazë të hulumtimeve të realizuara nga CARE International – zyra në Bosnjë e Hercegovinë, fushatat e organizuara, në bashkëpunim me shkolla, në të cilat është zbatuar një edukim bashkëmohatar i bazuar në metodologjinë e Programit Y, ka luajtur një rol të rëndësishëm në transformimin e qëndrimeve dhe ndryshimin e sjelljeve të të rinjve dhe të rejave (Dušanić, 2017). Fushatat jo vetëm që kanë promovuar qëndrime dhe vlera jo të dhunshme, por ka edhe indikacione se ato kanë sjellë përmirësimin e qëndrimeve që lidhen me barazinë gjinore, shëndetin dhe jetesën e shëndetshme. Në raportin e tij vlerësues, hulumtuesi thotë: **sa më e madhe përfshirja në punën e BMC** (fushata për promovimin e karakteristikave pozitive të maskilizmit dhe feminizmit), **ekspozimi ndaj fushatës dhe pjesëmarrja në seminare janë të lidhura në disa qytete me: pjesëmarrje më të madhe në çështje familjare në shtëpi, qëndrime më të barabarta gjinore dhe njohuri më e madhe rreth shëndetit seksual dhe riprodhues, shkallë dhune më të vogël midis bashkëmohatarëve dhe ndaj partnerëve intimë, si dhe ulje në nivelin e konsumimit të alkoolit.** Të gjitha këto të dhëna tregojnë se të gjitha aspektet e punës (pjesëmarrja në punën e klubit “Bëhu Burrë”, në fushata dhe seminare) kontribuojnë në përmirësimin e qëndrimeve dhe sjelljeve të burrave të rinj dhe vajzave të reja në sfera të ndryshme të jetës së tyre. Një ndikim më i fuqishëm është arritur tek ata që kanë marrë pjesë në klubin “Bëhu Burrë”. Kjo nuk është surprizë, sepse të gjithë pjesëmarrësit nga Klubi “Bëhu Burrë” kanë qenë më aktivë dhe më të përkushtuar në të gjitha aktivitetet e programit. Prandaj është e lehtë të vijmë në përfundimin se përfshirja e drejtpërdrejtë e të rinjve dhe të rejave në krijimin e fushatave, si shtesë e aktiviteteve edukative, kontribuon në përfshirjen më të madhe të tyre në promovimin e komunikimit jo të dhunshëm dhe të stileve të shëndetshme të jetesës, ndërsa rezultati përfundimtar është rezultati më cilësor në kontekstin e përshtatjes dhe praktikimit të qëndrimeve, vlerave dhe shprehive pozitive në përputhje me dijet dhe aftësitë e mësuara. Hulumtimi tregon se të rinjtë dhe të rejat, të cilët/at kanë marrë pjesë në fushata dhe kanë qenë të përfshirë në aktivitete të fushatës, kanë pasur tendencë më të madhe për të marrë informacion të ri, për të ndryshuar qëndrimet e tyre, në lidhje me informacionin që e kanë pranuar dhe, në këtë mënyrë, kanë shfaqur më shumë vetëbesim dhe ndërgjegjësim, në lidhje me rëndësinë e barazisë gjinore dhe të jetesës së shëndetshme.

Rreth fushatave të zbatuara:

Fushatat përqendrohen tek shkollat, të cilat kanë marrë pjesë në projekt dhe në komunitetet e udhëhequra nga Klubet “Bëhu Burrë”. Aktivitetet dhe materialet e fushatës përqendrohen në të njëjtat tema, të cilat janë adresuar në kornizën e punës së seminareve të zbatuara, duke përfshirë shëndetin seksual dhe riprodhues, parandalimin e punës dhe promovimin e barazisë gjinore. Aktivitetet kanë qenë të hapura për të gjithë burrat e rinj dhe gratë e reja në shkolla dhe pjesëmarrja e tyre në krijimin e fushatave është njohur si faktor i rëndësishëm në arritjen e rezultateve të analizuara në raportin vlerësues.

Aktivitete edukative dhe argëtuese janë organizuar shpesh, me rastin e shënimit të datave të rëndësishme (Dita Ndërkombëtare e Gruas, 16 Ditët e Aktivizimit Kundër Dhunës Ndaj Grave, Dita Ndërkombëtare e Familjes, Dita e Babait, Dita Ndërkombëtare Kundër HIV/AIDS, Dita Ndërkombëtare e Rinisë etj.). Këto fushata kanë përfshirë fushatat rajonale “Ndalo dhunën – Reago njerëzishëm!”; Fushata “Super Babai”, e cila promovon prindërimin e barabartë gjinor; Fushata “Kujdes! Seks”, e cila promovon lidhjet e shëndetshme, si dhe shëndetin seksual dhe riprodhues (e cila ka zgjatur përgjatë një viti të plotë të projektit). Përpos këtyre fushatave rajonale, partnerët tanë lokalë kanë organizuar ngjarje të ndryshme në secilin qytet, zakonisht një ngjarje në muaj. Disa prej tyre janë: “Small Boxes Promoting Women” [Kuti të vogla që promovojnë gratë], “Stop Labeling!” [Ndal etiketimit!], “International Men’s Health Week” [Java ndërkombëtare e shëndetit të burrave], festimi i Ditës Ndërkombëtare të Rinisë, “Bystander Campaign” [Fushata e Spektatorit], “Five Day Youth Leadership Camp” [Kampi Pesëditor i Liderave të Rinj] etj.



Rezultatet e seminareve dhe të fushatave

Rezultatet e hulumtimit përfundimtar dhe vlerësimi i efekteve të seminareve dhe fushatave tregojnë efektet pozitive të qasjes së kombinuar në punën me të rinj dhe të reja. Në fushën e raporteve gjinore, është bërë progres në të gjitha qytetet pjesëmarrëse në program. Në hulumtimin përfundimtar, edhe djemtë edhe vajzat kanë qëndrime më tolerante, për sa u përket roleve gjinore, normave gjinore dhe personave të orientimeve seksuale minoritare. Veçanërisht është e rëndësishme të theksohet se dhuna psikologjike dhe fizike, në shumicën e qyteteve është më pak e shprehur në hulumtimin përfundimtar, krahasuar me gjetjet e hulumtimit të fazës së parë, i cili është realizuar para implementimit të Programit Y dhe fushatave shoqëruese.

Indeksi i qëndrimeve negative ndaj dhunës me bazë gjinore, është më i lartë në hulumtimin përfundimtar dhe në të gjitha qytetet shkon prej 66 për qind te 73 për qind (tek burrat e rinj) dhe 81-85 për qind (tek gratë e reja). Kështu që, shohim se shumica e burrave të rinj dhe grave të reja e dënojnë dhunën me bazë gjinore, dhe ky është një rezultat i rëndësishëm i programit. Indeksi i njohurive për shëndetin riprodhues, infeksionet seksualisht të transmetueshme dhe kontracepsionin në të gjitha qytetet, sipas hulumtimit përfundimtar, është dukshëm më i mirë pas pjesëmarrjes së të rinjve dhe të rejave në program. Rezultatet e njohurive për SRH [*Sexual and Reproductive Health*/Shëndeti Seksual dhe Riprodhues], padyshim tregojnë ndikimin pozitiv dhe vlerën e programeve të zbatuara. Përfundimisht, ndoshta progresi më i madh i programit është arritur pikërisht në këtë fushë.

Të gjitha këto të dhëna tregojnë se pjesëmarrja në fushata, ekspozimi ndaj fushatave dhe pjesëmarrja në seminare kanë kontribuar në përmirësimin e qëndrimeve dhe sjelljeve të burrave të rinj në sfera të ndryshme të jetës së tyre.

Bazuar në korrelacionin e llogaritur, kemi gjetur se ekziston një korrelacion i rëndësishëm ndërmjet pjesëmarrjes më të madhe në fushata dhe konsumit më të vogël të alkoolit, si dhe pjesëmarrjes më të madhe në punët e shtëpisë. Gjithashtu, pjesëmarrësit, të cilët kanë marrë më shumë pjesë në seminare, kanë pasur më shumë njohuri për SRH.

Edhe pse Klubet “Bëhu Burrë” janë formuar në secilën shkollë, vajzat kanë qenë më të përfshira në Aktiviteti e projektit (në disa prej tyre deri në 63 për qind). Burrat e rinj dhe gratë e reja kanë shfrytëzuar në mënyrë intensive faqen e Facebook-ut, e cila është krijuar si pjesë e fushatës. Një përqindje e madhe (59-79 për qind) besojnë se seminarët kanë kontribuar në zgjidhjen e disa prej problemeve të tyre. Vajzat, të cilat kanë qenë më të ekspozuara ndaj fushatës, kanë shfaqur qëndrime më të barabarta gjinore.

Të gjitha këto të dhëna tregojnë se të gjitha aspektet e punës (pjesëmarrja në punën e Klubit “Bëhu Burrë”, fushatat, seminarët) kanë kontribuar në përmirësimin e qëndrimeve dhe të sjelljeve të burrave të rinj dhe grave të reja në sfera të ndryshme të jetës. Nëse shohim si janë bërë korrelacionet pozitive ndërmjet aktiviteteve të projektit dhe sferave të ndryshme të jetës, ne do të mund të shohim se të tre aspektet e punës kanë kontribuar në arritjen e qëllimeve të projektit; dhe disi një ndikim më i madh është arritur tek ata që kanë marrë pjesë në Klubin “Bëhu Burrë”. Ky fakt nuk është për tu surprizuar, sepse të gjithë pjesëmarrësit e Klubit “Bëhu Burrë” kanë pasur një rol më aktiv dhe më të devotshëm në shumicën e aktiviteteve të programit.

Çfarë thonë nxënësit e përfshirë në zbatimin e seminareve dhe fushatave në shkollat e tyre? Duke marrë parasysh se të rinjve dhe të rejave iu është dhënë mundësia për të krijuar dhe zbatuar fushata e aktivitete plotësuese, vlerësimi final ka theksuar se ata kanë krijuar një ndjenjë të pronësisë mbi procesin edukativ, gjë që më vonë i ka motivuar të besojnë në ide të që përfaqësojnë dhe të kontribuojnë në realizimin e tyre në mënyrë aktive. Kjo qasje në pjesëmarrje ka kontribuar në motivimin më të madh të të rinjve dhe të krijojnë lidhje më të fortë me mesazhet dhe vlerat të projektit.

Lidhja e seminareve me fushatat gjithashtu ka treguar të jetë një metodë e mrekullueshme. Një qasje e integruar, e cila përfshin njohuritë për seminare, aktivitetet në terren, në lidhje me temat e seminareve dhe promovimin në media të metodave që kanë arritur ndikimin më të madh te të rinjtë dhe të rejtat.

Pjesëmarrja rinore në zhvillimin e fushatave dhe transformimin e mikro-normave

Fushatat janë veçanërisht të rëndësishme, sepse kërkojnë pjesëmarrjen e nxënësve në procesin e planifikimit, organizimit dhe realizimit të tyre. Në këtë mënyrë, nxënësit mund të zhvillojnë sensin e pronësisë dhe të përkatësisë mbi procesin, dhe një ndjenjë e tillë mund ta rrisë nivelin e pranimin të qëndrimeve pozitive dhe mbrojtjes së vlerave, në të cilat bazohet fushata. Puna në grup përfshin formimin e grupeve midis bashkëmoshatarëve, dhe është mjaft e qartë se është dëshmuar në shumë rrafshe se pjesëmarrja dhe ekspozimi ndaj grupeve pozitive midis bashkëmoshatarëve sjellin një pranim më të shpejtë dhe më efektiv të qëndrimeve dhe vlerave pozitive. Pjesëmarrja e të rinjve dhe të rejave në aktivitete të tilla është gjithashtu një motivues i fuqishëm, sepse të rinjtë dhe të rejtat promovojnë atë që besojnë, dhe ajo në të cilën ata besojnë mund të përcaktohet nga kurrikula, sidomos nëse ky program ka natyrë pjesëmarrëse dhe kontribuon në pranimin e vlerave dhe të qëndrimeve pozitive.

Fushatat kanë rëndësi të veçantë në ndryshimin e tendencave dhe në rritjen e ndërgjegjësimin publik rreth pranisë së këtyre tendencave, si dhe shprehive potencialisht të rrezikshme e të dëmshme. Në kontekstin e impaktit social, është e rëndësishme të përmendet se përcaktuesit socialë të shëndetit janë faktorët më të rëndësishëm mbrojtës/rrezikues për shëndetin. Një numër i madh provash është mbledhur gjatë 20 viteve të fundit, të cilat tregojnë se faktorët socialë krijojnë kushtet shëndetësore të popullatave në të cilat gjenden. Shembulli i tillë është duhanpirja, e cila në shtetin tonë është sjellje e pranuar nga shoqëria, prandaj ky është një fakt i fuqishëm shoqëror që kontribuon në mbizotërimin e duhanpirjes në shtetin tonë. Dhuna nuk përbën përjashtim. Disa rregulla shoqërore



dhe norma ekzistuese “justifikojnë” shfaqjen e disa formave të caktuara të dhunës ndërmjet të rinjve dhe të rejave. Gjithashtu, mund të vërejmë të njëjtën gjë kur flasim për përdorimin e alkoolit. Disa studime tregojnë se kujdesi dhe mbrojtja shëndetësore mund të kenë efekte kufizuese, sidomos në përcaktimin e asaj se kush do të sëmuret ose lëndohet, nëse përcaktuesit negativë shoqërorë shprehen dhe përfaqësohen (Braveman, Egerter, Williams, 2011; Adler, Marmot, McEwen, Stewart, 1999; Stewart, Adlr, 2010; Braveman, Egerter, Woolf, Marks, 2011; McGinnis, Foege, 1993). Fushatat janë mjeti që siguron kundërshtim të pjesshëm të disa ndikimeve shoqërore. Natyrisht, fushatat për alkoolin nuk mund t’iu përgjigjen ndikimeve socio-ekonomike, por mund ta reduktojnë ndikimin e alkoolit tek ata, të cilët ekspozohen ndaj tij.

Gjithçka e thënë më sipër na çon në konkluzionin se fushatat e udhëhequra nga shkolla kanë një potencial të jashtëzakonshëm për të kontribuar pozitivisht në shëndetin e të rinjve dhe të rejave. Fushatat në shkolla u japin mundësinë të rinjve dhe të rejave për të marrë pjesë aktive në aktivitetet e shkollës, për të krijuar një lidhje më të mirë me shkollën, përmes pjesëmarrjes në fushata të udhëhequra nga shkolla, si dhe për të perceptuar kontributin e tyre në realizimin e aktiviteteve të fushatës, si sukses personal dhe kolektiv dhe, në këtë mënyrë, për të ndjerë se i përkasin një grupi ose shkolle. Është e qartë se ndjenja e përkatësisë është faktor i rëndësishëm në zhvillimin e adoleshentëve, sidomos në kontekstin e formimit të identiteteve të tyre; gjithashtu edhe gjetjet e studimeve të prezantuara më parë tregojnë se veprimet proaktive të shkollave, të cilat përfshijnë nxënësit, mund të sjellin një ndryshim më të gjerë dhe më kompleks në kontekstin e ndryshimit të qëndrimeve dhe sjelljeve dhe, në fund, një shëndet më të mirë të adoleshentëve.

Por fushatat nuk mund të jenë qëllimi i vetvetes. Shpesh shohim postera që vendosen në muret e korridoreve të shkollës, të cilat nuk kanë fare ndikim te nxënësit, siç është dëshmuar nga disa studime.

Posterat në shkolla

A ju kujtohen posterat që mbushnin muret e shkollave tona dhe, të cilat mundoheshin të ndikonin në perceptimin e të rinjve dhe të rejave, rreth dëmit që sjell përdorimi i alkoolit dhe drogave? Këta postera përmbanin imazhe të organeve të dëmtuara dhe informacion mbi ndikimin e substancave psiko-aktive në trupin e të rinjve. Edhe pse këta postera ishin atraktivë dhe informues, ata nuk e arritën qëllimin e tyre, sepse për vite me radhë, pavarësisht përdorimit të tyre, kemi parë një ngritje të numrit të të rinjve dhe të rejave që përdorin ose vendosin të provonin një nga këto substanca.

Çfarë mungonte?

Të rinjtë, të rejat dhe të rriturit nuk mendojnë dhe nuk marrin vendime në të njëjtën mënyrë. Arsyeja për këtë është biokimike, fiziologjike dhe dallimet anatomike të trurit të të rinjve, në raport me trurin e maturuar dhe të formësuar të të rriturve.

Mesazhi se duhanpirja shkakton dëmtim të mushkërive nuk do të ketë të njëjtin efekt, si informacioni se duhanpirja i zverdh dhëmbët. Ekzistojnë filtra të ndryshëm të perceptimit, të cilët e bllokojnë një mesazh të caktuar. Për një adoleshent, dhëmbët e verdhë mund të paraqesin problem shumë më të madh sesa yndyra në gjak apo në enë të dëmtuara të gjakut. Informacioni se alkooli mund të sjellë dëmtim të membranës mukoze të stomakut dhe mëlçisë, shpesh nuk do të ndikojë te të rinjtë dhe të rejat si informacioni se, për shkak të përdorimit të alkoolit, ata do të duken qesharakë përpara të tjerëve dhe se do të marrin vendime, të cilat do t'u kushtojnë me statusin e tyre në shoqëri. Kjo mund të duket si qasje banale në kuptimin e adoleshentëve, por nuk duhet të harrojmë se adoleshenca është periudhë e socializimit të veçantë, në të cilën të rinjtë dhe të rejat identifikojnë vetveten, në raport me ambientin, dhe marrëdhëniet me bashkëmoshatarët janë më të rëndësishme se çfarëdo fenomeni tjetër shoqëror dhe se çfarëdo problemi shëndetësor. Reflektimi i tyre emocional në vendimet që marrin bazohet në pritshmëritë e shoqërisë dhe të bashkëmoshatarëve, dhe jo në parimet e logjikës e të mendimit logjik.

Të rinjtë dhe të rejat marrin vendime bazuar në emocione, ndërsa të rriturit bazuar në zgjedhje dhe vendime logjike. Çfarë mund të duket logjike për të rriturit, nuk do të thotë se duhet të duket logjike për të rinjtë dhe të rejat, dhe shpesh ata nuk e shohin si të tillë. Nga ana tjetër, informacioni që u ofrojmë të rinjve dhe të rejave duhet t'u përshtatet këtyre dallimeve, në mënyrë që të rinjtë dhe të rejat të mund ta kuptojnë atë dhe, përfundimisht ta shfrytëzojnë atë në procesin e vendimmarrjes.

Nga ana tjetër, fushatat mund të inkurajojnë dialogun e nxënësve dhe prindërve për dhunën, substancat psiko-aktive, procesin e rritjes, seksualitetin dhe çështje të tjera të rëndësishme për adoleshentët. Por fushata të tilla nuk do të kenë efekt, nëse prindërit nuk e kanë shprehur të flasin haptazi rreth këtyre temave. Prandaj, një qasje gjithëpërfshirëse përfshin edukimin e prindërve, edukimin e nxënësve, nëpërmjet aktiviteteve dhe fushatave promovuese, të cilat e inkurajojnë një dialog të tillë. Prandaj iu propozojmë organizatave aktivitete të vazhdueshme edukative, edhe me prindërit, përveç se me të rinjtë. Programi Y gjithashtu ofron instruksione për realizimin e aktiviteteve të tilla, pa marrë parasysh a janë duke u realizuar me prindër, kështu që informacioni dhe njohuria që ata fitojnë në këtë mënyrë mund të jetë i mjaftueshëm për bisedën me të rinjtë dhe të rejat.

Shumë norma socio - kulturore ndikojnë tek qëndrimet dhe vendimet e të rinjve dhe të rejave për të raportuar dhunë apo ndonjë problem me të cilin ata përballen. Për shembull, burrat e rinj, të cilët vendosin të raportojnë dhunën, ndaj së cilës janë ekspozuar nga bashkëmoshatarët e tyre, zakonisht heqin dorë nga një vendim i tillë, për arsye se frikësohen nga reagimi i bashkëmoshatarëve të tjerë, pasi ata e konsiderojnë raportimin e dhunës jo si karakteristikë e maskulinitetit, dhe në këtë mënyrë, burrat e rinj të cilët vendosin të denoncojnë nxënësit e tjerë te kujdestari i klasës zakonisht perceptohen si “qurraveçë”. Në këtë kontekst, fushatat nuk duhet vetëm të nxisin alternativat, te të cilat të rinjtë dhe të rejat duhet të drejtohen, në rast të një problemi të ngjashëm, por gjithashtu të bëhen edhe aktivitete, të cilat e ndryshojnë normën se raportimi është cilësi e të dobëtëve, si dhe të inkurajojnë ndryshimin e normave negative, të cilat identifikohen si një pengesë për raportim të rasteve të dhunës.

Në rastin e grave të reja, shumë prej tyre kanë nevojë dhe dëshirë të vizitohen te gjinekologu për herë të parë, por shpesh heqin dorë nga ky vendim, për arsye se në shtetin tonë shërbimet e gjinekologjisë më së shumti janë të lidhura me persona që janë seksualisht aktivë. Konteksti parandalues i shërbimeve gjinekologjike neglizhohet tërësisht, shumë vajza kanë frikë se të tjerët do t'i shohin, dhe kështu do të stigmatizohen si aktive seksualisht, edhe pse kjo nuk është e thënë të jetë e vërtetë, prandaj dhe shpesh heqin dorë nga vendimi për të shfrytëzuar shërbimet gjinekologjike. Fushatat mund të ndikojnë në këto perceptime, në një mënyrë shumë më të mirë sesa aktivitete tjera.

Fushatat jo vetëm që mund të kenë një ndikim pozitiv te të rinjtë dhe të rejat, por ato në fakt mund të jenë shumë të rëndësishme edhe për cilësinë e procesit mësimor. Shumë mësimdhënës mund të mos ndihen rehat për të folur haptazi rreth disa temave të caktuara (ndryshimet gjatë pubertetit, për dhunën seksuale, dhunën, shëndetin seksual dhe riprodhues, përdorimin e drogave dhe alkoolit etj.). Fushatat mund të kenë fuqi të kontribuojnë në zhvillimin e një ambienti mbështetës, që do të sigurojë punë pa pengesa për mësimdhënësit dhe të lehtësojë komunikimin e hapur me nxënësit.

Shkollat mund të bëjnë një hap para në kontekstin e krijimit të një ambienti mbështetës, i cili do të sigurojë komunikim pa pengesa me mësimdhënësit, pa frikë nga reagimet e prindërve apo pjesëmarrësve të tjerë në procesin mësimor. Në disa shtete europiane, shkollat kanë prezantuar politika të veçanta, të cilat përcaktojnë rëndësinë e mësimin për dhunën, drogat dhe shëndetin seksual e riprodhues, dhe i kanë familjarizuar prindërit dhe mësimdhënësit e tjerë me këto politika. Nëse shkolla dëshiron t'iu përgjigjet nevojave të nxënësve dhe ta bëjë ambientin shkollor një ambient mbështetës për mësimdhënie dhe mësimnxënie, atëherë kontributi duhet të orientohet drejt demistifikimit të atyre fushave, të cilat nga ekipi mësimdhënës dhe shkollor mund të perceptohen si tema potencialisht të ndjeshme për t'u diskutuar me nxënësit. Fushatat gjithashtu duhet të shfrytëzohen për të informuar prindërit dhe publikun, si dhe për të dërguar një mesazh të qartë se këto janë programet, nga të cilat prindërit dhe fëmijët do të kenë përfitimin më të madh, sepse ato krijojnë kushtet për realizimin e orëve mësimore cilësore.

Kapitulli 2



Dhe tani në praktikë, por me shembuj të vërtetë

NNë kapitullin e kaluar, patëm mundësinë të njihemi me termat e fushatave dhe fushatave rinore, si dhe kishim gjithashtu mundësinë të mësonim më shumë rreth historisë së fushatave dhe grupeve/klubeve rinore. Përmes punës së mëparshme 11-vjeçare të këtij programi, kemi formuar grupe dhe klube nën emrin “Bëhu Burrë”. Tani që shkollat fillojnë të formojnë grupet dhe klubet e tyre rinore, ne iu lëmë në dorë të rinjve dhe të rejave brenda shkollave për ta zgjedhur vetë emrin për grupin e tyre ose të vazhdojnë ta përdorin ende emrin e Klubit “Bëhu Burrë”. Qëllimi i formimit të grupeve rinore është se këta të rinj dhe të reja punojnë në formimin e fushatave dhe Aktivitetieve të tjera plotësuese në shkollat e tyre, të cilat janë pjesë e rëndësishme e procesit mësimor.

Në mënyrë që të niset procesi i formimit të një klubi rinor për shkollën tonë, nën një emër unik, apo formimi i një klubi rinor për shkollën tonë, nën emrin Klubi “Bëhu Burrë”, duhet ta kuptojmë çfarë është një grup rinor dhe pse duam të punojmë në mënyrë të tillë me nxënësit e shkollës. Kuptimi i termit “grup” apo “klub rinor” dhe njohja e proceseve që ndodhin në një grup na ndihmon të zgjedhim metodat më efektive të punës dhe të mësojmë ta organizojmë grupin në mënyrë më të mirë dhe më efektive.

Në fillim, në mënyrën sa më të thjeshtë të mundur, do të provojmë të shpjegojmë termat që lidhen shpesh: grupi dhe ekipi.

Ekipi është grup i vogël njerëzish, të cilët plotësojnë njëri-tjetrin me njohuri dhe aftësi. Secili në ekip është i përkushtuar në një qëllim të përbashkët dhe shfrytëzon metoda të njëjta apo të ngjashme për realizimin e detyrave (Katzenbach, J. R., Smith, D. K., 2015).

Grupi përcaktohet si grup njerëzish me një lidhje të caktuar, të cilët janë të njohur për njëri-tjetrin dhe e perceptojnë veten si një grup (Buchanan, D. A., 1997).

Siç shihet nga këto dy përcaktime, edhe grupi, edhe ekipi përfaqësojnë një kombinim të veçantë të njerëzve. Të rinjtë dhe të rejat, të cilët përbëjnë ekipin, japin më shumë kontribut për të arritur qëllimin e përbashkët. Ata janë më të përqendruar për të diskutuar detajet e fushatave apo të Aktivitetieve të përbashkëta, të cilat do të zbatohen në nivel shkollor, si të arrijnë një qëllim të përbashkët dhe ta dërgojnë mesazhin të bashkëmoshatarët e tyre.

Një rol të rëndësishëm në ekzistencën e klubit apo të grupit rinor në nivel shkollor ka **lideri**. Lideri është një person që e ndihmon grupin të ndërveprojë dhe mëson nga grupi rreth atyre që janë duke ndodhur gjatë gjithë kohës. Detyra e liderit është të vëzhgojë, të organizojë procese në grup dhe t'i shfrytëzojë këto procese për të mësuar për – brenda grupit. **Lideri i grupit** duhet të jetë dikush që është **nxënës i shkollës** dhe dikush që, së bashku me një këshilltar/e nga shkolla dhe me ndihmën e organizatës partnere, do të punojë me kujdes në ngritjen e kapaciteteve, në mënyrë që një grup apo klub rinor të formohet e të zhvillohet në nivel shkollor. Lideri mund të zgjedhë që me kujdes të ndërmarrë të gjithë hapat në procesin e grupit dhe t'i shfrytëzojë ata për qëllime edukative. Pavarësisht nivelit të aktivizimit të liderit në proceset e grupit, fazat e zhvillimit të grupit do të kalohen me patjetër dhe për to do të diskutojmë në seksionin e radhës.

Qëllimi i punës sonë me të rinj dhe të reja, brenda grupeve rinore të formuara në nivel shkollor, nuk është të formojmë një ekip prej tyre; për shembull, të punosh me të rinjtë vetëm me qëllimin që të formosh një ekip, edhe nëse në realitet ekipi nuk është funksional dhe nuk ka lidhje të fortë ndërmjet anëtarëve të ekipit. **Qëllimi ynë është fuqizimi i lidhjeve mes burrave të rinj dhe grave të reja, të cilët përbëjnë një pjesë të grupit, dhe përmes punës tonë me ta ne arrijmë në fazën ku ata mësojnë njëri-tjetrin**, si dhe mësojnë nga njëri-tjetri. Kjo është një nga vlerat themelore të ekzistencës së një klubi rinor në nivel shkollor:

“Burrat e rinj dhe gratë e reja kanë mundësinë, përmes angazhimit në një grup rinor në nivel shkollor, të përfitojnë njohuri dhe aftësi, ta trajnojnë njëri-tjetrin dhe të krijojnë Aktivitete, në mënyrë që t'i inkurajojnë bashkëmoshatarët e tyre për aktivizëm në luftën kundër dhunës dhe në aktivizëm në promovim e stileve të shëndetshme të jetesës.”

Fazat e zhvillimit të grupit

Në mënyrë që të kuptojmë çfarë po ndodh me grupin/klubin tonë rinor në shkollë, fillimisht na duhet të kuptojmë fazat e ndryshme nëpër të cilat kalon grupi. Në disa pika, të gjithëve mund të na duket se e gjithë puna e mëtejshme me këtë grup është e pakuptimtë, për arsye të problemeve nëpër të cilat është duke kaluar grupi. Për këtë arsye, e kemi shfrytëzuar këtë Manual për të prezantuar fazat e ndryshme të zhvillimit të grupit, në mënyrë që edhe shkolla, edhe lideri i grupit, të mund të kuptojnë çfarë po ndodh në një moment të caktuar dhe se si duhet reaguar.

Njohja e fazave dhe e proceseve në grup është njëra prej aftësive më të rëndësishme, që duhet të ketë një lider. Aftësitë e liderave për të kuptuar proceset që janë duke ndodhur me grupin duhet të rriten dhe të përmirësohen vazhdimisht. Aftësia e mirë-zhvilluar e liderit për të njohur proceset që janë duke ndodhur brenda grupit, ofron mundësi për ndërhyrje të herë pas hershme të liderit, në mënyrë që ta drejtojë grupin për t'i përdorur aftësitë në përmirësimin e mëtejshëm dhe krijimin e aktiviteteve të reja në shkollë, të cilat shoqërojnë procesin edukativ. Këto aftësi duhet të përmirësohen gjatë punës me grupin.

Secili grup kalon nëpër pesë fazat vijuese:

1. FORMIMI
2. REBELIMI
3. NORMIMI
4. EFEKTI
5. FAZA PËRFUNDIMTARE

Momenti që grupi do të arrijë një fazë të caktuar dhe se sa gjatë do të qëndrojë në atë fazë, kjo varet nga dinamikat brenda grupit, si dhe nga roli që merr lideri në një fazë të caktuar.

1. FORMIMI

Në fillim të formimit të grupit, kemi të rinj dhe të reja, të cilët ndoshta janë për herë të parë në atë grup dhe shumë pyetje mund t'u vijnë në mendje. Pse jam këtu? Çfarë do të ndodhë më pas? Kush janë njerëzit e tjerë në këtë grup? Çfarë do të ndodhë me këtë grup?

Është e rëndësishme të kuptojmë se anëtarët e grupit apo të klubit tonë mendojnë për shumë gjëra në këtë moment dhe ndoshta janë duke u përballur me pasiguri dhe frikë, se bashkëmoshatarët e këtij grupi nuk do t'i pranojnë apo kuptojnë. Burrat e rinj dhe gratë e reja janë pjesë e

këtij grupi për herë të parë, dhe vetë grupi është diçka e panjohur për ta. Kjo fazë ndodh brenda takimit të parë apo gjatë disa takimeve të para të grupit.

Anëtarët e grupit mbajnë një distancë të caktuar nga njëri-tjetri, në mënyrë që të ndihen të sigurt. Në këtë fazë, anëtarët janë të sjellshëm me njëri-tjetrin, edhe nëse nuk ndajnë të njëjtat vlera dhe qëndrime. Nga ana tjetër, në këtë fazë mund të ndodhë që anëtarë të caktuar të grupit apo të klubit t'i poshtërojnë të tjerët dhe qëndrimet e tyre, në mënyrë që të ngrihen mbi anëtarët e tjerë të grupit. Në këtë fazë, grupi pret instruksione nga lideri, i cili duhet të japë instruksione të qarta mbi atë që ata duhet të bëjnë.

Gjatë kësaj faze, lideri duhet të marrë rol aktiv në përgatitjen e planit të aktiviteteve dhe të sigurojë një strukturë të qartë të djemve dhe vajzave të përfshirë në grup. Lideri duhet t'i inkurajojë anëtarët të prezantojnë veten, si dhe duhet të punojë në eliminimin e shqetësimeve dhe të frikërave të tyre, duke siguruar një përvojë pozitive për grupin. Është e rëndësishme të theksohet se lideri duhet ta inkurajojë grupin të prezantojnë njëri-tjetrin dhe të flasin rreth pritshmërive të tyre për grupin/klubin, dhe ai/ajo nuk duhet t'i japë përgjigjet e veta e, rrjedhimisht, **nuk duhet** ta drejtojë grupin në bazë të pritshmërive të veta.

2. RREBELIMI

Në këtë fazë, të rinjtë dhe të rejat bëjnë pyetje të llojit: “Ku e kam vendin? Kë duhet të dëgjoj? Pse po më jep urdhra? Çfarë po ndodh me grupin?”

Kur anëtarët e grupit njihen me njëri-tjetrin, ata ndihen më të relaksuar, i dinë emrat e njerëzve të grupit dhe kanë ndjesinë se mund të shprehen më lirshëm. Grupi fillon të punojë së bashku. Anëtarët e grupit janë më të lirë për të shprehur mendimet e tyre, të cilat mund të jenë dukshëm më të ndryshme sesa ato të anëtarëve të tjerë të grupit. Në këtë fazë, ekziston nevoja për qartësimin e marrëdhënieve brenda anëtarëve të grupit, vendimmarrjes dhe aspekteve të tjera të drejtuesve.

Anëtarët e grupit do të shprehin më shpesh pakënaqësitë e tyre me punën e grupit, do të kritikojnë sjelljet e anëtarëve të tjerë, dhe kështu lideri mund ta gjejë veten në mes dy zjarresh, në situata kur është i kritikuar nga anëtarët e grupit. Personat, të cilët janë të aftë të marrin vendime, tani fillojnë të dalin në pah dhe mund të njihen si lidera joformalë.

Secili anëtar në grup ka ndikim në zhvillimin e grupit. Mund të ketë dyshime, në lidhje me atë që është bërë deri më tani brenda grupit apo se cilat janë hapat e radhës, cila është struktura dhe rregullat e grupit. Grupi në këtë fazë duhet të vendosë të qëndrojë së bashku dhe të vazhdojë realizimin e aktiviteteve.

Në këtë fazë është e rëndësishme që lideri t'i kushtojë rëndësi asaj që është duke ndodhur në grup dhe të ndihmojë anëtarët të identifikojnë atë që i mban të bashkuar. Lideri duhet të diskutojë me grupin rreth rolit të vet dhe asaj se si e sheh grupi atë që ai/ajo duhet të bëjë në të ardhmen.

3. NORMIMI

Tani grupi është më i përqendruar në pyetjet që vijojnë: “PO, mund t’ia dalim! Çfarë do të ndodhë në të ardhmen me grupin tonë?”.

Tani anëtarët e grupit/klubit mezi presin të takohen. Është shumë mirë të takosh miqtë dhe nuk është e hijshme të mungosh në disa prej takimeve. Ndjesia se çdo gjë është e mundur brenda grupit, është në rritje. Komunikimi ndërmjet anëtarëve është përmirësuar dhe të gjithë komunikojnë më haptas. Në këtë fazë, anëtarët e grupit do të sakrifikojnë shumë nga koha e tyre për një detyrë apo ide, e cila duhet kryer në kuadër të grupit.

Vetëbesimi i grupit rritet. Në këtë atmosferë, nevojat dhe mendimet e ndryshme të anëtarëve shprehen lirshëm para gjithë grupit/klubit. Ndonjëherë ndodh që disa ide për disa fushata dhe aktivitete thjesht zhduken, sepse anëtarët e grupit janë më të përqendruar në marrëdhëniet brenda grupit dhe përqendrimi më i madh i dedikohet shoqërisë. Udhëheqësi/ja ka më shumë opsione në këtë fazë:

- › Lideri mund të qëndrojë vetë në hije dhe ta lërë grupin të vazhdojë vetë. Anëtarët e grupit kënaqen së bashku, kështu që njëri nga opsionet e liderit është të mos ndërhyjë.
- › Lideri mund t'i bashkohet grupit dhe ta përjetojë vetë procesin e ndërtimit të vetëbesimit të grupit.
- › Lideri mund ta përmirësojë procesin e ndërtimit të vetëbesimit të grupit, duke ofruar metoda pune që theksojnë vetëbesimin tek anëtarët. Metodatat e ofruara nga lideri duhet të përqendrohen në ndërtimin dhe mirëmbajtjen e vetëbesimit të grupit.

Pa marrë parasysh opsionin që zgjedh, lideri duhet ta monitorojë grupin dhe të kujdeset për sigurinë e anëtarëve. Nganjëherë idetë rriten shumë shpejt dhe ka mundësi që anëtarët të futen në situata të rrezikshme apo të dalin jashtë kornizave të misionit të grupit/klubit. Lideri duhet të ndërhyjë herë pas here dhe ta orientojë grupin në rrugën e duhur.

4. EFEKTI

“E kemi bërë herën e kaluar! Le ta përsërisim suksesin!”, janë fjalët që i dëgjojmë më së shpeshti nga anëtarët e grupit/klubit në këtë fazë.

Dëshira e grupit për të vazhduar aktivitetet është e pandalshme. Grupi/klubi, në të njëjtën kohë është i përfshirë në aktivitete më të vogla dhe më të mëdha. Nëse ka ndonjë problem, grupi kolektivisht kërkon

zgjidhje. Zakonisht suksemi e nxit grupin të vazhdojë, por as dështimi nuk i dekurajon. Secili anëtar e gjen vendin e vet në grup. Anëtarët e kuptojnë se secili prej tyre ka aftësi të veçanta, të cilat janë të plotësueshme në njëra – tjetrën në nivel grupi. Secili mund të kontribuojë në grup. Grupi komunikon rrjedhshëm, interesat personale dhe ato të grupit janë po aq të barabarta për nga rëndësia. Anëtarët e grupit/klubit marrin përgjegjësi për një pjesë të detyrave, si dhe gjithashtu vetë-organizimi është i dukshëm.

Në këtë fazë, lideri duhet të ndjekë këtë parim: Atë që grupi mund ta bëjë vetë, duhet ta bëjë vetë! Lideri nuk ka rolin e këshilluesit të grupit. Ai/ajo krijon hapësira për reflektim, ofron përshtypjet e tij/saj, ndihmon në zgjidhjen e situatave konfliktuale dhe i ofron grupit këshilla, se si të arrihen qëllimet e përbashkëta.

5. FAZA PËRFUNDIMTARE

Herët apo vonë, secilit grup, një ditë i vjen fundi. Kjo nuk është për të ardhur keq. Njerëzit duhet të jenë të vetëdijshëm që të rinjtë dhe të rejat e përfshirë në një grup/klub, pas një kohe nuk do të kenë më të njëjtat dëshira për të punuar në grup. Është e rëndësishme të njihet kjo fazë kur ajo vjen, të sillen njerëz të rinj në grup, duke i mundësuar kështu grupit të ri të kalojë përsëri nëpër të gjitha fazat.

Në këtë fazë, duket sikur anëtarët e grupit/klubit nuk kanë asgjë tjetër për t'i thënë njëri-tjetrit. Niveli i pakënaqësisë rritet, nuk arrihen rezultate dhe faji iu vishet individëve. Disa prej anëtarëve do të largohen shumë shpejt nga klubi/grupi.

Ekzistojnë shumë arsye pse grupit i vjen fundi. Anëtarët janë të interesuar për aktivitete të tjera dhe grupi/klubi i tyre shkollor nuk është më prioritet. Ndoshta për disa prej tyre, klubi nuk ka më të njëjtin kuptim. Gjithashtu, ndërkohë që nxënësit rriten dhe kalojnë në klasa më të larta, ndryshojnë interesat në lidhje me karrierën akademike dhe rrugën që ata duan të zgjedhin pas shkollës.

Shpërbërja e grupit bëhet e vështirë nga ana emocionale, sepse sjell një lloj trishtimi tek anëtarët. Të gjithë ndihen sikur fundi po afrohet dhe, në këtë mënyrë, takimi i fundit i grupit po afrohet shpejt.

Në këto rrethana, lideri duhet të krijojë kushtet, në të cilat anëtarët e grupit kanë mundësi të shohin çdo gjë që kanë arritur. Së bashku me grupin, lideri duhet të theksojë atë që është e dukshme: siç po duket, grupi nuk funksionon si më parë dhe ka ardhur koha për ndryshime. Lideri duhet të punojë për të sjellë anëtarë të rinj në grup, duke krijuar kështu një grup të ri, i cili tani do të kalojë nëpër fazat e mëparshme. Është e dëshirueshme që disa anëtarë të grupit/klubit të vjetër të mbesin pjesë e grupit të ri, dhe kështu, me përvojën dhe aftësitë e tyre të inkurajojnë anëtarët e rinj.

Metodat e punës joformale me një grup

Më poshtë do të prezantojmë disa metoda të punës joformale, të cilat mund të shfrytëzohen gjatë punës me një grup/klub rinor në shkollë.

Metoda	Karakteristikat	Përshkrimi	Kur të përdoret	Kufizimet
Leksion	Njoftimi i grupit me bazat e materialeve apo shënimeve të parapërgatitura.	Lideri i prezanton grupit/klubit temën.	Kur pjesëmarrësit janë të familjarizuar me temën dhe kur grupi të jetë i madh (0-15 anëtarë). Gjithashtu, kur bëhet fjalë për kalimin e një sasi të madhe informacioni, duhet bërë një leksion.	Kjo metodë është më pak efektive, sepse dëgjuesit mbajnë në mend pak informacion dhe aplikimin e tij në praktikë. Gjithashtu, dëgjuesit shpejt e humbasin vëmendjen.
Diskutimi	Diskutimi i një problemi, i cili është i përbashkët për të gjithë anëtarët e grupit/klubit. Konkluzionet duhet të jenë në linjë me pyetjet që janë shtruar në fillim të diskutimit.	Lideri prezanton deklarata apo pyetje provokative, të parapërgatitura, të cilat mund t'i stimulojnë pjesëmarrësit të jenë pjesë aktive në diskutim dhe të shprehin pikëpamjet e tyre.	Kjo metodë mund të aplikohet, kur pjesëmarrësit janë të familjarizuar me temën dhe kanë njohuri paraprake.	Ka mundësi që jo të gjithë të përfshihen në mënyrë të barabartë në diskutim, sidomos kur bëhet fjalë për grupe të reja.
Akull-thyesi	Activiteti i shkurtër me pjesëmarrësit, me qëllim të krijohet atmosferë joformale në grup dhe të bashkohen pjesëmarrësit me njëri-tjetrin.	Lideri i drejton më së shumti aktivitetet fizike, në të cilat pjesëmarrësit janë në kontakt të drejtpërdrejtë (fizik, verbal...) Ai/ ajo, mundet, por gjithashtu nuk ka nevojë të ketë lidhje me temën.	Qëllimi është të tejkalohet barrierat në komunikim, duke kontribuar në një atmosferë më të mirë joformale. Aktiviteti i përzgjedhur duhet të reflektojë të gjitha specifikat e grupit.	Ekziston mundësia që pjesëmarrësit të refuzojnë të marrin pjesë në "lojëra fëmijësh". Refuzimi zakonisht ndodh për arsye të frikës së kontaktit fizik me të huaj.
Stuhi Idesh	Ka për qëllim të prodhojë sa më shumë zgjidhje ose përgjigje alternative për një problem apo temë të dhënë.	Metoda sasiore. Nuk i masim në moment idetë e reja, ato zhvillohen më tej.	Në mënyrë që të krijohen sa më shumë ide kreative, është më mirë të punohet në grupe të vogla (me pesë ose gjashtë pjesëmarrës). E njëjta përdoret kur fillohet një temë e re.	Rezultatet mund të jenë të ndryshme. Shumë energji përqendrohet në analizën dhe krijimin e ideve të reja.

Metoda	Karakteristikat	Përshkrimi	Kur të përdoret	Kufizimet
Puna e grupit	Pjesëmarrësit ndahen në disa grupe më të vogla, në të cilat diskutojnë për një ose më shumë tema të dhëna.	Grupet diskutojnë dhe punojnë së bashku për një temë të dhënë dhe, pas një limiti të caktuar kohor, ata kanë detyrë ta prezantojnë punën para pjesëmarrësve të tjerë. Ndarja e grupeve duhet të bëhet duke përdorur metodën e rastësore. I vetmi përjashtim është kur duhet të krijoni grupe të bazuara në përvojat e mëparshme të pjesëmarrësve. Nëse ndarja në grupe bëhet në bazë të disa kriterëve, pjesëmarrësve duhet t'iu prezantohet kriteri.	Kjo u ofron mundësinë për diskutim më të mirë, ndërveprim dhe shkëmbim më të mirë të mendimeve brenda grupit. Gjithashtu kjo metodë u jep më shumë hapësirë pjesëmarrësve “të qetë”. Një nga metodat më të njohura.	Zakonisht nuk drejtohet nga një lider, pra ekziston një mundësi që kjo metodë të mos jetë e suksesshme. Një nga kufizimet mund të jetë se hapësira për shprehjen e opinioneve zakonisht merret nga pjesëmarrësit më dominues dhe ata që janë më të qetë mbesin mënjane.
Loja në role	Anëtarët e grupit kanë mundësinë të sillen në përputhshmëri me situatën e dhënë, të stimuluar për një kohë të caktuar.	Fokusi është në mësimin e sjelljeve potenciale, jo në konkluzionet. Rolet e vërteta nga jeta e përditshme mund të përfshihen, të gjitha ndryshimet lejohen. Shikoni grupet. Pas aktiviteteve, pjesëmarrësit analizojnë së bashku qëndrimet dhe sjelljet ndaj roleve të caktuara.	Shfrytëzon lojën në role, kur ka pikëpamje dhe mendime të ndryshme rreth një situatë të caktuar. Kjo ofron mundësi për të parë sjellje kontradiktore, dhe siguron mundësi për analizë me rrezik minimal. Loja në role tregon rëndësinë e tolerancës ndaj mendimeve të ndryshme.	Loja në role kërkon nga pjesëmarrësit të ndihen mirë dhe të sigurt. Shfrytëzimi i kësaj metode që në fillim mund të bëjë që pjesëmarrësit të refuzojnë trajnimin apo trajnerin. Kjo metodë përfshin shumë emocione, të përcjella nga një seksion i cili është hyrje në temën e ballafaqimit me emocione. Pjesëmarrësit duhet të dalin nga rolet e tyre para shqyrtimit dhe analizës.
Analiza e rastit	Anëtarët analizojnë përshkrimin e përgatitur të situatës problematike. Është e zakonshme të përdoret një situatë e shkruar dhe e përgatitur në letër.	Punë individuale ose grupi, ku pjesëmarrësit kërkojnë përgjigje për një situatë të veçantë. Situata duhet të jetë realiste (diçka që ka ndodhur ose që ka mundësi të ndodhë).	Njohuria teorike përfitohet përmes shembujve praktikë dhe specifike, të cilët i analizojmë.	Koha e pamjaftueshme mund të jetë limit për kuptimin e plotë dhe analizën e rastit. Është e vështirë të bëhet një analizë e mirë e rastit (fakte të mjaftueshme, informacion i përditësuar, kuptueshmëri logjike me lehtësi.)

Metoda	Karakteristikat	Përshkrimi	Kur të përdoret	Kufizimet
Lojërat e situatave të krijuara	Pjesëmarrësit janë pjesë e një situatave të krijuar, ku secili pjesëmarrës ka një detyrë të veçantë. Kjo është një lojë më e komplikuar në role, me një proporcion më të lartë të përmbajtjes së situatës të projektuar më parë.	Pjesëmarrësit në grup marrin vendime për aktivitetet e mëtejshme, për situata konkrete, specifike, kritike.	Krijimi i proceseve afatgjata që ndodhin në vende të ndryshme, shfrytëzohen shpesh (siç është simulimi i përgatitjes të të rinjve për shkëmbime). Lojërat e situatave të krijuara mund të përgatiten brenda disa orësh, për një ditë apo më shumë ditë.	Të njëjtat rreziqe si te lojërat në role
Diskutimet në grup	Grupe të vogla për diskutim, në të cilat pjesëmarrësit ndajnë pikëpamjet e tyre rreth një teme të dhënë; pa prezencën e një lideri.	Kjo metodë mundëson hapjen e diskutimit, ku pjesëmarrësit udhëheqin procesin. Rregulli kryesor është që informacioni të mos raportohet jashtë grupit, pa aprovimin e të gjithë anëtarëve të grupit.	Më së shumti, në mbledhje – pas përfundimit të aktivitetit, pjesëmarrësit mund të shprehin mendimet e tyre, ndjenjat, të vlerësojnë metodat, qasjet e anëtarëve të grupit dhe vetë grupin.	Kalimi nga një temë në tjetrën, kaos gjatë bisedës, kur lideri nuk është aty, mund të mos kuptohet qëllimi i kësaj metode.
Hapësirë e hapur	Pjesëmarrësit sugjerojnë tema për diskutim dhe seminare, si dhe marrin pjesë vetë në aktivitete. Kjo metodë kërkon nivel të lartë të përgjegjësisë nga pjesëmarrësit.	Pjesëmarrësit sugjerojnë tema të tjera për seminare, të cilat do të donin t'i përfshinin në program. Bazuar në këtë, krijohet një orar i përbashkët. Seminaret udhëhiqen nga pjesëmarrësit, diskutimi ndodh lirshëm, pjesëmarrësit mund të ndryshojnë seminare ose të sugjerojnë tema të reja. Përfundimisht, konkluzionet prezantohen së bashku.	Metoda është e përshtatshme në punën me grupe që punojnë në mënyrë të pavarur. Kjo mbështet përgjegjësinë e vullnetarëve, për të krijuar aktivitete dhe rezultate të përbashkëta.	Gjatë punës me pjesëmarrës, të cilët kanë pak motivim ose lidhje të dobëta me temën, ekziston rreziku që diskutimi dhe biseda të bëhen më të përgjithësuar nga sa duhet, pa konkluzione specifike.
Reflektimi i vetvetes	Kohë për reflektim individual rreth dhe asaj çfarë është mësuar dhe punës së bërë, pas një periudhe të caktuar takimesh, aktiviteteve etj.	Pjesëmarrësit, në mënyrë individuale vlerësojnë situatën që ka ndodhur. Ata vlerësojnë aktivitetet dhe sjelljet, si dhe sjelljet potenciale në të ardhmen.	Metodë e mirë gjatë punës, por në varësi të kontekstit të temës, ku pjesëmarrësit i shkruajnë një "letër vetes". Qëllimi është të shprehin vlerat dhe qëndrimet e tyre, gjëra personale dhe t'i fusin në një zarf për t'ia dhënë ato liderit, i cili ua dërgon atyre këto letra pas një kohe (1 muaj, 3 muaj...)	Një pikë e rëndësishme për vetëvlerësim është kur, ku dhe kujt t'i kushtojmë vëmendje të veçantë. Pa njohuri shtesë dhe kuptueshmëri të teknikave, kjo metodë mund të jetë e padobishme.

Metoda	Karakteristikat	Përshkrimi	Kur të përdoret	Kufizimet
Shëtitje në terren	Një shëtitje në terren me anëtarët e grupit, i cili mund të jetë i lidhur me një temë të caktuar, e cila është adresuar nga anëtarët e grupit/klubit gjatë asaj periudhe.	Vendi i udhëtimit, i planifikuar nga lideri (organizuesi), duhet të jetë i lidhur me temën edukative. Zakonisht ky prezantim praktik ndiqet nga një temë, e cila mund të eksplorohet më tej.	Avantazhi është mundësia për të parë gjëra praktike që janë të lidhura me temën. Kjo metodë jep mundësinë për të memorizuar më mirë dhe më lehtë teorinë, si dhe gjithashtu ofron motivim e frymëzim për punën me pjesëmarrësit.	Një program që nuk është i mirë-përgatitur, vizita jo të organizuara mirë nëpër institucione, mund të shkaktojnë kaos, por gjithashtu një lidhje të dobët të pjesëmarrësve me temën.

Hapat për formimin e një grupi/klubi

Në këtë seksion do t'ju prezantojmë hapat konkretë, të cilat konsulenti i shkollës, profesorët dhe liderat e ardhshëm duhet të ndërmarrin, në mënyrë që të formojnë një grup/klub në nivel shkollor.

1.

LIDERI(AT)

Në fillim të formimit të grupit/klubit në nivel shkollor, është e rëndësishme që konsulenti shkollor, së bashku me ekipin e profesorëve të përfshirë në aktivitetet e Programit Y, të identifikojnë të rinjtë dhe të rejat, të cilët mund të jenë lidera të klubit. Është e dëshirueshme të identifikohen në fillim disa të rinj dhe të reja, të cilët do të mund të ishin lidera të klubit/grupit, e më pas të flitet me ta dhe t'iu shpjegohen përgjegjësitë. Një ose më shumë lidera mund të zgjidhen vetëm pas bisedës dhe pajtueshmërisë së tyre.

Në mënyrë ideale, për shumë arsye, **shkolla duhet të ketë një lider djalë dhe një lidere vajzë** (është më e lehtë për djemtë të identifikohen me një lider djalë dhe për vajzat të identifikohen me një lidere vajzë, pasi do të jetë më e lehtë për liderat të krijojnë dhe të implementojnë aktivitete kur punojnë në ekip, në rast se njëri lider heq dorë, klubi/grupi mund të mbështetet tek lideri tjetër).

Si të identifikohet një lider/e

Është e rëndësishme që procesi i identifikimit të liderit/es të niset pa paragjykimë.

Shpeshherë mendojmë se të rinjtë dhe të rejat që kanë sukses në shkollë dhe projektet shkollore, munden dhe duhet të jenë lidera. Praktika na ka treguar se jo gjithmonë është ashtu. Ndonjëherë roli i liderit të klubit/grupit mund të sigurojë mundësinë për një person të ri që të angazhohet

aktivisht në aktivitete dhe, rrjedhimisht, t'i zhvillojë aftësitë e veta dhe, përfundimisht, ta përmirësojë dukshëm suksesin e vet në mësim.

Për këtë arsye, gjatë procesit të identifikimit të liderit/es kushtojuni vëmendje detajeve si vijon:

- › Lider është një person që është tolerant (i kupton të tjerët dhe pranon mendimet e bashkëmoshatarëve, edhe nëse nuk pajtohet me to).
- › Lideri është pak më i moshuar (rekomandohet që kur të identifikohet lideri, të mendoni për nxënësit e vitit të dytë ose të tretë: ata kanë më shumë ndikim te bashkëmoshatarët e tyre dhe do të perceptohen në mënyrë pozitive nga grupi; Lidieri do të mbetet në shkollë për një ose dy vite më shumë, gjë që ofron mundësinë për të që të organizojë më shumë aktivitete).
- › Lideri është organizator i mirë, ai ose ajo di të improvizojë, është ndërmjetësues (kushtojuni vëmendje dhe flisni me kujdestarët e klasave; është e dëshirueshme të identifikohen të rinj që janë të zhdërvjelltë, për shembull kur nuk janë të përgatitur mirë për mësimin, ata arrijnë të dalin nga situata dhe marrin avantazhet e njohurive paraprake, në mënyrë që të mos marrin notë të keqe; ata janë aktivisht të përfshirë në organizimin e aktiviteteve të ndryshme në klasën e tyre, provojnë të pajtojnë anët e kundërta në situata të konfliktit.)
- › Lideri duhet të ketë autoritet mbi bashkëmoshatarët, por jo të shfrytëzojë fuqinë e tij për qëllime negative.
- › Lideri është i gatshëm të kritikojë, por edhe të pranojë kritika.
- › Lideri ka të zhvilluar sensin e humorit (këta janë zakonisht tipat që bëjnë shaka në klasë dhe e gjithë klasa qesh me shakatë e tyre).
- › Lideri njeh shumë nxënës në shkollë.
- › Lideri është i gatshëm të marrë përgjegjësi, të ndihmojë dhe të jetë vetë model për bashkëmoshatarët e vet.
- › Lideri është i aftë të udhëheqë diskutime dhe të sigurojë kontribute të dobishme në diskutim (vëzhgoni të rinjtë dhe të rejtat, të cilët në klasën e tyre vazhdimisht kontribuojnë në biseda mes bashkëmoshatarëve gjatë pushimeve ndërmjet orëve; mos u përqendroni vetëm gjatë orës së mësimi).
- › Lideri nuk e urdhëron grupin; ai udhëheq grupin.

Këto janë vetëm disa prej karakteristikave të një lideri/e të mundshëm të klubit/grupit shkollor. Mos kërkonin një burrë të ri ose/dhe një grua të re që i ka të gjitha karakteristikat e listuara, nëse një gjë e tillë është e pamundur; thjesht, përqendrohuni në identifikimin e të rinjve dhe të rejave që kanë, të paktën pjesën më të madhe të karakteristikave të listuara.

INTERVISTA E PARË ME LIDERAT

Pasi konsulenti i shkollës, së bashku me disa profesorë të kenë identifikuar liderat dhe të kenë realizuar intervistat e para e të kenë zgjedhur një lider, djalë ose vajzë të klubit të ardhshëm, është e nevojshme të bëhet intervista e parë me liderin/en. Në këtë intervistë është e rëndë-

2.

sishme të diskutohen aktivitetet e planifikuara (fushatat dhe takimet), t'u shpjegohen djalit dhe vajzës përgjegjësitë e tyre dhe pritshmëritë prej tyre, të familjarizohen me metodat e punës, si dhe me këtë Manual, i cili duhet të shërbejë si material pune. Rekomandojmë që në këtë hap, konsulenti shkollor të kontaktojë organizatën partnere që implementon aktivitetet në komunitetin lokal, në mënyrë që së bashku të formojnë rrjedhën e intervistës së parë dhe t'u prezantojnë detyrat liderave, por gjithashtu t'i ndihmojnë në zbatimin e tyre.

PLANI I AKTIVITETEVE

3.

Në këtë hap, i japim liderit/es të klubit/grupit shkollor detyrat e para. Konsulenti i shkollës tërhiqet “në hije” dhe vazhdon ta këshillojë liderin/en, por ia **lë atij/asaj rolin aktiv**. Liderit/es i është dhënë detyra, me përdorimin e kërrij Manuali, të krijojë aktivitetet e klubit/grupit të ardhshëm për vitin akademik specifik. Ai/ajo do ta përshkojë planin së bashku me konsulentin e shkollës, dhe pas kësaj do të kalojë në hapat e tjerë, të cilët janë shpjeguar në këtë Manual.

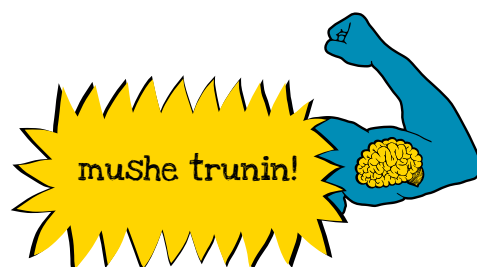
4.

FORMIMI I GRUPIT

Hapi i fundit, të cilin duhet ta ndërmarrë lideri, para se të fillojë punën me grupin, është të krijojë një grup/klub rinor. Burrat e rinj dhe gratë e reja të të gjitha viteve duhet të ftohen në klubin e ardhshëm. **Varësisht nga madhësia dhe kapaciteti i shkollës, klubi/grupi duhet të jetë midis 12 dhe 20 anëtarëve.** Pasi të përzgjidhen nxënësit që do të jenë pjesë e klubit/grupit, lideri organizon takimin e parë me ta (shih seksionin e pasues).

Hapat në formimin e një grupi - klubi

“Bëhu Burrë” sot përfaqëson shumë më tepër sesa thjesht emri që mban. **Ky është klubi i burrave të rinj dhe grave të reja që punojnë së bashku për promovimin e stileve të shëndetshme të jetesës.** Duke qenë se ky nuk është klub vetëm për burrat e rinj, por edhe për gratë e reja, në mënyrë të barabartë, këtu ju ofrojmë një rekomandim që, kur të formoni dhe emëroni klubin tuaj, duhet të mendoni edhe për këtë emër, sepse ky emër është tashmë i **njohur në rajon, si klub rinor, i cili promovon vlera pozitive dhe luftën kundër të gjitha formave të dhunës; rrjedhimisht, ju bëheni pjesë e një numri të madh klubesh, të cilat ekzistojnë dhe janë aktive në Ballkanin Veriperëndimor.** Gjithashtu, Klubet “Bëhu Burrë” kanë identitetin e tyre grafik, ku ka një numër të madh materialësh të ndryshme, të cilat mund t'i përdorni, nëse zgjidhni këtë emër. Ekzistojnë postera të ndryshme, stikera, simbole, lapsa, mbështjellëse, banderola etj.



Takimet e grupit/klubit rinor: Sugjerime për aktivitete

Në këtë seksion ju sjellim propozime për takimet e klubit tuaj. Mund ta përshtasni secilin nga propozimet, sipas nevojave tuaja, në atë mënyrë që ju përshtatet ju më së miri. Në seksionin *Çfarë janë fushatat*, patët mundësinë të shihni se cilat ishin arsytet e bazuara shkencërisht për përdorimin e edukimit dhe fushatave së bashku në kombinim, prandaj duhet t'i **bazoni takimet tuaja dhe fushatat që implementoni mbi temat e edukimit, të cilat i zbatoni përmes Programit Y**, me qëllim që efekti i edukimit të jetë në mënyrë të dukshme më i lartë. Propozohet që më e mira është të planifikohen takimet në konsultim me të rinjtë dhe të rejtat, dhe të provoni të mbani vazhdimësi në formën e **takimeve javore**, të cilat mbahen gjithmonë në të njëjtën kohë, për të cilën ju keni rënë dakord (ora dhe vendi i njëjtë, nëse është e mundur). Mos harroni se këto janë vetëm propozime për takime, dhe ndihuni të lirë që **të jeni kreativë në hartimin e takimeve të klubit tuaj rinor, me qëllim që ato të jenë gjithmonë shumë të ndryshme, shlodhëse dhe të reflektojnë një atmosferë tërësisht jo formale dhe miqësore për nxënësit tuaj.**



Aktiviteti 01

Emërtimi i takimit: Ne jemi... (Emërtimi i klubit)

Kohëzgjatja e rekomanduar: 60 minuta

Qëllimi i takimit: Vendosni pritshmëritë primare dhe emëroni klubin tuaj rinor.

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që do t'i interesojë grupit.
 - › Opsionale: Gjithashtu mund të filloni takimet me një prezantim të shkurtër të ndonjë teme që mund t'u interesojë të rinjve. Ne kemi shfrytëzuar diçka që quhet “tri minuta për tregime të mençura”. Në secilin takim, zgjidhet një person ose, në mënyrë vullnetare një person e hap takimin me një tregim, përmes të cilit ai/ajo do të ndajë diçka me pjesëmarrësit, në mënyrë që t'i bëjë ata të interesohen rreth një teme, ose t'u mësojë diçka.
2. Përgatisni zarfe të zbrazëta dhe shkruani në të: “Dëshira dhe pritshmëri për veten dhe për të tjerët, si dhe për klubin tuaj”, dhe shkruani datën e hapjes së zarfit. Qëllimi është që secili pjesëmarrës të shkruajë së paku tri dëshira dhe/ose pritshmëri për vetveten, për të tjerët dhe për klubin, si dhe t'i hapni zarfet së bashku me ta – le të themi pas tre muajve – dhe të shihni cilat pritshmëri janë përmbushur e cilat jo, si dhe çfarë duhet bërë më tej.
3. Kërkoni nga pjesëmarrësit të ulen në rreth dhe vendosni një karrige në mes. Thojuni se ajo është “Karrigia e diturisë” dhe çdokush që ulet aty duhet të na mësojë diçka për 30 sekonda. Të gjithë pjesëmarrësit duhet të kalojnë në këtë ushtrim.
4. Ndajini pjesëmarrësit në grupe më të vogla dhe caktoni 20 minuta që të flasini për emrin e klubit të tyre. Dëgjojini përgjigjet dhe diskutoni me pjesëmarrësit. *Sugjeroni emrin Klubi “Bëhu Burrë”, si një nga emrat potencialë.*
5. Të gjitha grupet të prezantojnë emrat që duan propozojnë dhe të organizojnë një votim për emrin më të mirë. Pas votimit, diskutoni emrin e zgjedhur dhe shikoni nëse ka nevojë të përmirësohet. Është e rëndësishme që emri të jetë i pranueshëm për të gjithë, pasi asnjëri nga pjesëmarrësit nuk do të ndihej rehat, nëse emri që është zgjedhur nuk do t'i përfaqësojë ata si individë në shkollë dhe komunitet.
6. Mbylleni takimin me një lojë ose/dhe me lojën “Jam krenar/e për...”, në të cilën më shumë se një person dhe/ose i gjithë grupi duhet të thonë diçka, për të cilën janë krenarë. Këto mund të jenë gjëra të ndryshme, duke filluar nga hobi personal, suksesi në shkollë, sportet, muzika etj. Pas kësaj, është e rëndësishme të *caktohet takimi i radhës* ose të përcaktohet koha, kur zakonisht do të mbahen takimet.

Shembulli nga Sarajeva – vajzat FAKAT

Vajzat FAKAT janë pjesë e klubit “Bëhu Burrë” në Sarajevë. Vajzat marrin pjesë në të njëjtat aktivitete së bashku me djemtë, ndërkohë që emri “Vajzat FAKAT” është inovacion, përmes të cilit të rinjtë dëshironin të tërheqin vëmendjen, në faktin se ekziston një numër i madh i vajzave anëtare në Klubin “Bëhu Burrë” në Sarajevë. Kur po formohej Klubi “Bëhu Burrë” në Sarajevë, shumë vajza ishin të interesuara në të, krahas anëtarëve djem. Në një moment, kishte më shumë vajza pjesëmarrëse në grup sesa djem, dhe tregimi vazhdon si më poshtë:

“Duke qenë se të gjithë jemi duke luftuar së bashku dhe duke mbrojtur vlerat e duhura, ndërtimi i një ambienti, në të cilin të gjithë do të rritemi të lumtur e të kujdesshëm, do të socializohemi dhe mendojmë shëndetshëm, jashtë kornizave, edhe ne kemi dashur të përfshihemi në emrin e klubit. Gjithashtu, ne nuk mund të harrojmë anëtarët djem, të cilët na rekomanduan dhe mbështetën formimin e “Vajzave FAKAT”. Me sugjerimin e tyre, disa prej nesh u ulëm dhe filluam të mendojmë rreth emrit të përsosur, përmes të cilit do të na njihnin të gjithë, por gjithashtu do të mësonin se vajzat mund të bëhen anëtare të Klubit “Bëhu Burrë”. Kemi menduar për shumë emra, por asnjëri nuk ishte mjaftueshëm i mirë dhe nuk tingëllonte siç duhej. Pastaj dikujt iu kujtua emri vajzat FKT. Ideja e parë ishte që shkurtesa FKT përfaqëson-te *Feminem Club Wanted*, por e kuptuam se është më mirë dhe më efektive nëse emri mbetet vetëm Vajzat FKT, sepse sot jetojmë në botën e rrjeteve sociale, ku të rinjtë dhe të rejtat përdorin shkurtesa, si dhe për arsyen se, në fakt, kjo është ajo çka jemi. Ne jemi “Vajzat FAKAT”, gratë e reja që advokojnë për gjërat e duhura dhe e bëjnë ambientin e tyre më të shëndetshëm për t'u rritur, si dhe ndihmojnë burrat për të qenë burra të vërtetë”.

Një nga anëtarët e “Vajzat FKT”, Sarajevë

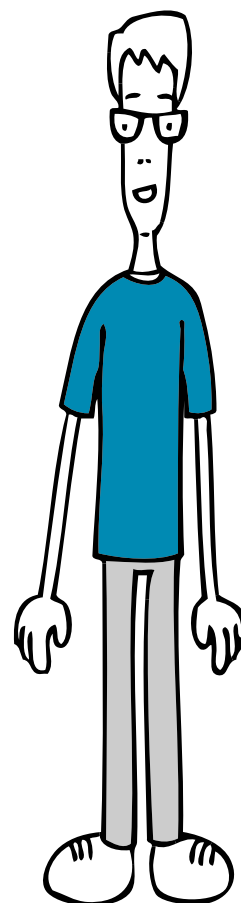
Aktiviteti 02

Emërtimi i takimit: Fushata juaj e parë

Kohëzgjatja e rekomanduar: 90 minuta

Qëllimi i takimit: Planifikimi i fushatës suaj të parë në shkollë, e cila do të tërheqë të rinjtë e të rejtat e tjera, për t'u përfshirë

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që do t'i interesojë grupit dhe filloni takimin.
2. Në një prezantim të shkurtër kujtojeni pjesëmarrësve çfarë është fushata dhe cili është qëllimi i implementimit të fushatës.
3. Ndajini pjesëmarrësit në 2-4 grupe, në varësi të numrit të pjesëmarrësve dhe jepuni letra dhe kultura për të planifikuar aktivitetet që do të promovojnë punën e klubit tuaj, si dhe do të inkurajojnë të rinj e të reja të reflektojnë rreth disa temave të përzgjedhura (Ju sugjerojmë të shfrytëzoni disa nga temat edukative, të cilat keni filluar t'i adresoni në shkollë. Nëse nuk kemi filluar ende me edukimin, zgjidhni disa tema fillestare si gjinia, normat gjinore, barazia gjinore...)
4. Secili grup le të prezantojë atë që ka planifikuar dhe të përzgjedhë aktivitetin, i cili mund të zbatohet. Vendosi datën e implementimit (realizimit), vendin, orën dhe personat përgjegjës, të cilët do të marrin pjesë (gjithmonë tentoni të inkurajoni sa më shumë persona për të marrë pjesë). Dedikojeni pjesën tjetër të kohës së atij takimi për planifikimin e detajuar të fushatës, për sa i përket aspektit logjistik (materiale, përgatitje, lokacion, leje...)
5. Përmbylleni takimin me një lojë.



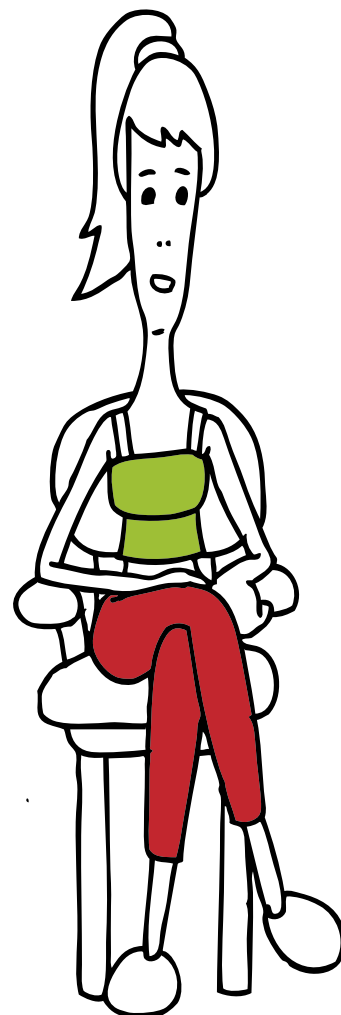
Aktiviteti 03

Emërtimi i takimit: „Panairi i ideve”

Kohëzgjatja e rekomanduar: 75 minuta

Qëllimi i takimit: Në mënyrë kreative inkurajohet pjesëmarrësit të marrin pjesë në propozimin e ideve për aktivitetet e klubit.

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që i intereson grupit.
2. Diskutoni me anëtarët rreth termave të metodave së punës, siç janë “*brainstorming*” (stuhi idesh) apo “*teamwork*” (puna në grup). Shpjegoni pse *brainstorming* është i rëndësishëm dhe çfarë ndikimi mund të ketë te grupi apo tek individët brenda grupit. A mundet grupi të jetë më efektiv dhe aktivitetet më të shumëllojshme me ndihmën e këtyre aftësive? Flisni me anëtarët e grupit për rreth 10 minuta.
3. Shpjegojuni pjesëmarrësve se jeni duke hapur një “Panair të ideve”, dhe se idetë janë të mirëseardhura; më pas ndajini ata në 2-4 grupe, varësisht nga numri i pjesëmarrësve, dhe jepuni letra dhe stilolapsa. Para punës në grupe, është e rëndësishme të shpjegohen rregullat e “panairit të ideve”. Secili grup duhet të zhvillojë dy deri në tri ide (numri i ideve varet nga numri i pjesëmarrësve – sa më i madh numri i grupeve, aq më i vogël numri i ideve. Është ideale që të keni katër grupe me dy ide për secilin grup.) Grupi ka 20 minuta në dispozicion për zhvillimin e ideve. Është e nevojshme që ata në letra të shkruajnë propozimet për tri aktivitete/ide të cilat do të donin t’i zbatonin përmes klubit. Kërkoni nga ta të shfrytëzojnë imagjinatën, të jenë kreativë dhe të ndihen të lirë për të shprehur idetë e tyre.
4. Secili grup do të përzgjedhë një person për të prezantuar idetë e tyre. Prezantimi i njërit grup përcillet me votimin për një ide. Është e rëndësishme të theksohet se anëtarët e grupit, i cili prezanton idenë, nuk kanë të drejtë vote. Ideja me më shumë vota fiton dhe zbatohet. Është e rëndësishme të theksohet se anëtarët, të cilët mund të votojnë, duhet të mendojnë për idenë para se të votojnë (nëse është e mundshme të zbatohet, nëse mund të ketë ndonjë kundërefekt etj.) Përzgjidhni liderin/en e idesë fituese, i cili së bashku me koordinatoren e klubit do të zbatojë aktivitetin, në të cilin do të marrin pjesë të gjithë anëtarët.
5. Përmbylleni takimin me një lojë.



Aktiviteti 04

Emërtimi i takimit: „Libri i rregullave të klubit tonë“

Kohëzgjatja e rekomanduar: 45 minuta

Qëllimi i takimit: Bashkë me anëtarët e tjerë të grupit, krijoni librin e rregullave, i cili u përshtatet atyre dhe që do të vendoset në një vend të dukshëm, ku takoheni me anëtarët.

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që i intereson grupit.
2. Flisni me anëtarët e grupit rreth faktit se ata kanë mundësinë të krijojnë librin e rregullave të klubit, të cilat do ta lehtësojnë punën dhe funksionimin e grupit. Theksoni se do ua prezantoni në mënyrë të veçantë librin e rregullave anëtarëve të rinj, në mënyrë që t'i familjarizoni ata në mënyrë kreative me punën e klubit tuaj dhe të mos i kufizoni për asgjë.
3. Shpërndajini secilit nga një letër ngjithëse ose letër normale, në mënyrë që secili pjesëmarrës të mund të shkruajë në të një rregull që duhet ndjekur (për shembull, mos u vononi në takime, respektojini të tjerët...). Ata pjesëmarrës që kanë më shumë ide, mund të kërkojnë më shumë letër.
4. Pasi të gjithë t'i kenë mbaruar së shkruari rregullat, është e nevojshme që grupeve t'iu jepen letra të mëdha, lapsa me ngjyra, në mënyrë që ata të fillojnë të krijojnë një kornizë për rregullat. Grupi duhet ta krijojë kornizën në mënyrë kreative dhe pjesën qendrore ta lërë të zbrazët (sepse rregullat do të shkruhen në atë pjesë). Kur të përfundohet korniza dhe rregullat të shkruhen, është e rëndësishme që të gjithë anëtarët të nënshkruajnë, si shenjë e pajtueshmërisë me librin e rregullave.
5. Vendoseni librin e rregullave në një vend të dukshëm. Nëse takimet mbahen gjithmonë nëpër klasa të ndryshme, është e dëshirueshme ta merrni librin e rregullave me vete në secilin takim.
6. Përmbylleni takimin me një lojë.

Aktiviteti 05

Emërtimi i takimit: “Video fushata”

Kohëzgjatja e rekomanduar: 75 minuta

Qëllimi i takimit: Krijoni një video të shkurtër rreth klubit tuaj dhe aktiviteteve

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që i intereson grupit.
2. Flisni me anëtarët e grupit për video fushatat. Flisni rreth rëndësisë dhe efektit të tyre me të rinjtë e tjerë. Prezantojini grupit detyrën për të menduar për një koncept të një videoje të shkurtër, përmes të cilit do të prezantojnë aktivitetet dhe/ose qëllimet e klubit, por gjithashtu ftoni të rinj të tjerë që të përfshihen. Videoja duhet të jetë e shkurtër, kohëzgjatja 1-3 minuta, me përmbajtje dhe muzikë interesante.
3. Ndajini pjesëmarrësit në 2-4 grupe dhe jepuni atyre 20 minuta për të menduar rreth konceptit të videos.
4. Pas punës në grupe, secili grup duhet të xhirojë një video dhe t’ua prezantojë atë grupeve të tjera. Pas prezantimit është e nevojshme të vendosen liderat e secilit grup, të cilët do të bëjnë redaktimin e videos (muzika, logo e klubit, mesazhet etj.). Pjesëmarrësit do të fillojnë ta bëjnë videon gjatë takimit apo pas tij, nëse ka mjaftueshëm kohë. Jepuni pjesëmarrësve detyrën që t’i përfundojnë videot e tyre deri në takimin e radhës, kur do ta prezantojnë videon dhe do ta publikojnë atë *online* (Youtube, Facebook...).
5. Përmbyllni takimin me një lojë.

Aktiviteti 06

Emërtimi i takimit: Ndikimi i medias te të rinjtë dhe të rejat

Kohëzgjatja e rekomanduar: 45 deri 60 minuta

Qëllimi i takimit: Krijimi i ndërgjegjësimit të ndikimit të mirë apo të keq të medias te të rinjtë dhe të rejat në ditët e sotme.

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që i intereson grupit. Pajtohuni me grupin që ata të përgatisin disa lojëra në fillim apo në fund të takimit.
2. Është e nevojshme të përgatiten paraprakisht informata biografike për disa persona, të cilët janë të njohur për pjesëmarrësit dhe të përshtatshëm për lojën “Gjeje se kush jam?”.
3. 3. Kërkoni nga njëri prej pjesëmarrësve të dalë jashtë dhe të marrë një biografi. Pjesëmarrësit duhet t’i bëjnë atij/asaj pyetje rreth atij personi, dhe përgjigjet duhet të jenë vetën “po”, “jo” ose “e parëndësishme”. Pas secilës përgjigje ndaj pyetjes, personi lexon një fjali nga biografia. Dhe në fund të tjerët kanë mundësi ta gjejnë se kush është personi në fjalë.
4. 4. Hapni një diskutim të vogël rreth lojës dhe përpunojeni më tej temën, përmes pyetjeve për diskutim:
 - › Çfarë mendoni për këtë lojë? Cili ishte qëllimi i kësaj loje?
 - › A ndikon media në mënyrën se si ne i shohim njerëzit dhe ngjarjet? Në ç’mënyrë?
 - › A është e vërtetë gjithçka që prezantohet në media? A është ajo e vërteta e plotë që prezantohet? Shpjegoni.
 - › Kur kuptojmë disa prej gjërave që nuk i kemi ditur më parë, a ndryshon e gjithë ngjarja? Në çfarë mënyre?
 - › Pse disa detaje janë më interesante për median sesa të tjerat? Cilat janë këto detaje? Në ç’mënyrë ndikojnë te ne këto detaje?
5. Me shumë gjasa, përfundimi do të shkojë drejt asaj se si media ndikon tek opinioni ynë për dikë, cili është qëllimi i medias kur e bën këtë gjë, sa e nevojshme është që informacionin e marrë ta shohim në mënyrë kritike dhe të shohim bashkë me grupin se çfarë ka prezantuar grupi.
6. Nëse ka kohë, të përmbyllet takimi me një lojë ose tregim.

Aktiviteti 07

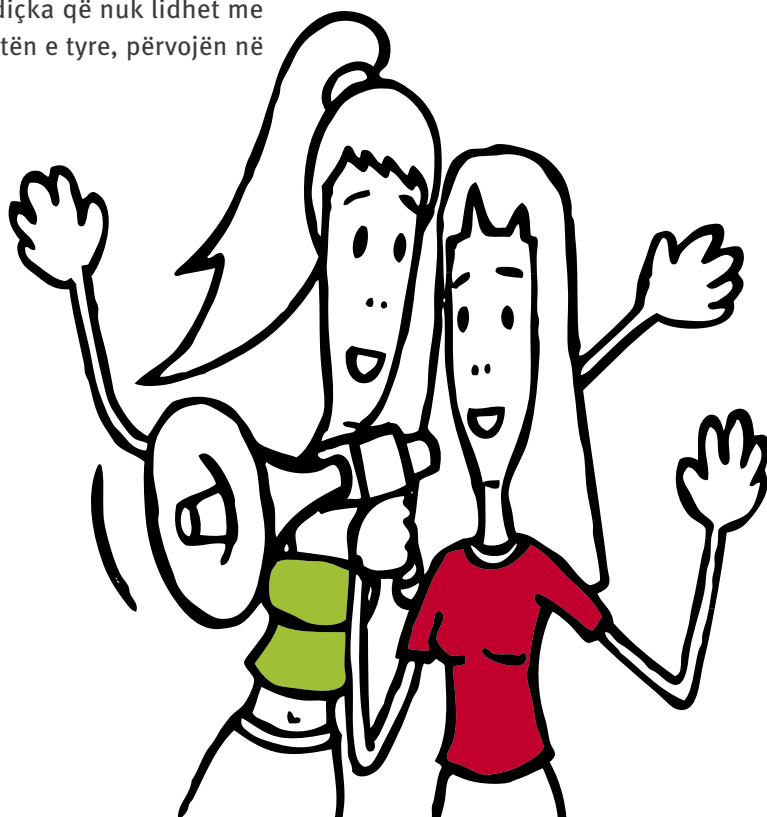
Emërtimi i takimit: Aksioni rrugor i klubit

Kohëzgjatja e rekomanduar: 45 deri 60 minuta

Qëllimi i takimit: Planifikimi dhe organizimi i një aksioni në rrugë, për të promovuar klubin dhe për të rritur ndërgjegjësimin për një temë të caktuar.

1. **Energjizues:** Zgjidhni një energjizues që i intereson grupit. Bini dakord që grupi të përgatisë disa lojëra, në fillim ose në fund të takimit.
2. Përcaktimi i temës dhe i datës së aksionit, bazuar në temën e edukimeve, të cilat të rinjtë/rejat i ndjekin përgjatë Programit Y ose bazuar në disa prej datave më të rëndësishme të vitit.
3. Përcaktimi i buxhetit të disponueshëm, para takimit, me qëllim që t'i udhëzoni pjesëmarrësit/et me kohë rreth situatës dhe kushteve që keni në dispozicion.
4. Mendoni rreth temës së zgjedhur: si do të zhvillohet aksioni, çfarë materialesh ju nevojiten, ku do të ndodhë aksioni, cili do të jetë target grupi, a do të mbulohet aksioni nga mediat...
5. Bisedoni se në cilat pjesë të aksionit do përfshihen anëtarët e grupit: planifikim, materiale, promovim të fushatës... Mund të ndodhë që ju nuk do arrini ta planifikoni fushatën vetëm me një takim, prandaj planifikoni disa takime, për të parashikuar dhe për t'u pajtuar me grupin rreth implementimit ose për të praktikuar fushatën, nëse është performancë në rrugë.
6. Përmbylleni takimin me një lojë, tregim ose duke i përgëzuar pjesëmarrësit. Lejojini ata ta ndajnë me grupin diçka që nuk lidhet me takimin, por që lidhet drejtpërsëdrejti me jetën e tyre, përvojën në klub etj.

Vërejtje: Mos harroni të kërkonte leje për të përdorur hapësirat publike (nëse kjo kërkohet ligjërisht).



Aktiviteti 08

Emërtimi i takimit: Ndërtimi i shpirtit të ekipit të të rinjve/rejave në klub

Kohëzgjatja e rekomanduar: E paspecifikuar

Qëllimi i takimit: Përforsimi i lidhjeve ndërmjet anëtarëve, krijimi i shpirtit të ekipit dhe promovimi i klubit në mënyrë argëtuese.

1. **Energjizues:** Zgjidhni energjizuesin që i intereson grupit.
2. Përgatisni paraprakisht disa sugjerime për lojëra ekipi për pjesëmarrësit dhe i prezantoni ato te pjesëmarrësit në trajtë të lojërave të shkurtra përgjatë takimit.
3. Lojërat mund të gjenden në internet, duke kërkuar “lojëra për ndërtimin e ekipit”. Çfarëdo sinonimi që përdorni gjatë kërkimit, mund t’ju ndihmojë për gjetjen e rezultateve.
4. Bashkë me pjesëmarrësit/et krijoni disa aktivitete që janë të njohura për ta dhe aktivitete të tilla që ata/ato mund t’i luajnë së bashku (aktivitete sportive, të tilla që të gjithë të mund të marrin pjesë, aktivitete muzikore, si karaoke, shikimi i filmave, udhëtime të ndryshme etj.).
5. Bini dakord rreth aktivitetit që do të zhvillohet (data dhe ora). Theksoni që fitorja nuk është gjëja më e rëndësishme, pasi e rëndësishme është të argëtoheni, të krijoni shoqëri të reja dhe të merrni pjesë në aktivitet.
6. Shfrytëzoni pjesën e mbetur të takimit, për të diskutuar një temë të përshtatshme për të rinj/reja, temë kjo që do kishte ndikim të drejtpërdrejtë tek ta. *Shembull:* Është një serial televiziv apo film që flet për problemet e të rinjve/rejave (dhunën, shëndetin...) dhe që mund të ketë ndikim tek ata, madje edhe ndikim negativ, nëse askush nuk flet për atë çështje, ose disa ngjarje aktuale të skenave të dhunës që kanë ndodhur në qytet.
7. Përmbylleni takimin me një lojë dhe/ose me lojën “Jam krenar/e për...”, në të cilën më shumë se një person ose i gjithë grupi mund të tregojnë përse ata janë krenarë. Ata mund të përmendin gjëra të ndryshme, si hobi, arritjet në shkollë, sportet, muzikë etj.

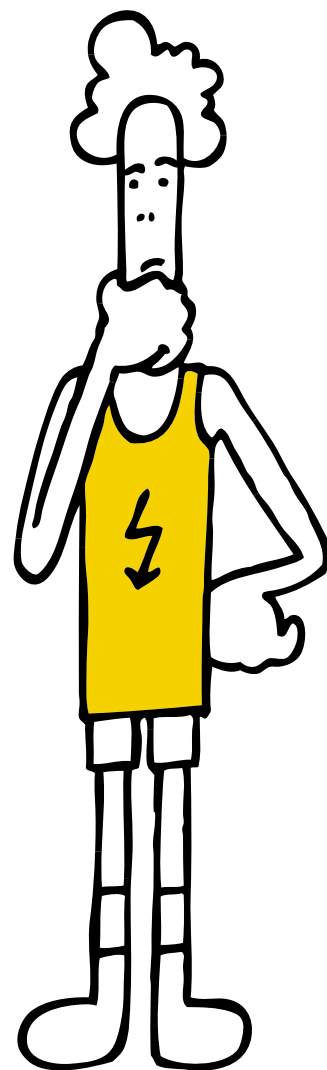
Aktiviteti 09

Emërtimi i takimit: Debat

Kohëzgjatja e rekomanduar: 60 minuta

Qëllimi i takimit: Përforcimi i aftësive të negocimit të rinjve/rejave, duke i mësuar ata/ato që t'i mbrojnë qëndrimet e tyre me fakte dhe të fitojnë njohuri rreth temave të zgjedhura.

1. **Energjizues:** Zgjidhni një energjizues që i intereson grupit.
2. Para takimit, gjeni tema të përshtatshme që do të diskutohen me të rinjtë/rejat. Mund të përdorni seminarin “Aftësitë e negocimit” nga Programi Y, me qëllim që të përgatiteni edhe më shumë.
3. Bisedoni rreth rregullave dhe formave të debatit, si dhe mbani mend që, me qëllim që debati të mos shndërrohet në argumentim jo produktiv, të gjithë duhet të dinë se kur duhet hyrë në debat, pra kur është radha dhe koha për të folur. Diskutimi kërkon opinione kritike rreth vetes dhe të tjerëve, drejtësi dhe korrektësi. Gjithnjë duhet të jetë një grup afirmativ (pro) dhe negativ (kundër).
4. Ndajini pjesëmarrësit në dy grupe, njëri prej të cilëve mund të jetë grupi afirmativ dhe tjetri grupi negativ. Zgjidhni 2 ose 3 tema që do t'i trajtoni gjatë takimit përmes debatit. Është shumë e rëndësishme që temat të jenë të përshtatshme për të rinjtë/rejat.
5. Bini dakord rreth kohëzgjatjes së debatit.
6. Përmbylleni takimin me një lojë ekipi.



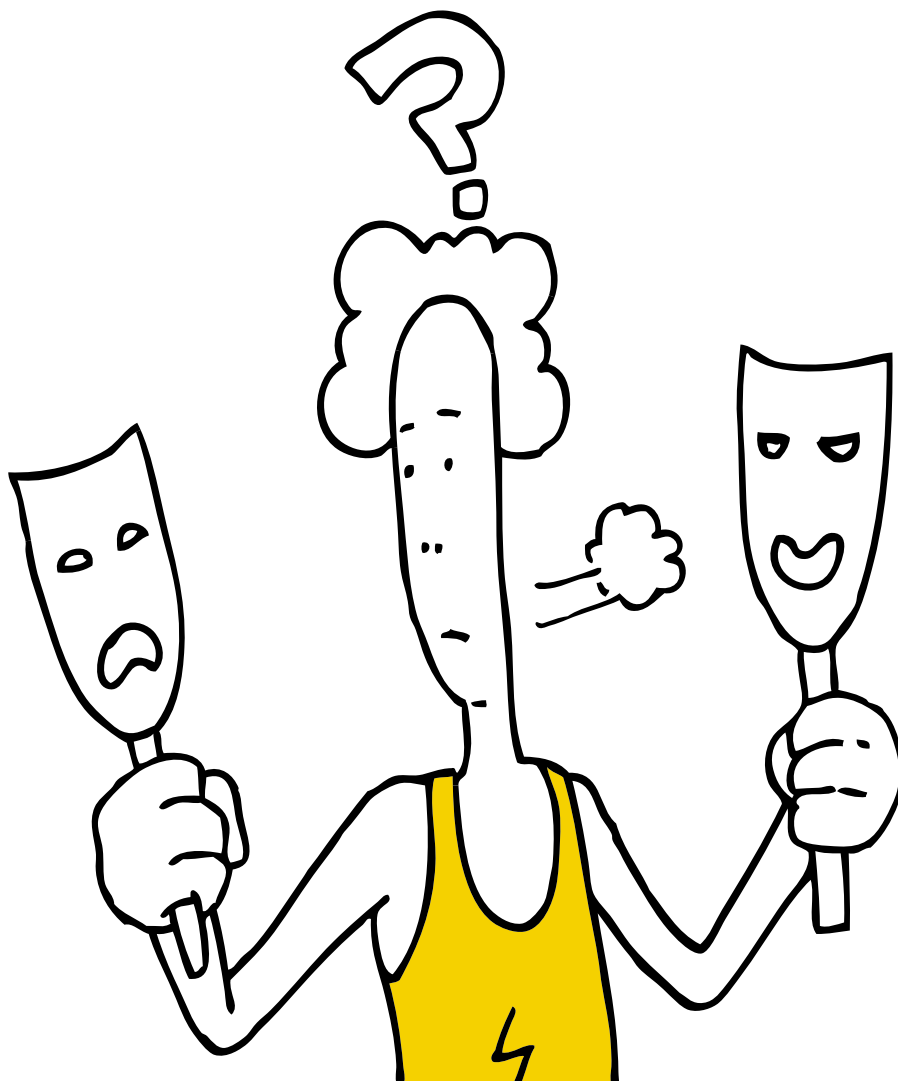
Aktiviteti 10

Emërtimi i takimit: Nata e filmit

Kohëzgjatja e rekomanduar: e paspecifikuar

Qëllimi i takimit: Përforcimi i kohezionit të grupit dhe diskutimi i temave të përshtatshme, duke përdorur filmin si medium.

1. Përcaktoni kohën e aktivitetit përgjatë takimeve paraprake, si dhe përcaktoni filmin që do shfaqen (për shembull, një herë në çdo dy muaj, grupi duhet të shohë një film që ndërlidhet me temat e seminareve).
2. Ftoni anëtarët/et dhe/ose të rinjtë/rejat që janë të interesuar t'ju bashkohen dhe të marrin pjesë në shikimin e filmit.
3. Nëse është e mundur, diskutoni rreth disa segmenteve të rëndësishme të filmit menjëherë pas filmit ose në takimin e radhës të klubit rinor.



Aktiviteti 11

Emërtimi i takimit: „Turneu ynë kreativ“

Kohëzgjatja e rekomanduar: 60 minuta

Qëllimi i takimit: Përforsimi i aftësive negociuese të të rinjve dhe të rejave, të mësojnë të mbrojnë qëndrimet e tyre me fakte dhe të marrin njohuri të reja mbi temat e përzgjedhura

1. **Energjizues:** Zgjidhni një energjizues që i intereson grup
2. Ndajini pjesëmarrësit në 2-4 grupe dhe kërkoni që bashkërisht të planifikojnë turneun kreativ të ekipit. Krijoni hapësirën që ata të mendojnë lirshëm rreth aktiviteteve të ndryshme sportive, në të cilat ata kanë marrë pjesë më parë, por inkurajojini që të ndryshojnë aktivitetet, sipas mënyrës se si ata duan.
 - › Shembull: Turneu i të rinjve në volejbol me ekipe të përziera, ku rregullat ndryshohen dhe ku secili ekip duhet të ketë të paktën 2-3 vajza ose 2-3 djem në ekip, në çfarëdo kohe gjatë lojës. Ky turne duhet të lidhet me temën e barazisë gjinore.
3. Qëllimi i turneut nuk duhet të shihet si armiqësi apo rivalitet, por si argëtim dhe mundësi për të krijuar shoqëri të reja dhe për të promovuar vlera pozitive.
4. Pasi pjesëmarrësit t'i kenë dhënë sugjerimet e tyre, votoni për më të mirin dhe bëni plane së bashku (ndryshoni apo shtoni diçka gjëra, nëse ka nevojë).
5. Përcaktoni se si duhet të aplikojnë pjesëmarrësit, ku dhe kur duhet mbajtur turneu, a do të ketë çmime simbolike, a do të ketë pije freskuese dhe ushqim për pjesëmarrësit, si dhe kush do të jetë përgjegjës për pjesë të ndryshme të turneut kreativ. Vërejtje: Pas turneut, ftojini të gjithë pjesëmarrësit e rinj/reja që t'i bashkohen klubit.
6. Përmbylleni takimin me një lojë.

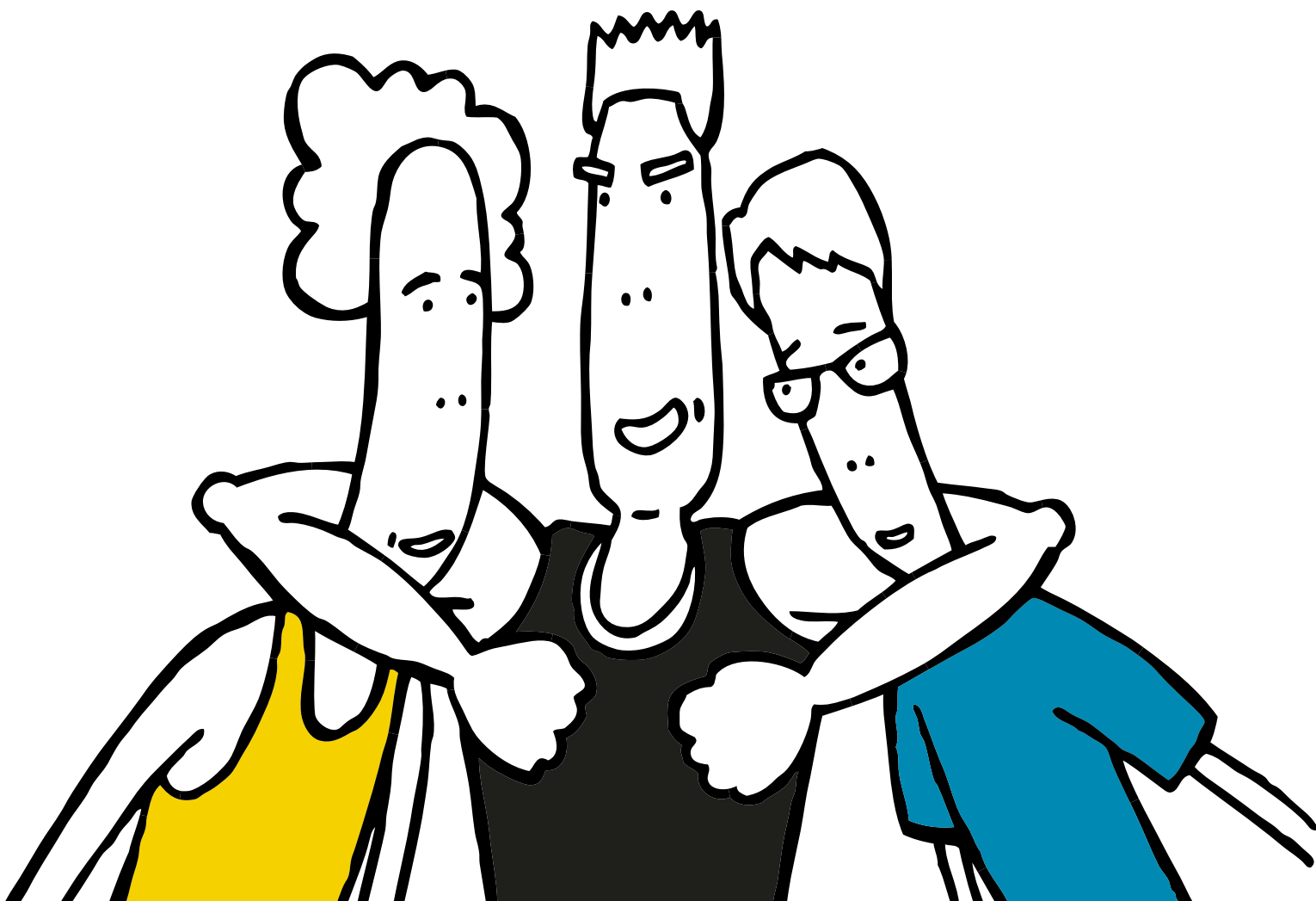
Aktiviteti 12

Emërtimi i takimit: Përfshirja e klubit në seksionet e shkollës dhe në aktivitetet jashtë programit mësimor

Kohëzgjatja e rekomanduar: E paspecifikuar

Qëllimi i takimit: Promovimi i klubit përmes seksioneve të shkollës dhe aktiviteteve në formën e popullarizimit të klubit dhe mundësisë që të rinj/reja të tjerë/a të bashkohen në klub.

1. Në pajtueshmëri me shkollën, rekomandoni aktivitete në formën e asistencës në implementimin e aktiviteteve jashtë programit mësimor.
2. Në varësi të mundësive, sigurohuni që klubi është pjesëmarrës i rregullt në aktivitetet jashtë programit mësimor.
3. Me hyrjen e nxënësve aktivë në klub, popullariteti dhe hyrja e anëtarëve të rinj në klub do të rriten.
4. Planifikojini të gjitha aktivitetet në ndonjë takim të klubit, përmes diskutimit me pjesëmarrës.



Aktiviteti 13

Emërtimi i takimit: Seminari për fotografi

Kohëzgjatja e rekomanduar: 2 deri 3 orë

Qëllimi i takimit: Popullarizimi i klubit dhe hyrja e anëtarëve të rinj/reja përmes rritjes së interesimit të të rinjve/rejave për fotografi dhe për procesin e krijimit të fotografisë.

1. Punësoni një fotograf/e ose një person që i njeh teknikat e fotografisë në klub dhe në një nga takimet e klubit mbani një seminar për fotografi me këtë person.
2. Pas seminarit për fotografi, përcaktoni se çfarë fushate mund të bëni me anëtarët e klubit që janë të interesuar në fotografi, me qëllim që të promovoni disa prej temave të edukimit.
3. Të gjitha fotografitë që janë bërë, të publikohen online në faqen e Facebook-ut të klubit rinor apo në faqen e internetit të shkollës.

VITI 1

Zhvillimi i identitetit
– kush jam unë,
kush je ti?



Implementimi i fushatave rinore në shkolla: Modeli shkollor

Në këtë seksion, ju rikujtojmë temat e sesioneve edukative të Manualit Programi Y, në semestra me radhë, dhe ju ofrojmë ide e sugjerime konkrete për fushata për klubet rinore në shkollën tuaj, ide këto të ndërlidhura me temën e zhvillimit të identitetit dhe temës së dhunës me bazë gjinore.

Semestri i parë i këtij viti shkollor përfshin temat si: **identitetet, arsyet, ndjenjat, gjinia dhe normat gjinore**. Në këtë semestër, përgjatë sesioneve edukative ne flasim për atë se çfarë është gjinia, çfarë është seksi dhe cilat janë dallimet ndërmjet tyre, si ndikojnë normat gjinore në jetët e burrave dhe grave, vështirësitë me të cilat përballen të rinjtë/rejat kur shprehin ndjenja të caktuara dhe pasojat për to, lidhjet e tyre, si dhe pritshmëritë për burrat dhe gratë në lidhje romantike dhe çfarë na mëson shoqëria rreth tyre. **Semestri i dytë** i këtij viti shkollor mbulon temën e **dhunës dhe të bashkëjetesës paqësore**. Në këtë semestër, gjatë sesioneve edukative flasim për llojet e ndryshme të dhunës që mund të shfaqen në marrëdhënie intime, familje dhe komunitete, dhe se çfarë është dhuna, si ndërlidhet “nderi i mashkullit” me dhunën, cilat janë alternativat e dhunës kur të rinjtë/rejat ndihen të ofenduar, cikli i dhunës që formohet në shoqëri dhe si të ndalohet ai, si ndikon etiketimi në kufizimin e potencialit individual të të rinjve dhe si ndikon ai në marrëdhëniet ndërmjet të rinjve, si dhe përcaktimin e nocionit të pushtetit dhe ndikimin që pushteti ka në marrëdhëniet ndërpersonale.

FUSHATAT E KLUBIT RINOR: SUGJERIME

Më poshtë mund të gjeni shembuj të ndryshëm nga praktika e klubeve të ndryshme të rajonit “Bëhu Burrë”, të pesë viteve të fundit. Këta janë shembuj të fushatave të zbatuara në nivel lokal dhe në nivel shkolle. Nuk është e domosdoshme që këta shembuj të realizohen në të njëjtën mënyrë në shkolla, por qëllimi i tyre është që të motivojë dhe t’i inkurajojë të tjerët që të mendojnë për fushata potenciale, për t’i realizuar ato në shkolla.

1. Detyrat e meshkujve dhe të femrave

Fushata kishte për qëllim t'i inkurajojë të rinjtë/rejat që të mendojnë për kuptimin e termave “detyra për meshkuj” dhe “detyra për femra” dhe, në këtë mënyrë, të promovojë barazinë gjinore në shoqëri. Ata/ato e arritën këtë përmes një aktiviteti të shkurtër, por efektiv, i cili u prit mirë nga nxënësit e shkollave të mesme, i cili ishin edhe grupi i zbatimit të fushatës.

HAPI 1: PLANIFIKIMI

Në një takim kreativ, duke përdorur metodën e stuhisë së ideve, anëtarët e klubit diskutuan se si t'i inkurajojnë bashkëmoshatarët e tyre që të mendojnë për rolet e grave dhe burrave. Nga ky takim, erdhën në përfundim që të realizojnë një fushatë në shkollë, e cila do t'i inkurajonte të rinjtë/rejat ku të fotografohen duke bërë punë që zakonisht mendohen si punë të seksit tjetër (për shembull, djemtë duke larë enët dhe vajzat duke rregulluar veturën).

HAPI 2: REALIZIMI

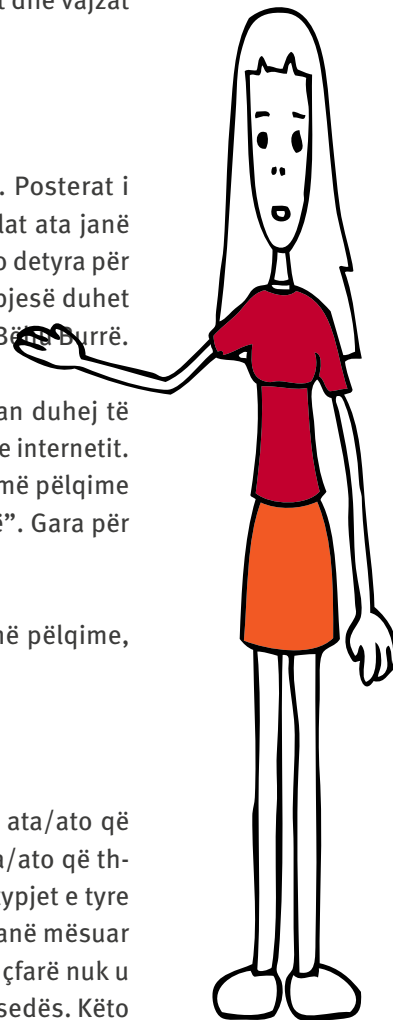
Disa postera u përgatitën dhe u vendosën nëpër shkollë. Posterat i nxisnin nxënësit që të dërgojnë fotografitë e tyre, në të cilat ata janë duke bërë punë, të cilat zakonisht i konsiderojnë si punë apo detyra për seksin tjetër. Të gjithë/a ata/ato që dëshironin të merrnin pjesë duhet t'i dërgonin fotografitë e tyre në faqen e Facebook të Klubit “Bëhu Burrë”.

Pasi fotografitë po dërgoheshin, të rinjtë/rejat që i dërguan duhej të ofronin pëlqimin e tyre që fotografitë të publikohen në faqen e internetit. Atyre iu shpjegua se fotografitë që do të mblidhnin më shumë pëlqime do shpërbleheshin me nga një bluzë nga Klubi “Bëhu Burrë”. Gara për pëlqime (*like-s*) qëndroi e hapur për dy javë.

Ata/ato që, përmes fotografive të tyre mblodhën më shumë pëlqime, morën bluzë të Klubit “Bëhu Burrë” si dhuratë.

HAPI 3: VLERËSIMI

Dy javë pas fushatës, lideri/ja i klubit bisedoi me të gjithë ata/ato që ishin të përfshirë në realizimin e fushatës, por edhe me ata/ato që thjesht morën pjesë në fushatë, me qëllim që të marrë përshtypjet e tyre se si iu është dukur fushata, a u ka pëlqyer fushata, çfarë kanë mësuar prej saj, çfarë nuk u ka pëlqyer. Informacionet rreth asaj se çfarë nuk u ka pëlqyer anëtarëve ishin pjesë shumë e rëndësishme e bisedës. Këto përshtypje u shfrytëzuan për t'u përmirësuar në aktivitetet dhe fushatat e ardhshme.



2. Etiketimi

Pas seminarit “Etiketimi”, anëtarët e Klubit “Bëhu Burrë” vendosën që të dërgojnë një mesazh kundër etiketimit edhe në praktikë. Aktiviteti u zhvillua në rrugët e qytetit dhe pati për qëllim rritjen e ndërgjegjës së të rinjve/rejave që ishin në rrugë gjatë realizimit të aktivitetit, për dëmet që etiketimi u sjell dhe ndikimin që ai ka tek individët.

HAPI 1: PLANIFIKIMI

Gjatë takimit kreativ, përmes diskutimit dhe stuhisë së ideve, anëtarët e klubit hartuan fushatën. Në copa të mëdha kartoni ata shkruan etiketime. Në një anë të kartonit ata shkruan etiketime që i dëgjojmë shpesh në shkollë, ndërsa në anën tjetër ata shkruan “Mos më etiketo”. Këto etiketime u hartuan në atë mënyrë që njëra anë të vishet përpara, ndërsa tjetra pas. Pjesa e përparme dhe e pasme e kartonit/etiketimit ngjiten me ngjitës me njëra-tjetrën dhe qëndrojnë në formë bluze.

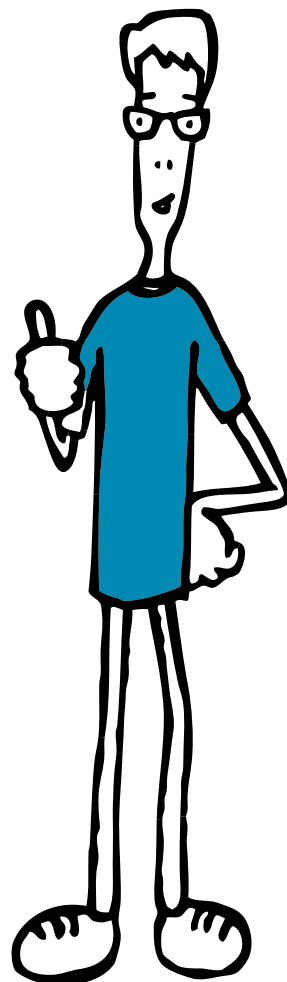
HAPI 2: REALIZIMI

Të rinj e të reja marshuan nëpër qytet me ato etiketime. Ata/ato shpërndanë informacione te bashkëqytetarët, kryesisht bashkëmoshatarë, rreth arsyes dhe qëllimit të fushatës.

Një letër u dërgua në media për fushatën e organizuar, letër kjo e shoqëruar me fotografi. Ky hap është shumë i rëndësishëm, sepse mediat kanë dëshirë të përcjellin aktivitete të ngjashme dhe, nëse implementojmë aktivitete të tilla të ngjashme në shkollë, kjo mund të ngrejë dukshëm nivelin e shkollës nëpër mediat lokale.

HAPI 3: VLERËSIMI

Në takimin e radhës të Klubit “Bëhu Burrë”, anëtarët diskutuan se si shkoi aktiviteti, cilat ishin reagimet e publikut dhe deri në ç’masë e arriti qëllimin fushata.



VITI 2

Dhuna është e dukshme!



Implementimi i fushatave rinore në shkolla: Modeli shkollor

*Në këtë seksion, ne ju rikujtojmë temat nga Manuali Programi Y, nga semestrat, dhe ju ofrojmë **ide dhe sugjerime konkrete për fushata** për klubet rinore në shkollën tuaj, lidhur me temën **dhuna dhe droga**.*

Semestri i parë i këtij viti shkollor është vazhdimësi e temës prej semestrit të kaluar (Viti 1), në të cilët keni folur për të rinjtë/rejat rreth manifestimeve të ndryshme të dhunës në jetët dhe komunitetet e ndryshme, prezantuar gjininë, normat dhe çështjet gjinore, si faktorë të rëndësishëm shoqërorë që ndikojnë në shfaqjen e llojeve të ndryshme të dhunës së burrave ndaj grave dhe dhunës ndërmjet burrave. Përgjatë këtij semestri, sesionet edukative ju ofrojnë mjete që kanë treguar të jenë efektive në ndryshimin e qëndrimeve dhe mendimeve të të rinjve/rejave rreth përdorimit të dhunës në marrëdhënie intime dhe në gjetjen e mënyrave të ndryshme që të krijojnë lidhje të bazuara në respekt, mjete që ndihmojnë të gjejnë përgjigje në pyetjet se si të kemi marrëdhënie të shëndosha dhe cilësore me të tjerët, mjete që na ndihmojnë të inkurajojmë komunikim të sigurt, të ndërtojmë aftësi për zgjidhje paqësore të konfliktit, si të ndikojmë në nryshimin e kulturës negative të heshtjes ndaj dhunës të të rinjtë/rejat, dhe se si ta shprehim mllefin në mënyrë konstruktive e jo të dhunshme.

Semestri i dytë i këtij viti shkollor prek temën e drogave. Në këtë semestër, gjatë sesioneve edukative ju diskutoni rreth asaj se çfarë janë drogat, çfarë lloje drogash ekzistojnë, si i percepton shoqëria drogat dhe cilat janë rreziqet më të mëdha të përdorimit të tyre. Përveç kësaj, sesionet edukative përqendrohen në mitet e ndryshme që lidhen me përdorimin e drogave dhe alkoolit, përfshijnë konceptin e varësisë dhe alkoolizmit, si dhe ndikimin në shoqëri, normat shoqërore dhe presioni bashkëmoshatar që ndërlidhet me abuzimin me droga dhe substanca psiko-aktive.

FUSHATAT E KLUBIT RINOR: SUGJERIME

Më poshtë, mund të gjeni shembuj të ndryshëm nga praktika e klubeve të ndryshme “Bëhu Burrë” nga rajoni, nga pesë vitet e fundit. Këta janë shembuj të fushatave të zbatuara në nivel lokal dhe në nivel shkolle. Nuk është e domosdoshme që këta shembuj të realizohen në të njëjtën mënyrë në shkolla, por qëllimi i tyre është që t’i motivojë dhe t’i inkurajojë të tjerët të mendojnë për fushata potenciale për të realizuar në shkolla.

REAGO NJERËZISHËM, NDIHMOJE VIKTIMËN

Pas edukimit rreth dhunës dhe pas diskutimeve në takimet e klubit “Bëhu Burrë”, pjesëmarrësit arritën tek ideja për të realizuar një performancë në rrugë (*flash mob*), në sheshin kryesor, me qëllim që të tërheqin vëmendjen e publikut rreth çështjes së mos-reagimit ndaj dhunës apo skenave të dhunës që ndodhin nëpër shkolla.

Hapi 1: Planifikimi

I ndamë pjesëmarrësit e klubit në grupe dhe u dhamë temën “Reago njerëzishëm, ndihmo viktimën”, në kuadër të së cilës ata duhej të planifikonin se si do të dukej fushata, dhe se cilat do të ishin produktet dhe qëllimet e kësaj fushate. Pas 20 minutash planifikim, secili grup ofroi sugjerime konkrete, pas të cilave pjesëmarrësit diskutuan se cilat fushata duhej të realizoheshin, pasi disa prej tyre do të realizoheshin në ndonjë rast tjetër (*Shpeshherë ndodh që mund të merrni më shumë se një ide përgjatë takimeve për planifikimin e fushatës dhe në atë rast mund të zgjidhni njëën prej tyre, ndërsa të tjerat, të cilat janë gjithashtu interesante, mund t’i shkruani, me qëllim që t’i mbani mend për t’i realizuar në të ardhmen*).

Hapi 2: Realizimi

Gjatë takimit, pjesëmarrësit kanë përcaktuar se cilat materiale janë të domosdoshme për realizimin e fushatës, dhe se kush do të marrë pjesë në të. Gjithashtu, u vendos që fushata do të realizohet në sheshin kryesor në Banja Lluke, në periudhën kur ka më shumë nxënës të shkollave të mesme në rrugë (të cilët ishin grupi i synuar). Të gjithë ata/ato që morën pjesë në fushatë qëndruan në një rreth të madh me shumë pak hapësira mes tyre, duke vendosur shami që u mbulonin sytë. Këto shami ishin mënyra për të prezantuar situatat kur ne nuk reagojmë ndaj dhunës, në kuptimin figurativ (pra kur rrimë të verbër ndaj situatave të dhunshme). Në mes të rrethit qëndroi një djalë dhe një vajzë, të cilët aktruan një situatë të dhunshme përmes formave të ndryshme të dhunës (fizike, psikologjike, emocionale, dhunë në baza gjinore), ndërsa të gjithë përreth qëndronin duke mos vepruar. Pas disa minutash të aktrimit të skenës së dhunës, kur një numër i madh i nxënësve të shkollave të mesme dhe qytetarë u mbledhën në ‘rrethin e dhunës’, të gjithë hoqën shamitë nga sytë dhe bërtitën me zë të lartë: “Ndaloje dhunën!” dhe “Reago njerëzishëm, ndihmoje viktimën!”.

Hapi 3: Vlerësimi

Menjëherë pas përfundimit të fushatës, ne folëm me qytetarët që u ndodhën aty rreth mënyrës se si u realizua fushata, rreth qëllimit të fushatës dhe çështjeve që dëshiroam t’i ngrinim përmes saj. Në takimin e radhës në klub, diskutuam rreth fushatës, si shkoi, cilat ishin reagimet e qytetarëve dhe se çfarë mund të bënim për ta përmirësuar fushatën.



REAGO NJERËZISHËM, KUNDËR DHUNËS

Qëllimi i fushatës ishte të rrisë ndërgjegjësimin e të rinjve/rejave për rëndësinë e reagimit ndaj dhunës dhe parandalimit të saj, si dhe theksimi i pasojave afatgjata që dhuna mund të shkaktojë.

Hapi 1: Planifikimi

Gjatë takimit të klubit, pjesëmarrësit shprehën dëshirën për të realizuar fushata *online*, në trajtën e videove. Ata, së bashku përcaktuan rregullat, që videot duhet të kenë titullin “Reago njerëzishëm, kundër dhunës” dhe të kenë këtë tematikë. Gjithashtu, videoja duhej të ishte e shkurtër, deri në 2 minuta, dhe ta përçojë qartë mesazhin. Gjithashtu, të gjithë pjesëmarrësit/et në grup duhej të merrnin pjesë në një video të shkurtër, ku do të prezantonin veten. Të gjitha këto rregulla u caktuan prej vetë pjesëmarrësve. Gjatë fazës planifikuese, pjesëmarrësit përcaktuan grupet e tyre të punës, me qëllim që të krijojnë një skenar për filmin e shkurtër promovues.

Hapi 2: Realizimi

Gjatë fazës së realizimit të fushatës, pjesëmarrësit krijuan filmin e tyre promovues. Ata patën shtatë ditë kohë për këtë detyrë dhe mund të filmonin me celularët e tyre ose me ndonjë kamer tjetër, në mënyrën më të mirë të mundur. Fillimisht e prezantuan filmin në takimin e klubit, pastaj e publikuan *online* në kanalin Youtube dhe në Facebook, me qëllim që të tjerët ta shihnin.

Mund të gjeni shembull të një prej videove në youtube, me titullin: **Reago njerëzishëm, ndihmo viktimën**

Hapi 3: Vlerësimi

Gjatë vlerësimit të kësaj fushate, ne folëm për mënyrat se si ishin punuar videot dhe historitë interesante përgjatë punimit të tyre. Gjithashtu, ne folëm rreth temave që të rinjtë/rejat i trajtuan përmes videove, si dhe mënyrat se si t'i shpërndanim edhe më shumë këto video te nxënësit/et e shkollave të mesme, me qëllim që t'i familjarizojmë edhe më shumë ata me përmbajtjen e videove dhe t'i inkurajojmë ata/ato që të mendojnë rreth kësaj teme.



VITI 3

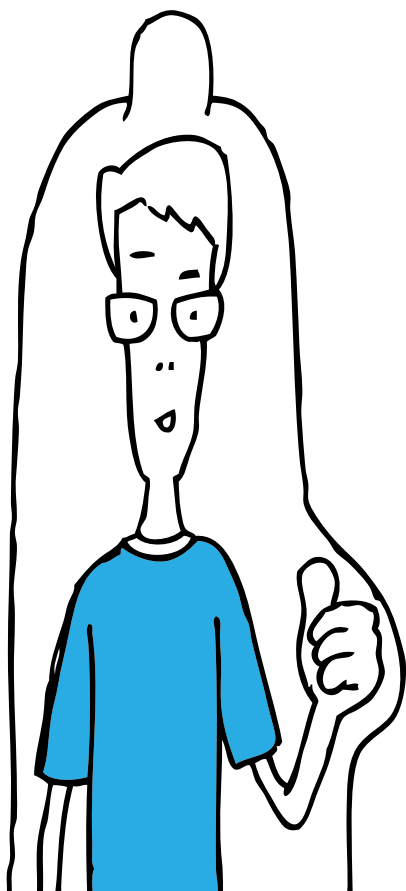
Seksualiteti dhe
mbrojtja e shëndetit
dhe të drejtave seksu-
ale dhe riprodhuese



*Në këtë seksion, ne ju rikujtojmë temat nga sesionet edukative të Manualit Programi Y, në bazë të semestrave, si dhe ju ofrojmë **ide dhe sugjerime konkrete për fushata** për klubet rinore në shkollën tuaj, në lidhje me temën e **seksualitetit dhe mbrojtjen e shëndetit dhe të drejtave riprodhuese e seksuale**.*

Semestri i parë i këtij viti shkollor përfshin temat e shëndetit seksual dhe riprodhues. Në këtë semestër, përgjatë sesioneve edukative ju mund të diskutoni rreth lidhjes ndërmjet edukimit dhe rreziqeve shëndetësore, me të cilat përballen të rinjtë/rejat, se si normat gjinore më së shumti ndikojnë te problemet shëndetësore të burrave të rinj dhe higjienës personale, duke rritur kështu ndërgjegjësimin dhe njohuritë rreth sistemit riprodhues dhe gjenitaleve të femrave dhe meshkujve, si dhe rreth sfidave dhe rreziqeve, me të cilat ballafaqohen të rinjtë/rejat në marrëdhëniet e tyre intime në moshën e adoleshencës.

Semestri i dytë i këtij viti shkollor përfshin temat e **infeksioneve seksualisht të transmetueshme, kontracepsionit dhe të drejtave**. Në këtë semestër, përgjatë sesioneve edukative ju diskutoni IST, HIV dhe SI-DA-n, si dhe rëndësinë e diagnostikimit dhe trajtimit, rreth metodave të ndryshme të kontracepsionit, rreth miteve që lidhen me kontracepsionin, rreth kuptimit të të drejtave seksuale e riprodhuese dhe rëndësisë së tyre në jetën e grave dhe burrave, si dhe rreth diversiteteve seksuale.



FUSHATAT E KLUBIT RINOR: SUGJERIME

Shënimi i Javës Ndërkombëtare për Shëndetin e Burrave

Anëtarët e KBB-së realizuan një aktivitet për të promovuar shëndetin e burrave, si pjesë e aktiviteteve të realizuara në botë gjatë Javës Ndërkombëtare për Shëndetin e Burrave, për të vënë në dukje rëndësinë e kontrolleve të rregullta shëndetësore dhe atë të kujdesit për shëndetin.

Hapi 1: Planifikimi

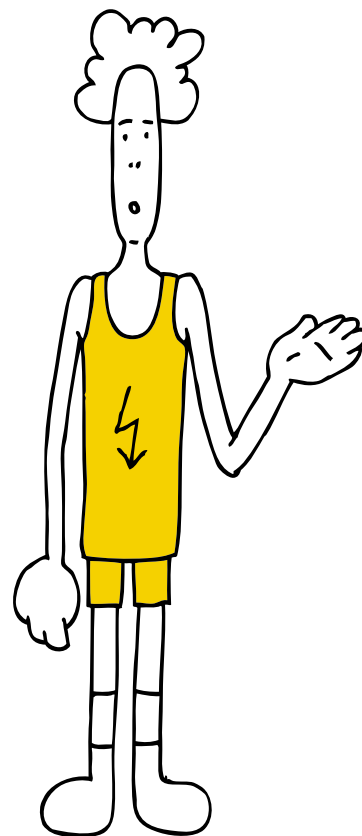
Në takimin e klubit, të rinjtë diskutuan se si mund t'i bashkoheshin Javës Ndërkombëtare për Shëndetin e Burrave. Përgjatë diskutimit dhe shkëmbimit të ideve, ata kuptuan që burrat rrallëherë kujdesen për shëndetin e tyre, dhe se ata nuk bëjnë kontrolle të rregullta shëndetësore. Pjesëmarrësit u ndanë në dy grupe, njëri prej të cilëve planifikoi se si t'i informojnë të rinjtë/rejat, ndërsa grupi tjetër planifikoi si të përcaktojnë se cilin aktivitet mund ta realizonin me të rinj/reja.

Hapi 2: Implementimi

Në sheshin kryesor të qytetit, dy grupe të rinjsh/rejash realizuan dy aktivitete. Njëri grup u angazhua që të prezantojë stile të shëndetshme jetese tek njerëzit, përmes ngarjes së biçikletave dhe duke informuar e ftuar të tjerët që të bashkohen në atë aktivitet. Grupi i dytë u përqendrua në shpërndarjen e materialeve edukative, siç janë broshurat që shpjegojnë se si duhet kujdesur për shëndetin. Më shumë se 200 njerëz u përfshinë drejtpërdrejtë në këtë aktivitet, duke marrë informacione dhe materiale.

Hapi 3: Vlerësimi

Gjatë vlerësimit të fushatës, biseduam rreth mënyrave se si u përçua fushata dhe se cilat ishin përshtypjet e qytetarëve. Ne gjithashtu biseduam rreth temave që të rinjtë trajtuan gjatë intervistave dhe cilat informacione ishin më pak të njohura për qytetarët. Ne gjithashtu folëm për mënyrat se si ta promovojmë më shumë fushatën te të rinjtë, si t'i bëjmë ata/ato më të ndërgjegjshëm rreth temës dhe si t'i inkurajojmë ata të mendojnë për shëndetin e tyre.



Mëso kudo ku mundesh – Dita Botërore e Shëndetit

Në kuadër të fushatës për shënimin e Ditës Botërore të Shëndetit, një grup të rinjsh organizuan një lloj të veçantë të edukimit, sipas metodës “Mëso kudo ku mundesh”.

Hapi 1: Planifikimi

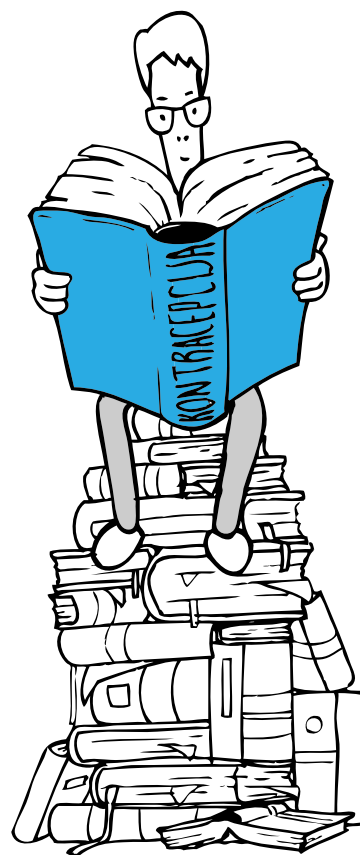
Në një prej takimeve kreative të Klubit, duke përdorur metodën e stuhisë së të ideve, anëtarët e klubit diskutuan se si të inkurajojnë bashkëmoshatarët e tyre që të mendojnë rreth roleve të burrave dhe grave. Përfundimi i këtij takimi ishte të realizohet një fushatë në sheshin kryesor të qytetit që do kishte për qëllim t’u ofrojë qytetarëve njohuri dhe informacion rreth shëndetit, parandalimit të dhunës, mënyrave të shëndetshme të jetesës dhe HIV/SIDA.

Hapi 2: Realizimi

Një “klasë” për kalimtarët e rastit ishte instaluar në një mjedis të frekuentuar në sheshin kryesor. Qytetarët mund të shkonin lirisht te ‘klasat’ dhe të ishin pjesë e tyre, të diskutonin dhe të dëgjonin për shëndetin, parandalimin e dhunës, mënyrave të shëndetshme të jetesës dhe HIV/SIDA. Vullnetarët e klubit i ftonin qytetarët që të përfshihen në aktivitetin që zgjaste 30 minuta. Ishin tre aktivitete, ku një seminar mbahej në një orë të caktuar, pas së cilës të rinj/reja dhe qytetarë të tjerë ftoheshin të bashkoheshin. Një tabelë kohore ishte vendosur në një hapësirë të dukshme, me qëllim që qytetarët të shihnin se kur mbahen seminarët.

Hapi 3: Vlerësimi

Në takimin e radhës të klubit, ne diskutuam për fushatën që realizuam, si shkoi, cilat ishin reagimet e qytetarëve, si mund ta përmirësonim fushatën që të jetë më e mirë për herën tjetër apo, në përgjithësi, si mund të përmirësojmë fushatat e radhës.



VITI 4

Prindërit e shekullit XXI



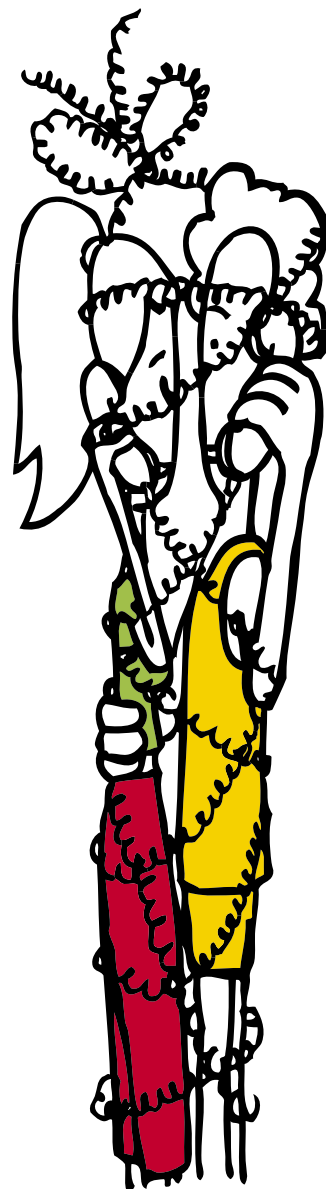
*Në këtë seksion, ne ju kujtojmë temat e sesioneve edukative të Manualit Programi Y, prej semestrit, dhe u ofrojmë **ide dhe sugjerime konkrete për fushata** në klubet rinore në shkollën tuaj që ndërlidhen me temën e prindërimit.*

Semestri i parë i këtij viti shkollor përfshin temat e atësisë dhe amësisë. Në këtë semestër, përgjatë sesioneve edukative ju diskutoni rreth asaj se si e përkufizojnë përkujdesjen burrat e rinj dhe si ballafaqohen ata me të në jetën e përditshme, si ndikojnë ndarjet tradicionale gjinore në atësi dhe amësi; po ashtu, ju promovoni pjesëmarrjen më të madhe të burrave në përkujdesjen e shtëpisë së tyre, marrëdhëniet dhe komunitetet e tyre, pastaj vazhdoni me diskutimin rreth roleve dhe përgjegjësisë të shumta që gratë kanë në familje, si dhe për rëndësinë e ndarjes së përgjegjësisë në përkujdesje ndaj fëmijëve dhe në ndarjen e punëve të shtëpisë.

Semestri i dytë i këtij viti shkollor nuk përfshin seminare edukative. Përgjatë këtij semestri, **pyetësi përfundimtar** realizohet me të gjithë pjesëmarrësit e sesioneve dhe fushatave edukative të realizuara që nga fillimi i realizimit të aktiviteteve, si dhe bëhet **vlerësim i të gjitha aktiviteteve**, me qëllim që të dihet se çfarë ndryshimesh në qëndrime dhe mendime kanë ndodhur gjatë realizimit të aktiviteteve.

FUSHATAT E KLUBEVE RINORE: SUGJERIME

Shembujt e dhënë për vitin e katërt janë shembuj të fushatave të realizuara nga Klubi “Bëhu Burrë” në Banja Luka dhe Klubi “Bëhu Burrë” në Mostar, si dhe paraqesin aktivitete që lehtësisht mund të realizohen në klubin shkollor, sepse nuk kërkojnë shumë materiale apo përgatitje.



Letër vetëvetes si prind i ardhshëm

Anëtarët e Klubit “Bëhu Burrë”, në bashkëpunim me një prej shkollave të mesme, në të cilën po realizohej projekti, erdhën me idenë që të organizojnë një fushatë që do të përfshinte në mënyrë aktive të gjitha klasat e shkollës. Qëllimi i fushatës ishte që t’i inkurajonte të rinjtë/rejat që të mendonin për të ardhmen e tyre, si nëna apo baballarë.

Hapi 1: Planifikimi

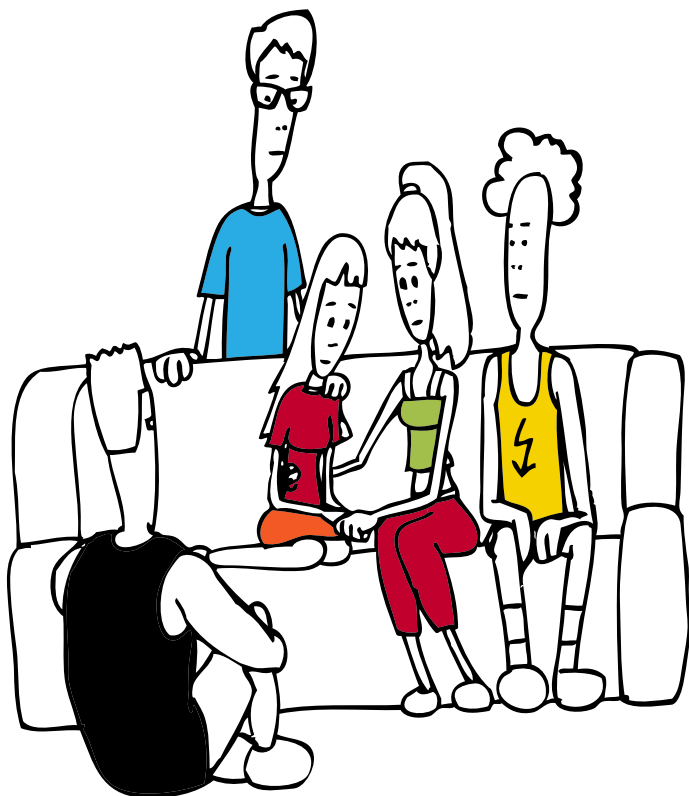
Anëtarët e klubit krijuan prezantime të shkurtra të fushatës për secilën klasë të shkollës së mesme partnere, me qëllim që t’i inkurajojnë të rinjtë/rejat të shkruajnë nga një letër për veten e tyre për të ardhmen, kur ata/ato sapo janë bërë prindër.

Hapi 2: Realizimi

Në të gjitha klasat e shkollës, prezantimet e shkurtra u përfunduan dhe nga nxënësit u kërkua që të shkruajnë nga një letër për veten e tyre në të ardhmen, si prindër. Letrat më pas u mbledhën dhe u vendosën në një stendë të madhe, duke u ekspozuar kështu në korridorin e shkollës për një muaj.

Hapi 3: Vlerësimi

Në një bisedë me disa prej nxënësve që ishin pjesë e fushatës, lideri/ja i klubit kuptoi që kjo fushatë ka ndikuar tek të rinjtë/rejat, pasi i bëri të fillojnë të mendojnë për veten e tyre si prindër, si dhe për pasojat se ajo çka ata bëjnë sot mund të ndikojë në prindërimin e tyre në të ardhmen.



Vizitë e baballarëve në pavijonin e maternitetit

Anëtarët e Klubit “Bëhu Burrë” organizuan një fushatë përpara pavijonit të maternitetit në Banja Lluka, me qëllim që të promovojnë imazhe pozitive për baballarët. Qëllimi ishte që të dërgojnë mesazhe pozitive te komuniteti vendas, te mediat dhe te rrjetet sociale, për rëndësinë e atësisë së përgjegjshme.

Hapi 1: Planifikimi

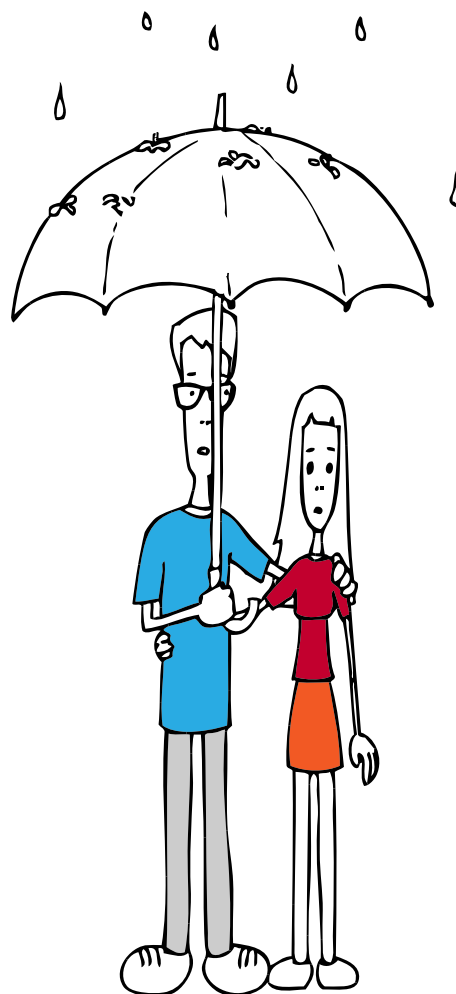
Gjatë takimit, diskutimit dhe stuhisë së ideve, anëtarët krijuan fushatën. Ata mësuan se në cilat ditë nënat e reja e linin spitalin, me qëllim që të realizonin fushatën në ato ditë. Ata përgatitën korniza me përshkrime të ndryshme, për të vendosur fotografitë e bëra me baballarët e rinj.

Hapi 2: Realizimi

Në ditën e fushatës, anëtarët e klubit u mbledhën përpara pavijonit të maternitetit. Ata kërkuan nga baballarët e rinj që të fotografohen me anëtarët e klubit, duke mbajtur mesazhe pozitive që promovojnë atësinë. Fotografitë u publikuan në rrjete sociale dhe te faqet e klubit. Së bashku, ata përgatitën një artikull që promovonte atësinë pozitive dhe e dërguan te mediat lokale.

Hapi 3: Vlerësimi

Në takimin e radhës pas fushatës, anëtarët diskutuan rreth aktivitetit. Ata diskutuan rreth vizibilitetit të aktivitetit, dhe se cilat nga mësimet që përvetësuan nga kjo fushatë mund të aplikoheshin në aktivitetet e ardhme.



Kapitulli 3

Dhe për në fund, të
përgjithshme



Materiale universale

Materialet e universale janë ato materiale, të cilat mund t'i përdorni në aktivitetet e ngjarje të ndryshme dhe t'i përshtatni në varësi të nevojave specifike dhe ngjarjeve, duke shtuar slogane, mesazhe, data ngjarjesh dhe vende të përshtatshme.

Materialet u zhvilluan prej të rinjve/rejave dhe ekspertëve nga Smart Kolektiv nga Beogradi dhe hartuesit nga Banja Luka, Branislav Slijepčević, në kuadër të fushatës “Bëhu Burrë”, për nevojat e anëtarëve të klubeve “Bëhu Burrë” nga rajoni. Mund t'i shkarkoni të gjitha materialet e projektuara nga një link i përhershëm në WeTransfer. Nëse nuk keni punuar ndonjëherë me materiale të ngjashme, besojmë që shtëpia botuese mund t'i ketë të gjitha përgjigjet për shqetësimet që mund të keni. Gjithashtu, ne jemi këtu dhe mund të na gjeni te lista e kontakteve në këtë manual.

Vetëm të vini re se aty ka materiale të ndryshme, disa prej të cilave nuk janë pjesë vetëm e fushatës “Bëhu Burrë”, por edhe të fushatave “Reago njerëzishëm” dhe “Kujdessex”, të cilat do të shpjegohen më vonë.

Një listë e burimeve të aksesueshme: Të gjitha burimet mund të gjenden në këtë faqe interneti www.programy.net në seksionin:

Materiale

shoku burrë // marrëzori rregullat

Pse duhet të tu mbushin mendjen njëherë se jam një burrë i vërtetë?

Pyetje me vend, vetëm shiko pak vajzat në klasën tënde. A ta tregojnë ato njëra tjetrën për femëritetin e tyre?

Vazhdo kështu pra, qaj! Beja qyftin atij idiotit - tregoja që je femër, qaq!

Jo ato thë përleqen.

96

shoku burrë // marrëzori rregullat

Kush e vendos se çfarë quhet Burrëri?

Në qoftë se feminiteti nënkuptohet, pse duhet të tregosh që je burrë? Tek e fundit kush e përcakton se çfarë është Burrëria? Tek e fundit, kush e përcaktoi se çfarë quhet burrërore, sikur të ishte e përcaktuar me ligj? Ekzistojnë po aq shumë mënyra për të qenë burrë sa ka dhe burra në botë.

Dhe është pikërisht për këtë arsye që nuk është e lehtë që të jesh burrë. Që të jesh burrë, nuk është e mjaftueshme të respektosh disa rregulla të caktuara. Është e nevojshme të përcaktosh dhe të krijosh rregullat e tua. Ti vendos nëse këto rregullat janë OK vetëm nëse ti je OK me to.

Unë jam O.K. me rregullat e mia!

Në qoftëse nuk të dëmtojnë shëndetin dhe në qoftëse nuk dëmtojnë askënd tjetër,

97

shoku burrë // marrëzori rregullat

Ti e ke të lehtë, je burrë!

... ME SIGURI E KE DËGJUAR KETË MË PARË.

Megjithatë askush nuk pyet, si është të jesh vërtet burrë? Të sillesh si burrë, të flasësh si burrë, të mendosh si burrë, të vishesh si burrë, të marrësh vendime si burrë, e kështu me rradhë..... çdo ditë të mallkuar të një jete mashkulli. Askush në të vërtetë nuk pyet se çdo të thotë të jesh burrë. Çfarë do të thotë të sillesh si burrë, të flasësh si burrë, se si burrat sillen dhe marrin vendime dhe në ç'mënyrë një burrë duhet të formohet?

Ky është Juliani.

Kur na ueni këto pyetje, ai u përgjigj:

Nuk e di!

98

shoku burrë // marrëzori rregullat

Shoku i Julianit, Bledi u përgjigj shumë më shpejt:

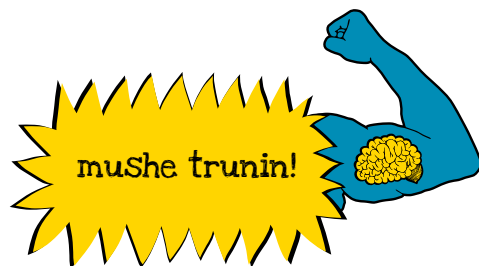
Një burrë duhet të jetë i fuqishëm

I guximshëm!

Duhet të jetë i shkathët

Dhe sigurisht duhet të dojë shokët, apo jo çuna??

99





Fushata: Reago njerëzishëm

Fushata reago njerëzishëm është e përqendruar në ndërhyrjen e kalimtarit/vëzhguesit të rastit. **Ndërhyrja e vëzhguesit është filozofi dhe strategji për parandalimin e formave të ndryshme të dhunës, duke përfshirë ngacmimin, ngacmimin seksual, abuzimin seksual dhe dhunën nga partneri intim.**

Kush janë vëzhguesit?

Vëzhguesit janë individët që vëzhgojnë dhunën apo dëshmitarë në kushtet që ‘mirëmbajnë’ dhunën. Ata nuk janë drejtpërsëdrejti të përfshirë, por kanë mundësinë që të ndërhyjnë, të flasin, të bëjnë diçka, të veprojnë. Ata janë të pranishëm dhe kështu janë në pozitë që të kundërvihen, të parandalojnë apo ta ndalojnë incidentin.

Vëzhguesit janë të pranishëm/dëshmitarë të situatave të dhunshme – janë shokë të viktimës dhe/ose të dhunuesit, janë nxënës të tjerë, anëtarë të ekipit, fqinjë etj.

Vëzhguesit janë ‘audienca’ – ngacmuesit shpeshherë i përdorin viktimat e tyre dhe situatat e dhunshme, për të treguar fuqinë dhe superioritetin e tyre në grup. Prandaj dhuna midis bashkëmoshatarëve zakonisht ndodh kur ka audiencë – aty për aty, ose në internet (*offline dhe online*)

Si reagojnë vëzhguesit?

Shumica prej tyre nuk bëjnë ndonjë veprim. Ata në mënyrë pasive e pranojnë ngacmimin, pra pranojnë ta shohin atë dhe të mos bëjnë ndonjë gjë për ta ndaluar atë. Ata janë audiencë e ngacmuesit dhe në heshtje ia lejojnë ngacmuesit që të vazhdojë me sjelljet abuzive. Ata ndihen të pafuqishëm për të bërë ndonjë veprim, duke pasur frikë se, nëse bëjnë diçka, edhe ata vetë mund të shndërrohen në viktimë.

Disa prej tyre i mbështesin ngacmuesit – i inkurajojnë ata duke qeshur, duke bërë tifo apo duke lëshuar komente. Disa prej tyre i bashkohen ngacmimit. Ata duan ta mirëmbajnë pozitën e tyre në hierarkinë e grupit, si dhe duan të jenë në anën fituese. Disa nuk u pëlqen apo nuk e mbështesin dhunën, dhe ndihen keq për sjelljen e tyre.

Disa luajnë rol kyç në parandalimin dhe ndalimin e ngacmimit – ata/ato që ndërhyjnë drejtpërsëdrejti, duke shpërqendruar ngacmimin, duke kërkuar ndihmë ose duke ndihmuar viktimën. Ata kryesisht udhëhiqen nga ndjenja e përgjegjësisë për të bërë diçka.



Togfjalëshit (Sloganet) dhe mesazhet e fushatës

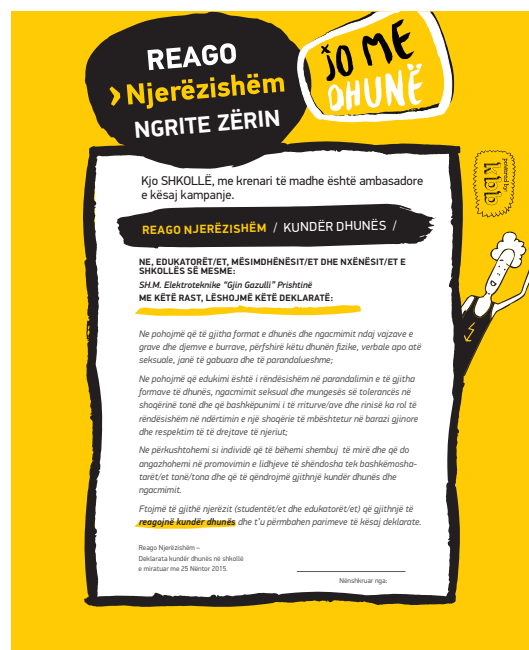
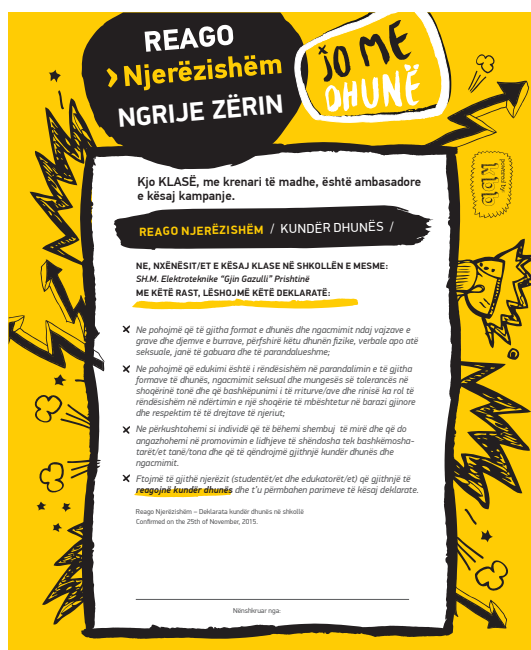
Togfjalëshi kryesor apo titulli i fushatës është **REAGO NJERËZISHËM**
Ftojini të gjithë vëzhguesit të reagojnë – të flasin, të bëjnë diçka.

Me këtë ftesë duam t'i ftojmë dhe t'i motivojmë vëzhguesit që të reagojnë ashtu siç do të reagonte çdo njeri, pra të ndihmojnë dikë. Ne duam t'u referohemi vlerave bazë dhe universale të njeriut, të cilat janë respekti, siguria, dashuria, drejtësia, barazia dhe vetë jeta. Ne jemi të gjithë njerëz, pa marrë parasysh gjininë, racën, fenë apo seksualitetin.

Disa prej togfjalëshave/mesazheve që ne përdorim janë:

- > **Reago njerëzishëm ...**
- > **.. Mos hesht!**
- > **... Ndihmoje viktimën**
- > **... Zgjohu**
- > **... Kundër dhunës**
- > **... Kërko ndihmë**
- > **... Ndale ngacmuesin**

Përmes shtimit të ideve dhe këshillave në togfjalëshin (sloganin) kryesor, ne duam t'i inkurajojmë dhe t'i fuqizojmë vëzhguesit që të luajnë një rol kyç në parandalimin apo ndalimin e ngacmimit, gjë që do të thotë t'i inkurajojmë që të ndërhyjnë drejtpërsëdrejti, por kurrë të mos e rrezikojnë veten, gjë që është shumë e rëndësishme.



CREATED BY: SHARP/SCOUTS



CREATED BY: SHARP/SCOUTS

Përmes fushatës, ne u drejtohem dy grupeve të rëndësishme, të cilat janë:

› Burra të rinj dhe gra të reja të moshave 14-19-vjeçare

Para së gjithash, ne duam të tërheqim vëmendjen e burrave të rinj dhe grave të reja, të moshave 14-19-vjeçare, nxënës/e të shkollave të mesme.

› Të rriturit/at

Më pas, duam të tërheqim vëmendjen e të rriturve/rriturave që punojnë në shkolla, universitete, studentëve dhe grupit më të gjerë të bashkëmoshtarëve.

Përmes fushatës ne duam të:

1. Të rrisim ndërgjegjësimin që mos-reagimi është formë e aprovimit ndaj dhunës, duke i ftuar vëzhguesit që të reagojnë.
2. Motivojmë vëzhguesit që të marrin rol më aktiv në luftën ndaj dhunës, në mënyrë që ata të reagojnë.
3. Edukojmë të rinjtë/rejat që ta njohin dhunën dhe ta rrisim ndërgjegjësimin për format e ndryshme të dhunës.
4. Këshillojmë të rinjtë/rejat se si të reagojnë në situata të ndryshme, t'i fuqizojmë ata/ato dhe t'i inkurajojmë që të reagojnë.

Fushata “Reago njerëzishëm” implementohet në kuadër të Iniciativës së Burrave të Rinj, implementuar nga CARE Internacional në Ballkan, në shtetet e Ballkanit Veriperëndimor, përmes aktiviteteve të klubeve partnere “Bëhu Burrë”, që prej vitit 2015



CREATED BY: smartcollectiv



CREATED BY: smartcollectiv



Fushata: (KujdesSex)

Fushata “KujdesSex” dhe faqa e internetit (mund t’i gjeni më poshtë) janë zhvilluar me qëllimin që t’u ofrojnë të rinjve/rejave një material atraktiv edukativ, ku ata/ato mund të gjejnë informacione të rëndësishme për seksualitetin, zhvillimin dhe orientimin seksual, përvojën e parë seksuale, format e ndryshme të presionit bashkëmoshatar, kontracepsionin, IST etj.

Faqja e internetit dhe fushata ndahen në pesë seksione, të cilat prezantojnë faza të ndryshme të zhvillimit seksual të adoleshentëve. Secili seksion hapet njëri pas tjetrit, duke na lejuar që të përqendrohemi veçmas në secilën temë.

Qëllimet e fushatës, grupet e synuara dhe mesazhet

Cili është grupi ynë i synuar:

Të gjithë të rinjtë/rejat, prindërit, profesorët, punonjësit socialë dhe punonjësit e rinj.

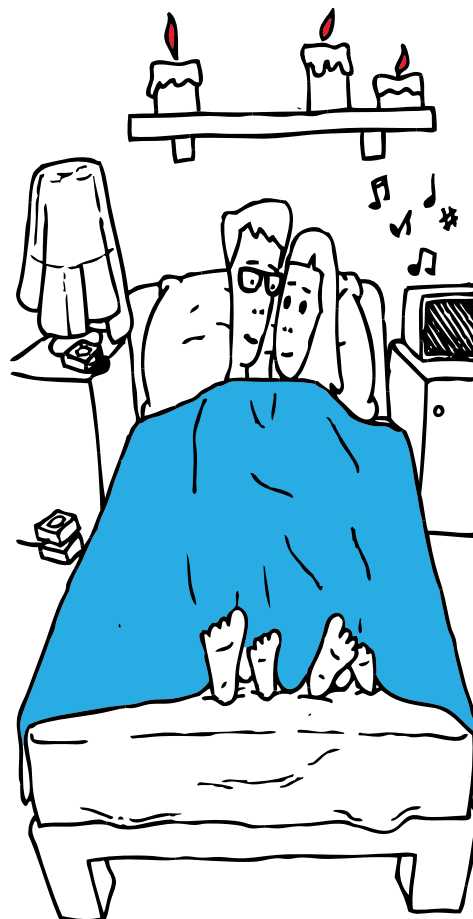
Cili është mesazhi ynë:

Edukimi mbi temën e shëndetit seksual dhe riprodhues është shumë i rëndësishëm.

Mesazhet kyç të fushatës:

1. T’i informojmë nxënësit për faqen e internetit www.kujdessex.net
2. T’i informojmë nxënësit për qëllimin kryesor të faqes së internetit.
3. Të rrisim ndërgjegjësimin për rëndësinë e edukimit në fushën e shëndetit riprodhues dhe seksual te të rinjtë/rejat.

kujdes se **X**.net



Mesazhet kyçe të kampanjës:

TARGET GRUPI	MESAZHET - çfarë duam të themi:
Të rinjtë/rejat e moshave 14-19-vjeçare	› Është e rëndësishme të jemi të informuar rreth shëndetit seksual dhe riprodhues. › E gjithë kjo është normale – është normale të kemi shumë pyetje, janë normale ndryshimet në trupin tonë, puberteti është normal... › Mendoni me kokën tuaj.
Prindërit, profesorët dhe punonjësit e rinj	› Edukimi për shëndetin riprodhues dhe seksual është i rëndësishëm. › Nuk ka shumë hapësira ku të rinjtë/rejat mund të informohen. › www.kujdessex.net është mjet i dobishëm që mund t'ju ndihmojë në punën tuaj.
Publiku i gjerë	› Është shumë zhgënjyes fakti që edukimi në këtë temë nuk trajtohet në mënyrë sistematike. › Edukimi për shëndetin riprodhues dhe seksual është i rëndësishëm. › Kjo është arsyeja që kemi krijuar një faqe interneti që u përshtatet të rinjve/rejave dhe u që ofron të gjitha përgjigjet që ata/ato mund t'i kërkojnë në një hapësirë të vetme.

Mjeti kryesor i komunikimit:

www.kudjesex.net

Faqja e internetit është zhvilluar në kuadër të Iniciativës së Burrave të Rinj dhe në bashkëpunim me anëtarët e klubit “Bëhu Burrë” nga rajoni, si dhe me mbështetjen e ekspertëve dhe punonjësve të rinj.



Materiale

bëhu zati

kujdes se .net
Uebfaqja normale për të gjitha
pytjet **"JO NORMALE"**

powered by **kbb**

Përkrahur nga:

Implementuar nga:

bëhu zati

kujdes se .net
Uebfaqja normale për të gjitha
pytjet **"JO NORMALE"**

powered by **kbb**

Përkrahur nga:

Implementuar nga:

bëhu zati

kujdes se .net
Uebfaqja normale për të gjitha
pytjet **"JO NORMALE"**

powered by **kbb**

Përkrahur nga:

Implementuar nga:

Kampanja: A JE OK? (ARE YOU OK?)

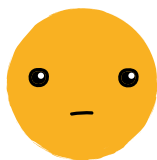
Kampanja A JE OK? merret me temën e shëndetit mendor të të rinjve. Qëllimi i fushatës është promovimi i sjelljes pro-sociale midis të rinjve të moshës 14 deri në 20 vjeç, dhe vlerave të tilla si miqësia, besimi dhe mbështetja. Përmes kësaj kampanje ne duam t'i fuqizojmë të rinjtë rreth identifikimit kur dikush ka një problem, të mos gjykojnë dhe të jenë në rregull me kërkimin e ndihmës dhe këshillave nga njerëzit në mjedisin e tyre - KBB, miqtë, prindërit, stafi i shkollës, organizatat rinore dhe të ngjashme.

SHËNDETI MENDOR DHE PROBLEMET E TË RINJVE

Të rinjtë sot përballen me një numër problemesh, siç janë: mungesa e vetëbesimit, besimit dhe marrëdhënieve të sinqerta me bashkëmoshatarët dhe prindërit, të cilat shpesh përfshijnë depresionin, etiketimin, dhunën, talljet, etj. Presioni nga bashkëmoshatarët, prindërit, profesorët, mediat, rrjetet sociale, etj., shpesh çon në mungesë të vetëbesimit tek të rinjtë. Për më tepër, një numër i madh i të rinjve ndihen të vetmuar sepse nuk kanë vetëbesim për të diskutuar rreth problemeve që i mërzisin ata me njerëzit në mjedisin e tyre dhe t'u drejtohen atyre për mbështetje.

ÇFARË DËSHIROJMË TË ARRIJMË?

Përmes kësaj kampanje ne duam të promovojmë vlera, siç janë: **miqësia, besimi dhe mbështetja**. Të inkurajojmë të rinjtë të flasin për shëndetin mendor dhe të pranojnë se problemet janë diçka që mund t'i ndodhin kujt, që ata mund t'i kapërcejnë ato dhe që personi në telashe duhet të mbështetet.



Mirë



Mërzitur



Mrekullueshëm



Në ankth



Zemëruar



Frikësuar

Qëllimet e kampanjës “A JE OK?” janë për të fuqizuar të rinjtë rreth:

- › të kuptuarit kur dikush ka problem;
- › ofrimit të këshillave dhe mbështetjes për miqtë/të afërmit që u ankohen atyre;
- › të kuptuarit që ata kanë problem dhe inkurajimi i tyre që të kërkojnë ndihmë.

SLOGANI DHE MESAZHET E KAMPANJËS

Slogani kryesor i kampanjës është **A JE OK?**

Pyetja universale, e shkurtër është pjesë e gjuhës së folur dhe e afërt me gjuhën e të rinjve.

Materialet e kampanjës janë dizajnuar për të imituar komunikimin në internet, që është një pjesë e rëndësishme e jetës së përditshme të të rinjve dhe gjatë së cilës ata shpesh janë më të lirë për të shprehur mendimet dhe ndjenjat e tyre. Sloganet dhe mesazhet komunikohen përmes formave që duken si mesazhe në rrjetet sociale, dhe ndjenjat paraqiten përmes Emoji-ve, të cilat të rinjtë i përdorin çdo ditë në komunikimin në internet për të përçuar emocionin e tyre tek bashkëbiseduesi. Të gjitha mesazhet duhet të komunikohen në mënyrë optimiste, të ngrohtë dhe të thjeshtë, pa shumë detaje.



MATERIALE QË MUND TË PËRDOREN NË KAMPANJË

Materialet që kemi krijuar përçojnë mesazhet kryesore të kampanjës:

- › Promovimi i sjelljeve pozitive dhe të dëshirueshme;
- › Theksimi i sjelljeve negative dhe dekurajimi i tyre;
- › Të gjitha Emoji-t janë në rregull dhe normale, me mbështetje dhe këshilla janë tejkalluar problemet.

Pakoja e materialeve përfshin posterat, bluzat, shenjat, letrat ngjitëse.



AKTIVITETET NË SHKOLLË DHE KOMUNITET:

1. **Ekipet e promovimit** – Në shkollë, ekipi i promovimit i prezanton të rinjve kampanjën, qëllimet dhe mesazhet, duke shpërndarë materiale promovuese siç janë balonat me sloganin e fushatës, shenjat, maskat prej kartoni me ndjenja të ndryshme, letrat ngjyeshme për telefon, etj.
2. **Këndi i tregimit** – Të rinjtë e rregullojnë një kënd të tregimit në shkollë, me ulëse të buta ose karrige të tjera të rehatshme, ku mund të njihen me fushatën, të marrin materiale promovuese dhe të flasin për mënyrën sesi mund të ndihmojnë një mik i cili ka problem. Ata u përgjigjen pyetjeve të gjetura në balonat e fjalimit rreth miqësisë, mbështetjes dhe besimit brenda rrethit të bashkëmoshatarëve. Qëllimi është t'u tregojmë të rinjve rëndësinë e komunikimit të hapur për ndjenjat dhe problemet e tyre, të gjitha emocionet janë në rregull dhe normale.
3. **Miku super OK** – në mënyrë që të promovojë vlera të tilla si miqësia, besimi, mbështetja, shkolla organizon një garë për mikun SUPER OK/të mirë. Studentët e shkollave të mesme nominojnë persona që mendojnë se duhet ta mbajnë këtë titull, dhe pastaj mbahet një votim i fshehtë duke futur letrat në kuti. Për këtë aksion është njoftuar dhe promovuar përmes posterëve në shkollë, dhe pas përzgjedhjes, do të pasojë ceremonia e ndarjes së çmimit për mikun SUPER të mirë.

KAMPANJA DIGJITALE - NË RRJETET SOCIALE

Grafika në rrjetet sociale ndjekin posterat dhe materialet e tjera të kampanjës “A JE OK?”

Më poshtë janë dhënë sugjerime për përmbajtjen e postimeve në rrjetet sociale si Facebook dhe Instagram:

- › Si ndiheni sot - të zemëruar, të befasuar apo të mërzhitur? Klikoni Emoji-n e duhur, sepse të gjitha emocionet janë në rregull.
- › Klubi Bonu Burrë (Be a Man) në bashkëpunim me EMRI I ORGANIZATËS DHE CARE International Balkans ka nisur një kampanjë që synon ngritjen e temës së shëndetit mendor të të rinjve. Le ta hapim temën me një pyetje shumë të thjeshtë! #AJeOK? #AreUOk #AreYouOK?
- › Nëse vini re se miku juaj është në telashe, kështu mund ta ndihmoni atë si një mik të vërtetë! #AJeOK? #AreUOk? #AreYouOK?
- › Ejani dhe të fillojmë një bisedë. Dëgjoni pa kritikuar. Respektoni faktin që dikush ka besim tek ju. Ofroni mbështetje si një mik i vërtetë.
- › Ndonjëherë mjafton vetëm ta dëgjosh dikë. Shpesh kemi pasur mundësinë ta provojmë vetë. Bëni një pyetje #AJeOK? #AreUOk? #AreYouOK? dhe vetëm dëgjoni!





Këshilla për promovim në rrjetet sociale:

1. Gjatë promovimit në rrjetet sociale, është e rëndësishme të siguroheni që mesazhet dhe materialet me grafika të përputhen me ato të përdorura gjatë aktiviteteve pa përdorur internetin.
2. Të gjitha aktivitetet, siç janë: punëtoritë, ngjarjet, aktivitetet në shkollë ose vendet e tjera që lidhen me fushatën duhet të promovohen në rrjetet sociale, duke përdorur hashtag #AJeOK? #AreUOK?
3. Përmbajtja në rrjetet sociale duhet të përfshijë të rinjtë në bisedën mbi temat e shëndetit mendor dhe dhunës, përmes diskutimeve, bashkëveprimit dhe inicimit të këtyre temave.
4. Përmbajtja duhet të jetë në të njëjtën kohë një burim që të rinjtë e përdorin për të zgjeruar njohuritë e tyre për shëndetin mendor, të informojnë veten e tyre në mënyrë që ata të mund të njohin simptomat si dhe të ndihmojnë veten dhe të tjerët.
5. Përmbajtja në rrjetet sociale duhet të inkurajojë të rinjtë që të reagojnë dhe të ndihmojnë miqtë e tyre kur kanë probleme ose kur nuk ndihen mirë, duke u ofruar atyre taktika specifike rreth asaj se si ta bëjnë këtë.

Kampanja: Ktheje dijen! Ndale urrejtjen!

Kampanja e re **Ktheje dijen! Ndale urrejtjen!** synon të parandalojë radikalizmin dhe ekstremizmin midis të rinjve në Ballkanin Perëndimor.

Grupet e synuara të kampanjës

- › Të rinjtë në shkollat e mesme;
- › Të rinjtë jashtë shkollave të mesme;
- › Të rinjtë që rrezikojnë të radikalizohen në qëndrime dhe sjellje më lehtë dhe më shpejt: të rinjtë me probleme familjare, të rinjtë që jetojnë në varfëri, të rinjtë nga komunitetet Rom, Ashkali dhe Egjiptian, të rinjtë që abuzojnë me alkoolin dhe narkotikët.

Të gjithë ata që ndjehen të privuar, që e shohin veten si viktimë ose që besojnë se dhuna është mënyrë për të zgjidhur problemet ose për të vendosur dominim ndaj tjerëve, mund të jenë në rrezik potencial të **ekstremizmit në sjellje dhe qëndrime**.

Ekstremizmi mund të përkufizohet si çdo shmangie nga moderimi, që i referohet ideve dhe / ose veprimeve, dhe përfshin përjashtimin, frikësimin dhe / ose dhunën ndaj atyre që shmangen nga ato ide. Ekstremizmi mund të jetë social, politik, dhe / ose kulturor, dhe shoqërohet nga një ndarje e qartë në “ne” – që ndajnë të njëjtat pikëpamje dhe “ata” që dallojnë në bindje, në ngjyrë të lëkurës, orientim seksual, gjini, përkatësi etnike dhe /ose fetare, dhe të ngjashme. Radikalizmi i referohet dëshirës për të bërë ndryshime rrënjësore, d.m.th. thyerjen e një gjendje të caktuar dhe krijimin e një gjendje të re. Edhe pse as radikalizmi dhe as ekstremizmi nuk çojnë domosdoshmërisht në dhunë, ato janë shumë të pranishme në të gjitha sferat e jetës.

Grupet që më së shpeshti janë në shënjestër të qëndrimeve dhe sjelljeve të tilla në rajon janë:

- › Grupet etnike
- › Grupet fetare
- › LGBT
- › Komuniteti Rom, Ashkali dhe Egjiptian

Ktheje dijen!
Ndale urrejtjen!

QËLLIMET E KAMPANJËS

Kampanja **Ktheje dijen! Ndale urrejtjen!** synon të rritë ndërgjegjësimin në lidhje me këtë problematikë, dhe të jetë pjesë e aktiviteteve që ne kryejmë për të parandaluar një sjellje të tillë. Përmes kampanjës ne duam të:

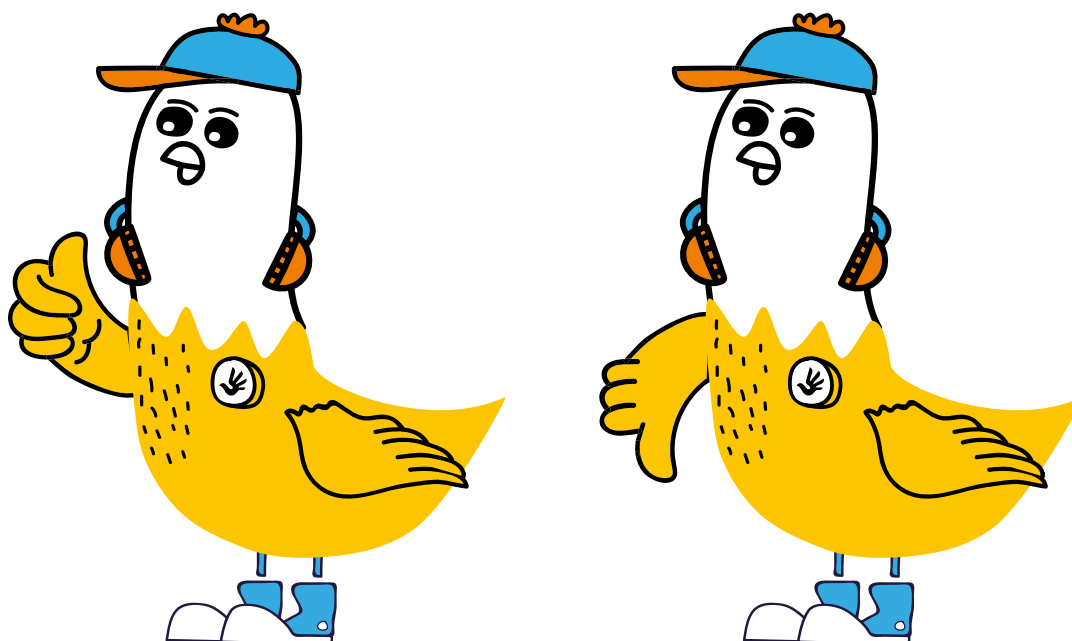
- › Promovojmë sjelljen pro-sociale midis të rinjve në shkolla të mesme;
- › Promovojmë vlera dhe sjellje pozitive në mesin e të rinjve;
- › Thyejmë stereotipet që nxisin sjellje ekstreme;
- › Krijojmë hapësira të sigurta ku të rinjtë ndjehen të sigurt dhe të pranuar;

SLOGANI DHE MESAZHET E KAMPANJËS

Mesazhi kryesor i kampanjës është: **Ktheje dijen! Ndale urrejtjen!**

Mesazhet kryesore të kampanjës kanë për qëllim promovimin e sjelljeve të dëshirueshme, vlerave dhe njohurive pozitive, si taktika kryesore në parandalimin e radikalizmit dhe ekstremizmit tek të rinjtë.

Simboli kryesor në kampanjë është heroi i librit komik – pëllumbi i bardhë, si simbol ndërkombëtar i paqes. Të gjitha mesazhet e kampanjës komunikohen përmes perspektivës së tij, në një mënyrë miqësore dhe të drejtpërdrejtë, dhe në një gjuhë që është e afërt me të rinjtë. Përveç kësaj simbolike, pëllumbi mban në "duart" e tij dy shenja – **pëlqej dhe nuk pëlqej** – simbolet e miratuara për aprovim ose mosaprovim në komunikimin e përditshëm përmes rrjeteve sociale.



MATERIALET E KAMPANJËS:

Gjatë kampanjës ju mund të përdorni disa materiale me mesazhe të ndryshme dhe t'i përshtatni ato në kontekstin vendor. Materialet: pos-tera, letrat ngjitëse, bluzat promovuese, grafikat nga kanalet digjitale.





AKTIVITETET E PROPOZUARA QË MUND TË ORGANIZOHEN GJATË KAMPANJËS

Aktivitetet në shkollë dhe komunitet

1. **Kuizet e diturive me nxënës të shkollave të mesme në shkollë ose në vendet ku mblidhen të rinjtë**
 - › Nxënësit reagojnë ndaj pretendimeve për sjellje të dëshirueshme / të padëshirueshme, etiketimit, diskriminimit, etj., duke ngritur shenjat e “pëlqimit ose mos pëlqimit”. Një variant tjetër është kur kuizi zhvillohet jashtë shkollës, për shembull në park, ekzaminuesi i afrohet të rinjve, u bën pyetje atyre dhe reagon ndaj përgjigjeve të tyre duke ngritur shenjën e pëlqimit ose mos pëlqimit në varësi të përmbajtjes së përgjigjes.
 - › Kuizet përdoren për t'u ofruar të rinjve fakte, njohuri dhe informacione të sakta në vend të paragjyqimeve dhe stereotipeve në lidhje me grupe të ndryshme dhe karakteristikat e tyre.
2. **Punëtori për të dizajnuar materiale të ndryshme të përdorura në kampanjë**
 - meme, qëllimi i të cilave është të përçojnë një mesazh social në mënyrë argëtuese përmes një fotografie ose një GIF-i, duke përdorur humor dhe/ose ironi, letra ngjithëse, postera të personifikuar me një maskotë, etj. Duke përdorur mesazhin bazë dhe grafikën e kampanjës, të rinjtë krijojnë përmbajtje të re dhe mësojnë përmes praktikës.
 - › Gjatë këtij aktiviteti, edukatorët e bashkëmoshatarëve e prezantojnë kampanjën në shkollë, duke i paraqitur të rinjve qëllimet dhe mesazhet e kampanjës, duke shpërndarë letra ngjithëse, etiketa, postera dhe duke i ftuar ata të marrin pjesë në disa organizime.

AKTIVITETET NË KANALE DIGJITALE DHE RRJETE SOCIALE

1. Promovimi i kampanjës në rrjete sociale – Postimet dhe storiet në Facebook dhe Instagram
2. Meme dhe GIF: duke përdorur maskotën dhe mesazhet kryesore të kampanjës, të rinjtë mund të krijojnë vet disa prej këtyre formateve duke përdorur vegla në internet si **giphy.com** dhe **kapwing.com**
3. Krijimi i kornizave për fotografinë e profilit në Facebook duke përdorur maskotën dhe mesazhet kryesore të kampanjës me vëllën **efektet e kamerës** në Facebook. Një kornizë mund të shkarkohet dhe përdoret nga një numër i pakufizuar i njerëzve për fotot e profilit të tyre, pa qenë e nevojshme që të gjithë të krijojnë kornizën e tyre individualisht.

Mesazhet e kampanjës që të rinjtë mund të përdorin për të krijuar këtë përmbajtje në internet:

Ktheje dijen! Ndale urrejtjen!

Ktheje tolerancën! Ndale paragjykimin!

Ktheje respektin! Ndale urrejtjen!

Ktheje vlerësimin! Ndale frikën!

Ktheje dashurinë! Ndale lëndimin ndaj të tjerëve!

Ktheje mirësinë! Ndale diskriminimin!

Ktheje solidaritetin! Ndale paragjykimin!

Ktheje intelektin! Ndali lajmet e rrejshme!

Shtojca 1

Përmbledhje e termave kryesore

Femininiteti – Mënyra se si socializohen gratë; kuptueshmëria dhe praktikatat e ndërlidhura me kuptime dhe interpretime të ndryshme rreth asaj se ‘çfarë do të thotë të jesh grua’.

Feminizmi – Besimi që gratë dhe burrat duhet të kenë të drejta të barabarta politike, sociale, seksuale, intelektuale dhe ekonomike. Feminizmi bazohet në parimin e barazisë mes burrave dhe grave. Të dyja gjinitë duhet të jenë në të njëjtin nivel të pushtetit dhe ndikimit në shoqëri, si dhe në lirinë për ta jetuar jetën e tyre në mënyrën që ata/ato dëshirojnë. Feminizmi njeh ekzistencën e dallimeve biologjike mes grave dhe burrave, por edhe mbron idenë që ato nuk duhet të jenë baza për trajtim të pabarabartë/të padrejtë të grave apo anëtarëve të komuniteteve LGBTIQ.

Maskuliniteti – Mënyra se si socializohen burrat; kuptueshmëria dhe praktikatat e ndërlidhura me kuptime dhe interpretime të ndryshme rreth asaj se ‘çfarë do të thotë të jesh burrë’.

Seksi – U referohet karakteristikave biologjike të grave dhe burrave dhe dallimeve në organet riprodhuese dhe funksionet e tyre (gjenitalet, kromozomet dhe hormonet).

Gjinia – Lidhja e pushtetit dhe e roleve të ndërtuara nga shoqëria, sjelljeve, aktiviteteve dhe karakteristikave që një shoqëri e caktuar i konsideron si të përshtatshme për burra dhe gra.

Dhuna me Bazë Gjinore (DhBGj) – Çfarëdo formë e dhunës që ka ndikim negativ në shëndetin fizik apo psikologjik dhe në zhvillimin apo identitetin e një personi, dhe që është rezultat i ekzistencës së pabarazisë në marrëdhëniet e pushtetit bazuar në gjini (dallimet mes burrave dhe grave). Termi përgjithësisht përdoret për të përshkruar dhunën e burrave/djemve kundër grave/vajzave.

Drejtësi gjinore – Termi i referohet drejtësisë në shpërndarjen e përgjegjësiave dhe përfitimeve mes burrave dhe grave. Koncepti e njeh faktin që gratë dhe burrat kanë nevojë të ndryshme dhe nivele të ndryshme të pushtetit, dhe që këto dallime duhen njohur, me qëllim që të përballemi me to në atë mënyrë që e parandalon thellimin e dallimeve midis grave e

burrave, e që do të thotë trajtim që u përshtatet nevojave specifike, për sa i përket ushtrimit të të drejtave, përfitimeve, detyrimeve dhe mundësive.

Barazi gjinore – Termi nuk nënkupton se gratë dhe burrat janë të njëjtë, por që ata/ato kanë vlerë të barabartë dhe që duhen trajtuar si të barabartë. Barazia gjinore përpiqet që burrat dhe gratë të kenë të drejta të barabarta dhe akses të barabartë në të drejta, qoftë në ambient privat apo shoqëror, duke përfshirë, por jo duke u kufizuar në jetën politike dhe ekonomike, në vendimmarrje, në fushat e shqetësimit për edukim dhe shëndet.

Politika me perspektivë gjinore – Monitorimi sistematik i dallimeve në kushte, situata dhe nevoja të grave dhe burrave në të gjitha aktivitetet dhe politikat. Politikat me perspektivë gjinore përfshijnë (ri)organizimin, përmirësimin, zhvillimin dhe vlerësimin e procesit të zhvillimit dhe implementimit të politikave publike, me qëllim që të sigurohet aplikimi apo prezantimi i perspektivës gjinore në të gjitha politikat dhe masat, në të gjitha nivelet dhe në të gjitha shkallët nga personat përgjegjës.

Programet për transformim gjinor/krijimi i programeve të tilla – U referohet politikave dhe programeve që kërkojnë ndryshim/transformim të marrëdhënieve gjinore, me qëllim që të arrihet barazia gjinore. Kjo qasje promovon barazinë gjinore, në këto mënyra: 1) duke inkurajuar dhe duke sfiduar në mënyrë kritike pabarazinë dhe rolet gjinore, normat, dinamikat ndërmjet gjinive/sekseve; 2) duke njohur dhe duke fuqizuar normat pozitive që mbështesin barazinë dhe duke krijuar ambient pranues; 3) duke vënë në dukje pozitën në shoqëri të grave dhe vajzave, grupeve të marginalizuara, si dhe duke ndryshuar/transformuar strukturat shoqërore, politikat dhe normat përgjithësisht të pranueshme, të cilat janë baza e pabarazive.

Ndryshimet transformative – Ndërhyrjet në çështje strukturore, si edhe simptomat e pabarazisë gjinore që na çojnë tek ndryshimet e përhershme në lidhje me zgjedhjet që gratë kanë në dispozicion, si dhe pushtetin që ato kanë në jetën e tyre, e jo vetëm në rritje afatshkurtër të mundësive.

Seksizmi – Seksizmi apo diskriminimi gjinor i referohet paragjykitimit ose diskriminimit që bazohet në seksin ose gjininë e personit; u referohet dy gjinive/sekseve, por faktet tregojnë se gratë janë më të ekspozuara ndaj tij.

Shtojca 2

Data të rëndësishme të vitit

Më poshtë mund të gjeni një pasqyrë të disa prej datave më të rëndësishme, bashkë me seminarët edukative që janë realizuar në këto data. Kjo shtojcë është për ide për zhvillimin e fushatave, të cilat mund të lidhen me seminare edukative të realizuara përgjatë kësaj periudhe.

ZHVILLIMI I IDENTITETIT – KUSH JAM UNË, KUSH JE TI?

Semestri i parë: Identitetet, arsyeja, ndjenjat, gjinia dhe normat gjinore

- › *Dita Ndërkombëtare e Grave – 8 Marsi* – ditë që u kushtohet grave, duke vënë theks të veçantë tek të drejtat dhe liritë e grave, si dhe ditë në kujtesë të protestave të grave në industrinë e tekstilit, të mbajtura më 8 Mars 1857 në Nju-Jork. Nga protesta, arritën plotësimin e kërkesave të tyre (më pak orë pune, paga më të larta dhe e drejta për votë). Fushatat kryesisht bazohen në promovimin e grave të suksesshme (në të gjitha fushat).
- › *Dita ndërkombëtare e Burrave – 19 Nëntor* – fokusi është në shëndetin e burrave dhe djemve, në përmirësimin e marrëdhënieve gjinore, në promovimin e barazisë gjinore dhe vënien në pah të shembujve pozitivë të burrave. Fushata e thirrur “Movember” është e njohur mirë nga burrat, me qëllim që ata të vënë në dukje rëndësinë e kontrolleve parandaluese për ekzaminimin e hershëm të kancerit të prostatës, dhe në mënyrë simbolike rrisin mjekrën dhe mustaqet.
- › *Dita Ndërkombëtare e Vajzave - 11 Tetor* – qëllimi është që të inkurajohet entuziazmi në mbarë botën për të krijuar një jetë më të mirë për vajzat e reja, duke u ofruar atyre mundësi për të përmbushur potencialin e tyre. Në këtë datë, fushatat që zhvillohen nënkuptojnë që gratë e suksesshme në atë ditë i zëvendësojnë vendet e tyre të punës me bankat e shkollës, si dhe në takime të formatit “*speed dating*” me vajza të reja prezantojnë profesionet e tyre, sfidat me të cilat përballen përditë, mundësitë, por edhe i motivojnë ato për punën e tyre në të ardhmen.

Semestri i dytë: Dhuna është e dukshme! Nga dhuna te bashkëjetesa paqësore

- › *Dita ndërkombëtare e Luftës ndaj Dhunës Bashkëmoshatare– 22 shkurt* ((Dita e Bluzave Ngjyrë Rozë) është një datë që shënohet që prej vitit 2007, kur një djalë në Kanadaja përjetoi dhunë nga bash-

Viti 1

këmoshatare, ngaqë kishte shkuar në shkollë me një bluzë rozë. Më vonë, u zbulua që ajo bluzë ishte simbol mbështetjeje për nënën e tij, e cila vuante nga kanceri në gji. Shokët e shkollës u solidarizuan me djalën dhe të nesërmen të gjithë veshën bluza ngjyrë rozë.

- › *Dita Ndërkombëtare për Eliminimin e Dhunës Kundër Vajzave dhe Grave - 25 Nëntor* – shënohet në kujtim të motrave Mirabel, të cilat u vranë më 25 Nëntor 1960 në Republikën Dominikane nga regjimi i diktatorit Rafael Trujillo, për aktivizimin dhe luftën e tyre për demokraci dhe drejtësi. Qëllimi i shënimit të kësaj ditë është që të rritet ndërgjegjësimi i publikut, për faktin që dhuna nuk u ndodh vetëm të tjerëve, por që është e pranishme në mjediset tona më të afërta. Fushatat kryesisht përfshijnë raportime në publik për rastet e dhunës ndaj grave, fushata parandaluese, ngritje të vetëdijes për rëndësinë e kësaj teme, video, fotografi (me lëndimet e grave).
- › *Fushata Globale “16 Ditët e Aktivizmit kundër Dhunës me Bazë Gjinore”* – shënohet në periudhën prej 25 Nëntorit (Dita Ndërkombëtare për Eliminimin e Dhunës Kundër Vajzave dhe Grave) deri më 10 Dhjetor (Dita Ndërkombëtare e të Drejtave të Njeriut). Kjo fushatë është ngjarje botërore dhe lëvizje që ka për qëllim të vejë në dukje nevojën për parandalimin e të gjitha formave të dhunës kundër grave. Kjo fushatë realizohet në periudhën e 16 ditëve, ndërmjet dy datave të rëndësishme, Ditës Ndërkombëtare për Eliminimin e Dhunës Kundër Vajzave dhe Grave dhe Ditës Ndërkombëtare të të Drejtave të Njeriut. Aktivitetet kanë për qëllim të tregojnë rëndësinë për parandalimin e dhunës ndaj grave. Fushata shënohet çdo vit me togfjalësja të ndryshëm, i cili kryesisht ndërlidhet me një nga format e dhunës kundër grave. Objektivat e implementimit të kësaj fushate janë: rritja e ndërgjegjësimit mbi dhunën me bazë gjinore, të drejtat e njeriut në nivel lokal, kombëtar, rajonal dhe ndërkombëtar, fuqizimi i punës lokale për ta parandaluar dhunën ndaj grave, krijimi i mjeteve që u bëjnë presion autoriteteve lokale që të parandalojnë dhunën ndaj grave.

VITI I DYTË – DHUNA ËSHT E DUKSHME!

Semestri i parë: Nga dhuna te bashkëjetesa paqësore

- › *Dita Ndërkombëtare Kundër Dhunës – 2 Tetor* – kjo ditë shënohet për nder të Mahatma Gandhi (çdo vit në datëlindjen e tij), një prej liderave të lëvizjes për pavarësinë e Indisë dhe krijuesin e filozofisë dhe strategjisë së rezistencës të pa dhunshme. Fushata zakonisht përfshin informimin e publikut dhe edukimin e të rinjve për rëndësinë e njohjes së hershme të të gjitha formave të dhunës.
- › *Dita Ndërkombëtare për Tolerancë – 16 Nëntor* – kjo ditë shënohet si përkujtim për respektin dhe vlerësimin e dallimeve në pajtueshmëri

Viti 2

me Deklaratën e Parimeve të Tolerancës. Fushatat që realizohen në këtë ditë, kryesisht përfshijnë seminare me të rinj/reja rreth diversitetit, fushata të veçanta, si koalicioni i të rinjve/rejave prej komuniteteve të ndryshme që kanë aktivitete të përbashkëta.

Semestri i dytë: Droga/alkooli dhe vendimarrja

- › *Dita Ndërkombëtare Kundër Abuzimit me Drogat – 26 Qershor* – Shënimi i kësaj dite ka për qëllim të njoftojë publikun botëror për problemin gjithnjë e në rritje të abuzimit me drogat dhe të ftojë të gjithë aktorët, në nivel kombëtar e global, që të marrin pjesë në mënyrë aktive në arritjen e qëllimit të përbashkët. Fushata zakonisht përfshin ligjërata dhe trajnime rreth dëmeve të narkotikëve, por edhe promovimin e stileve të shëndetshme të jetesës, aktiviteteve sportive etj.
- › *Dita Botërore Pa Alkool – 1 Prill* – Qëllimi i shënimit të kësaj date është që në mënyrë parandaluese t'i edukojë qytetarët për dëmet që shkakton alkooli dhe të ndikojë në uljen e numrit të personave me varësi ndaj alkoolit. Fushatat, kryesisht atë ditë kanë të bëjnë me ngritjen e stendave me material promovues në vende të frekuentuara të qytetit, si dhe sjelljen e ekspertëve nga fusha e mjekësisë që do të jenë aty për t'iu përgjigjur pyetjeve të qytetarëve.
- › *Dita Botërore pa Duhan – 31 Maj* – Organizata Botërore e Shëndetësisë e cilësoi varësinë ndaj duhanit si sëmundje. Qëllimi i shënimit të kësaj dite ka për qëllim t'i ndërgjegjësojë përdoruesit e duhanit për dëmet që sjell duhani, pasojat e konsumimit të duhanit etj. Fushatat që mbahen në këtë ditë përfshijnë promovimin e Institucioneve të Shëndetit Publik që ofrojnë programe dhe terapi për lënien e duhanit.

VITI I TRETË – SEKSUALITETI DHE MBROJTJA E TË DREJTAVE SEKSUALE DHE RIPRODHUESE

Semestri i parë: Shëndeti seksual dhe riprodhues

- › *Dita Ndërkombëtare e Ndërgjegjësimit mbi Shëndetin Seksual dhe Riprodhues – 12 shkurt* – Qëllimi i shënimit të kësaj dite është prezantimi i masave parandaluese dhe aktiviteteve që parandalojnë infeksionet seksualisht të transmetueshme. Fushatat përfshijnë edukimin e të rinjve/rejave mbi riprodhimin dhe seksualitetin, këshillimin rreth familjes, parandalimin dhe trajtimin e infeksioneve seksualisht të transmetueshme, mbrojtjen nga dhuna seksuale dhe përkujdesjen për viktimën.

Viti 3

- › *Dita Botërore e Shëndetit – 7 Prill* – e shënuar prej vitit 1950, kur Organizata Botërore e Shëndetësisë e integroi këtë datë zyrtarisht. Qëllimi i shënimit të kësaj date është që botërisht të theksohet rëndësia e një problemi të veçantë shëndetësor dhe të tërhiqet vëmendja e komunitetit më të gjerë rreth temave prioritare që janë të rëndësishme për ruajtjen e shëndetit dhe parandalimin e sëmundjeve. Çdo vit ne zgjedhim një temë të veçantë, së cilës i ofrohet rëndësi e veçantë në shënimin e kësaj dite. Fushata përfshin krijimin e tavolinave të ndryshme në vende publike për shpërndarjen e materialeve promovuese, matje falas e tensionit të gjakut, këshillim me ekspertë të fushës së mjekësisë etj.

Semestri i dytë: Infeksionet seksualisht të transmetueshme, kontracepsioni dhe të drejtat

- › *Dita Botërore e HIV/SIDA - 1 Dhjetori* – një ditë që shënohet nën patronazhin e OBSH-së. Çdo ditë një temë zgjidhet dhe hulumtohet më gjerë, dhe në fund informacioni prezantohet te publiku. Qëllimi i shënimit të kësaj dite nuk është vetëm rritja e ndërgjegjësimit mbi infektimin me HIV/AIDS, por edhe që të vihen në dukje arritjet që janë bërë në parandalimin e infeksionit HIV, si dhe disponueshmëria e terapisë që mundëson jetëgjatësi pothuajse të ngjashme me personat e shëndetshëm. Simboli ndërkombëtar për mbështetje është fjongoja e kuqe. Fushatat që organizohen në këtë ditë përfshijnë edukimin e të rinjve rreth shëndetit riprodhues dhe infeksioneve seksualisht të transmetueshme, si dhe shpërndarjen e fjongove të kuqe.
- › *Dita Botërore e Kontracepsionit – 26 Shtator* – Qëllimi i shënimit të kësaj dite është të rritet ndërgjegjësimi rreth rëndësisë së planifikimit familjar dhe kontraktivëve që u mundësojnë grave dhe burrave të jenë të përgjegjshëm për trupat e tyre dhe jetët e tyre, në përgjithësi. Aktivitetet që realizohen gjatë fushatës konsistojnë me intervistimin e të rinjve/rejave rreth çështjeve që lidhen me kontracepsionin, pastaj edukimin dhe ligjëratat që kanë për qëllim thyerjen e temave tabu rreth seksualitetit.

VITI I KATËRT – PRINDËRIT E SHEKULLIT XXI

Semestri i parë: Atësia dhe amësia

- › *Dita Ndërkombëtare e Nënës– 12 Maj* - Anna Marie Jarvis është themeluesja e Ditës së Nënës. Në Grafton, më 12 Maj 1907, të Dielën, pas përvjetorit të dytë të vdekjes së nënës së saj, ajo themeloi Memorialin e Ditës së Nënës. Me 500 karafila ajo shprehu dashurinë e saj për nënën e saj të vdekur dhe ua dhuroi ato nënave të tjera në kishën lokale. Prej vitit 1914, kjo ditë u deklarua si ditë kombëtare dhe më

Viti 4

pas si ndërkombëtare. Fushatat në këtë ditë përbëhen kryesisht prej ngjarjeve kulturore që promovojnë jetën familjare.

- › *Dita Ndërkombëtare e Babait – 19 Qershor (në 52 shtete), 19 Mars (Kroaci dhe Itali)* – Qëllimi i shënimit të kësaj dite është të tërhiqet vëmendja e të dy prindërve, për sa i përket procesit të rritjes së fëmijëve. Institucionet dhe publiku janë të prirur që për këtë të drejtohen te nënat, e kështu shkelen të drejtat e njërit prind. Përgjatë shënimit të kësaj dite, fushatat nënkuptojnë një ndikim në rritjen e ndërgjegjës publike mbi rolin e baballarëve në familje dhe thyerjen e ndarjes tradicionale të detyrave si “mashkull” dhe “femër”.
- › *Dita Ndërkombëtare e Familjeve – 15 Maj* – Qëllimi i shënimit të kësaj dite është që të kthehet vëmendja te rëndësia e familjes dhe të inkurajohet publiku që t’i mbështesë familjet, të cilat përballen me vështirësi sociale, kulturore dhe ekonomike. Fushatat kryesisht përfshijnë rritjen e ndërgjegjësimit për veprim parandalues kundër dhunës në familje, dhunës mes partnerëve dhe dhunës fizike kundër fëmijëve.

Shtojca 3

Ndërtimi i ekipeve të suksesshme

Këtu do t'ju ofrojmë disa shembuj të lojërave për ndërtimin e ekipeve të suksesshme, të cilat mund t'i përdorni në aktivitetet apo takimet e klubit, me qëllim që të **rritet besimi dhe marrëdhënia ndërmjet anëtarëve**. Ndhuni të lirë të kërkonit më shumë lojëra në internet, të cilat mund t'i gjeni, nëse kërkonit “Lojëra për ndërtimin e ekipit”.

2 të vërteta, 1 gënjeshtër

Ofrojini pjesëmarrësve 3 copëza letre dhe kërkonit nga ata që të shkruajnë 3 gjëra për veten e tyre, gjëra që ata/ato janë të sigurt që pjesëmarrësit e tjerë nuk i dinë. 2 prej këtyre gjërave duhet të jenë të vërteta, ndërsa njëra duhet të jetë e gënjeshtër. Kur të gjithë pjesëmarrësit t'i kenë përfunduar të tria gjërat, kërkonit nga ata që t'i lexojnë ato me zë, ndërkohë që të tjerët provojnë të gjejnë se cila nga ato gjëra është e vërtetë, dhe cila gënjeshtër.

Kush është lideri/ja?

Kërkonit nga pjesëmarrësit/et që të ulen në rreth. Një person në mënyrë vullnetare duhet të dalë nga dhoma. Kur ai person të ketë dalë nga dhoma, grupi zgjedh një “lider/e”. Lideri/ja duhet të performojë disa veprime, si duartrokitje, lëvizja e këmbëve, kërcimi etj., veprim ky që do të kopjohet nga i gjithë grupi. Vullnetari/ja kthehet në dhomë dhe qëndron në mes të grupit, duke u përpjekur ta gjejë se kush është lideri/ja. Grupi duhet të mbrojë liderin/en, me qëllim që vullnetari/ja të mos arrijë ta identifikojë atë. Lideri/ja duhet t'i ndërrojë lëvizjet rregullisht, pa u vënë re. Kur vullnetari e gjen se kush është lideri/ja, ai/ajo bashkohet me rrethin, ndërsa personi që ishte lideri/ja del nga dhoma, me qëllim që grupi të zgjedhë një lider/e tjetër; dhe kështu loja do të vazhdojë.

Të numërojmë së bashku

Kërkonit nga pjesëmarrësit të numërojnë nga 1 deri në numrin e pjesëmarrësve, me sy mbyllur (është e këshillueshme që pjesëmarrësit të shpërndahen nëpër dhomë). Qëllimi i kësaj loje është që të numërohet në mënyrë të rëndomtë deri në numrin e fundit, pa e përsëritur numrin dy herë, pra numri i njëjtë nuk duhet thënë nga dy pjesëmarrës. Gjithash-tu, pjesëmarrësi i njëjtë nuk mund të thotë dy numra me radhë. Nëse kjo ndodh, loja duhet të përsëritet prapë prej numrit 1. Nuk ka rregulla se kush fillon dhe se kush mbaron, ngaqë pjesëmarrësit në mënyrë të rëndomtë fillojnë numërimin.

Kush e ka objektin

Pjesëmarrësit duhet të qëndrojnë pranë njëri-tjetrit në një rreth, me një person në mes të rrethit. Duart e pjesëmarrësve duhet të jenë të vendosura pas. Ju duhet të merrni një objekt dhe ta vendosni atë në duart e njërit prej pjesëmarrësve, ndërsa objekti duhet të shkojë përreth. Presoni në mes duhet ta gjejë se kush e ka objektin. Kur ai/ajo e gjen, atëherë personi që ka pasur objektin shkon në mes të rrethit, dhe kështu përsëritet loja.

Rrjeta e merimangës

Kërkoni nga pjesëmarrësit/et që të ecin lirshëm rreth dhomës, me sa më pak hapësirë nga njëri-tjetri. Kur ju thoni “Stop”, të gjithë duhet të ndalojnë dhe në atë pozicion të kapin dorën e dikujt tjetër (si shtrëngim duarsh). Secili pjesëmarrës mund të marrë dorën e dikujt dhe askush nuk duhet të mbesë pa ia dhënë të dyja duart dikujt. Kur ta kenë bërë këtë, kërkoni nga ata që të bëjnë një rreth të madh, pa i lëshuar duart. Grupi duhet të gjejë një mënyrë që të zgjidhet vetë nga rrjeta e merimangës.

Përçimi i energjisë

Kërkoni nga pjesëmarrësit/et që të ulen në rreth në dysHEME, të kapin dorën e njëri-tjetrit dhe të përqendrohen. Ndihmësi duhet ta dërgojë “pulsin” te pjesëmarrësi afër tij/saj, duke e shtypur butësisht dorën e tij/saj. Kur e ndjeni ‘pulsin’ apo shtypjen, ju duhet ta transferoni atë në mënyrë që të aktivizoni grupin. Shpjegojani grupit që kështu përçohet energjia te njëri-tjetri.

Putheni lepurushin

Kërkojini pjesëmarrësit të qëndrojnë në rreth. Ju, si facilitator/e, shpjegojani pjesëmarrësve që ju keni një lepurush imagjinar në duart tuaja. Ju duhet ta puthni atë lepurush në çdo pjesë që dëshironi (faqe, kokë, veshë...) dhe t’ia kaloni lepurushin personit afër jush, i cili duhet ta përsëritë të njëjtën gjë, por ta puthë lepurushin në një pjesë që nuk u përmend nga askush tjetër. Të gjithë pjesëmarrësit duhet ta bëjnë këtë gjë. Kur lepurushi kthehet prapë te ju, shpjegojani grupit që lepurushi përfaqëson respektin dhe se që tani ata duhet të puthin personin afër tyre, në vendin e njëjtë ku e kanë puthur lepurushin. Kjo mund ta bëjë lojën pak të sikletshme dhe, nëse dikush është në shumë siklet, atëherë ata nuk kanë nevojë ta bëjnë të njëjtën gjë, por mund të bëjnë diçka që i bën të ndihen rehat. Me këtë lojë, ju krijoni lidhje më të thella mes anëtarëve të ekipit.

Masazh

Kërkoni nga pjesëmarrësit që të qëndrojnë në rreth pas njëri-tjetrit. Secili duhet që butësisht të masazhojë personin para tij/saj për 2-3 minuta. Pastaj kërkoni nga grupi që të kthehen në anën tjetër dhe t'i bëjnë masazh personit që u ka bërë atyre masazh në fillim.

Besimi është shumë i rëndësishëm

Kërkoni nga pjesëmarrësit që të qëndrojnë dyshe, me njerëz që janë për afërsisht me të njëjtën gjatësi dhe peshë. Një person duhet të kthejë shpinën dhe të lëshohet ngadalë (drejt, pa u kërrusur, për kapje më të lehtë), ndërsa personi tjetër duhet maksimumi një metër pas atij personi, që ta kapë atë gjatë lëshimit/rrëzimit (nën krahë ose në bel). Përsëriteni këtë lojë disa herë, derisa secili të ndihet i sigurt që nuk do të rrëzohet, dhe sigurohuni që askush të mos lëndohet. Kjo lojë inkurajon përf forcimin e besimit ndërmjet pjesëmarrësve.

"Fusha e minave"

Në mes të dhomës, në dyshe vendosni ngjitës në formën e katrorëve, rreth 2-3 metra. Vendosni letër, laps ose ndonjë objekt tjetër në formë të pengesës në katror. Një vullnetar duhet t'i mbulojë sytë me një shami, me qëllim që ai/ajo të mos shohë se çfarë ka në rreth, dhe ekipi duhet ta vendosë atë në një pjesë të katrorit. Kur personi vendos shaminë në sy, vendosini objektet në katror dhe përcaktoni atë që ai/ajo duhet të marrë dhe drejtoni personin që të gjejë dhe të marrë objektet që ju i keni përcaktuar si të sigurta. Të gjitha objektet e tjera janë "mina" ose pengesa dhe ju nuk duhet t'i shkelni ato, sepse në atë rast loja fillon nga fillimi dhe i gjithë katrori duhet të riorganizohet. Pjesëmarrësit e drejtojnë personin, por ata nuk duhet të japin instruksione, si 'djathtas', 'majtas', 'lart', 'poshtë', 'drejt' dhe 'pas'.

Shtojca 4

Si ta rritni energjinë e grupit: Energjizues

Këtu do t'ju ofrojmë vetëm disa shembuj të lojërave të thjeshta që ndikojnë në rritjen e energjisë së grupit dhe interesin e grupeve me të cilat punoni. Mund t'i përdorni lojërat në aktivitetet dhe takimet e klubit, me qëllim që të **rrisni nivelin e energjisë dhe të entuziazmit të grupit dhe t'i inkurajoni ata të mendojnë.**

Mesazhi zinxhir

Kërkoni nga pjesëmarrësit që të qëndrojnë pranë njëri-tjetrit. Lideri/ja pëshpërit një mesazh te personi i parë në radhë (për shembull, shtatë njerëz të gjatë hynë në një bar-kafe) dhe personi e përçon mesazhin te personi tjetër, duke i shtuar një fjalë që i ndërlidhet fjalisë fillestare. Fjalja vazhdon të rritet nga secili pjesëmarrës dhe duhet të përçohet deri te pjesëmarrësi/ja i/e fundit, i/e cili/a duhet ta përsëritë të gjithë fjalinë.

Përqaqimet

Pjesëmarrësit/et qëndrojnë në rreth. Kur udhëheqësi të thotë “Fillo”, ata/ato duhet të përqafojnë sa më shumë persona që munden, për 30 sekonda. Luani sa më shumë raunde që të mundeni. Loja mund të luhet si garë, ku ata/ato që përqafojnë më shumë njerëz – fitojnë. Gjatë lojës, duhet të luhet muzikë e gjallë. Variacion: Pjesëmarrësit/et duhet që sa më shpejt t'i përqafojnë të gjithë të pranishmit dhe më pas të ulen.

Pasqyra

Pjesëmarrësit/et ndahen në çifte. Një person është ‘aktori/aktorja’ dhe tjetri/ja është ‘pasqyra’. Aktori dhe pasqyra duhet të jenë përballë. Pasqyra bën gjithçka që bën aktori. Pas disa minutash, ndërrojnë rolet.

Kush jam unë?

Shkruani në letra ngjitëse emrat e disa njerëzve të njohur dhe vendosini ato në ballin e pjesëmarrësve/eve, me qëllim që ata/ato të mos i shohin letrat. Pastaj kërkoni nga pjesëmarrësit që të ecin me ato letra nëpër dhomë, duke parashtruar pyetje për identitetin e personit që e kanë të ngjitur në ballë. Përgjigjet mund të jenë vetëm po ose jo. Loja vazhdon, derisa të gjithë të njihen se kush janë.

Sallata e frutave

Ndajini pjesëmarrësit në tre lloje frutash (për shembull, banane, ananase dhe mollë). Kërkoni që ata të qëndrojnë në rreth, në të cilin është një karrige më pak sesa numri i pjesëmarrësve. Kur udhëheqësi/ja thotë “mollët”, vetëm pjesëmarrësit/et që janë në grupin e mollëve duhet t'i ndërrojnë karriget. Kur udhëheqësi thotë “Sallatë frutash”, të gjithë pjesëmarrësit/et duhet t'i ndërrojnë karriget dhe të gjejnë një të lirë. Ai/ajo që nuk arrin të ulet, do të qëndrojë në mes të rrethit dhe do vazhdojë lojën.

Prek diçka të kaltër

Kërkoni nga pjesëmarrësit/et që të ngrihen në këmbë. Ideja është që të gjithë të gjejnë diçka të kaltër dhe ta kapin/prekin atë objekt. Mund të jetë bluzë e kaltër, këpucë ose çfarëdo. Çdo herë, objekti i kaltër duhet të jetë ndryshe. Variacioni është që pas disa herëve ju mund ta ndërroni ngjyrën.

Çfarë ka ndryshuar?

Pjesëmarrësit ndahen në çifte. Partnerët shikojnë njëri-tjetrin dhe përpiqen të mbajnë mend sa më shumë detaje. Pastaj, njëri prej partnerëve kthen kokën, ndërsa të tjerët e ndihmojnë atë që të ndryshojë diçka në dukjen e tij/saj; për shembull, mund të vendosë orën në dorën tjetër, të heqë syzet, të përveshë mëngët... Lojtari tjetër duhet të kthehet dhe të provojë të gjejë tre ndryshime. Lojtarët më pas ndërrojnë rolet.

Datëlindja

Qëllimi i kësaj loje është që pjesëmarrësit të qëndrojnë në një radhë në heshtje, sipas datëlindjes. Për shembull, në fillim të radhës qëndron dikush që ka lindur në janar, pastaj dikush në shkurt, mars, por duhet t'i kushtoni vëmendje edhe datës, si dhe orës së lindjes.

Mos u përgjigj!

Pjesëmarrësit janë në rreth. Një person fillon duke shkuar te dikush dhe duke pyetur: “Cili është zakoni yt më i keq?”. Megjithatë, ata nuk duhet t'i përgjigjen pyetjes vetë, por personi në të majtë duhet të përgjigjet për ta. Bëjini përgjigjet e tyre sa më imagjinare.

Të dua sepse...

Pjesëmarrësit ulen në grup dhe lideri/ja e fillon lojën duke i treguar personit në të djathtën e tij/saj se ai/ajo duhet të thotë një tipar të mirë. Loja shkon në rreth dhe të gjithë pjesëmarrësit/et kanë mundësinë të thonë, të paktën një tipar të mirë.

Kush je ti?

Një nga pjesëmarrësit/et del nga dhoma. Derisa ai/ajo është jashtë dhomës, pjesëmarrësit/et brenda dhomës vendosin një profesion për të, si për shembull shofer/e, peshkatar/e... Kur vullnetari kthehet në dhomë, pjesëmarrësit/et përgatisin aktivitetin, ndërsa vullnetari/ja duhet ta njohë profesionin e tij/saj.

Shkruaj emrin tënd

Pjesëmarrësit/et qëndrojnë në rreth dhe duhet të zgjedhin një pjesë të trupit të tyre. Pasi secili/a ta ketë zgjedhur një pjesë, qëllimi është që ta shkruajë emrin e tij/saj në ajër, me atë pjesë të trupit.

Rreshti më i gjatë

Kjo lojë kërkon shumë hapësirë. Pjesëmarrësit duhet të ndahen në grupe prej 8-10 personash. Secili ekip duhet të ketë numrin e njëjtë të lojtarëve. Shpjegojuni se detyra është që pjesëmarrësit/et të krijojnë rreshtin më të gjatë me trupat e tyre, rrobat ose gjërat që kanë nëpër xhepa. Pjesëmarrësve/eve nuk u lejohej të marrin objekte nga jashtë. Jepni një sinjal për fillimin e lojës dhe caktoni një afat kohor, si për shembull 2-3 minuta, në varësi të madhësisë së grupit. Grupi që formon rreshtin më të gjatë, fiton.

Ngrihu në këmbë, ulu!

Përcaktoni nga një numër për secilin pjesëmarrës. Pas kësaj, tregoni një histori që ka shumë numra. Çdo herë që përmendni një numër, pjesëmarrësi/ja me atë numër duhet të ngrihet në këmbë.

O Kabita!

Kur udhëheqësi/ja thotë “Fillo”, secili pjesëmarrës/e duhet të thotë “O Kabita”, por në mënyra të ndryshme – të lumtura, të pikëlluara, të inatosura....

Referencat/Burimet

- › Iniciativa e Burrave të Rinj – Rast studimi: Përfshirja e Burrave të Rinj në Ballkanin Perëndimor, në promovimin e barazisë gjinore dhe parandalimin e dhunës, CARE, 2012
 - › www.youngmeninitiative.net
 - › Manuali për zbatimin e fushatave rinore: Promovimi i barazisë gjinore dhe i stileve të shëndetshme të jetesës, SMART Kolektiv dhe CARE, 2017
 - › Përmbledhja e termave të rëndësishme:
1. Të gjithë termat janë marrë nga Përmbledhja e Aleancës Men Engage, përveç rasteve kur përmendet burim tjetër http://menengage.org/wp-content/uploads/2014/12/MenEngage-Accountability-Toolkit-Nov.-5_draf.pdf / <https://trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary/view.php>
 2. Adler, N.E., Marmot, M., McEwen, B.S., Stewart, J., editors, (1999). Socioeconomic status and health in industrial nations: social, psychological, and biological pathways. (shq. Statusi socioekonomik dhe shëndeti në kombet industriale: rrugët sociale, psikologjike dhe biologjike) New York: New York Akademia e Shkencave
 3. Braveman, P., Egerter, S., & Williams, D. R. (2011). The social determinants of health: coming of age. Annual review of public health, (shq. Përcakëtuesit shoqëror të shëndetit: që vijnë me moshë. Rishikim i përvitshëm i shëndetit publik) 32, 381-398.
 4. Braveman, P. A., Egerter, S. A., Woolf, S. H., & Marks, J. S. (2011). When do we know enough to recommend action on the social determinants of health? (shq. Kur dijmë mjaftueshëm që të rekomandojmë aksion për përcakëtuesit shoqëror të shëndetit) American journal of preventive medicine, 40(1), S58-S66.
 5. Buchanan, D. A. (1997). Organizational behaviour: Integrated readings. (shq. Sjellja organizative: Lexime të integruara) Prentice Hall.
 6. CARE International, (2011). M Manual: training manual. (shq. Manuali M: Manual trajnues) Banja Luka, Bosnia and Herzegovina: CARE International.
 7. Crownover, J., Mehmedović, F., Petković, S. (2017). Program Y - Youth - Innovative Approaches in GBV Prevention and Healthy Lifestyle Promotion for Young Men and Women. Banja Luka, Bosnia and Herzegovina: The main office of CARE Deutschland-Luxemburg e.V. in BiH.
 8. DFID PPA Gender Learning Partnership, (2015). What works to achieve gender equality and women's and girls' empowerment?
 9. Dušanić, S. (2017). The final evaluation of the project Promoting

- Healthier Lifestyles among Youth in Bosnia and Herzegovina by Challenging Gender Stereotypes - Young Men Initiative (shq. Vlerësimi përfundimtar i projektit Promovimi i mënyrave më të shëndetshme të jetesës tek rinia nga Bosnja dhe Hercegovina përmes sfidimit të stereotipeve gjinore - Iniciativa e Burrave të Rinj) (YMI) project
10. European Centre for Disease Prevention and Control (ECDC). Health Communication Overview (shq. Pasqyrë e komunikimit shëndetësor) ECDC; 2005-2009 [28-10-2011]; E qasshme në: <http://ecdc.europa.eu/en/healthtopics/health_communication/basic_facts/Pages/overview.aspx>. Qasur më 8 qershor 2018.
 11. Fox, K. A., Sixsmith, J., Doyle, P., & Barry, M. M. (2014). A literature review on health communication campaign evaluation with regard to the prevention and control of communicable diseases in Europe. (shq. Një rishikim i literaturës rreth vlerësimit të kampanjës së komunikimit shëndetësor rreth parandalimit dhe kontrollimit të sëmundjeve të komunikueshme në Evropë)
 12. Gailius, Ž., Malinauskas, A., Petkauskas, D., & Ragauskas, L. (2013). Darbo su jaunimo grupėmis vadovas. Neformaliojo ugdymo praktika Lietuvoje.
 13. Interagency Gender Networking Group (2018) <<https://www.igwg.org/>>. Qasur më 8 qershor 2018.
 14. Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (2015). The wisdom of teams: Creating the high-performance organization. (shq. Urtësia e ekipeve: Krijimi i organizatave me funksion të lartë) Harvard Business Review Press.
 15. McGinnis, J. M., & Foege, W. H. (1993). Actual causes of death in the United States (shq. Raste të vërteta të vdekjes në ShBA. Jama, 270(18), 2207-2212.
 16. Schement, J. R. (2002). Encyclopaedia of Communication and Information: Por-Zoo. (shq. Enciklopedia e komunikimit dhe informimit) Index (Vol. 3). MacMillan Reference Library.
 17. Schneider, M., DeBar, L., Calingo, A., Hall, W., Hindes, K., Sleight, A., ... & Steckler, A. (2013). The effect of a communications campaign on middle school students' nutrition and physical activity: results of the HEALTHY study. (shq. Efekti i kampanjave të komunikimit tek ushqyerja dhe Aktiviteti fizik i nxënësve të shkollave të mesme: rezultate të studimit Healthy) Journal of health communication, 18(6), 649-667.
 18. "Sexism". New Oxford American Dictionary (3rd ed.). (2010). Oxford University Press.
 19. Stewart, J., & Adler, N. E. (2010). Biology of disadvantage. (shq. Biologjia e disavantazhit) Publikuar prej Blackwell Pub. në emër të Akademisë së Shkencave të New York.
 20. [1] Sipas Rezolutës 1244 të Kombeve të Bashkuara
 21. [2] <https://promundoglobal.org/>

