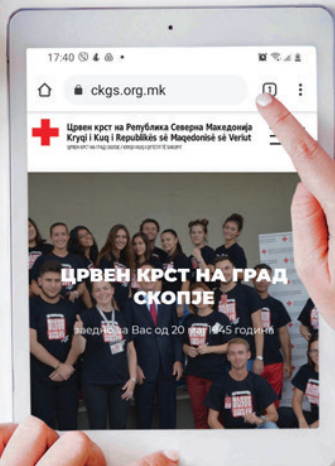




Црвен крст на Република Северна Македонија
Kryqi i Kuq i Republikës së Maqedonisë së Veriut
ЦРВЕН КРСТ НА ГРАД СКОПЈЕ / КRYQI I KUQ I QYTETIT TË SHKUPIT

ВОДИЧ ЗА КОРИСТЕЊЕ НА СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ

(ЗА ВОЛОНТЕРИ И ПРОФЕСИОНАЛЦИ
КОИ РАБОТАТ СО ВОЛОНТЕРИ ВО
ЦРВЕН КРСТ НА ГРАД СКОПЈЕ)



2021



© Д. Ристовски

Водичот има за цел да им даде насоки на професионалците кои работат со волонтери, но и на волонтерите, како треба да се однесуваат на социјалните медиуми додека се агажирани или пак волонтираат во Црвен крст, односно додека го носат амблемот на Црвен крст.

Истиот е поделен на неколку дела. Во првиот дел, по воведот, опишани се мисијата, визијата и полињата на дејствување на Црвениот крст. Вториот дел дава опис на социјалните медиуми, позитивните и негативните аспекти во однос на нивното користење. Третиот дел го опфаќа делот со волонтерската работа и ги опишува 12-те правила за креирање на подобра имиџ на Црвен крст, кој зависи од секој еден волонтер или член. Дадени се и препораки за фотографирање како и препораки за однесување на социјалните медиуми.

Се надеваме дека водичот ќе ви биде од корист, дека истиот ќе го споделите со членовите од тимот и дека препораките и насоките ќе бидат почитувани од ваша страна. На тој начин сите заедно ќе успееме уште подобро да го изградиме имиџот на нашето Национално друштво, дека ќе привлечеме поголем број волонтери во редовите на организацијата, дека ќе постигнеме повеќе и дека ќе стигнеме секаде каде што сме потребни.

Црвен крст на ѕрад Скопје



Вовед

Црвениот крст на Република Северна Македонија зад себе има долгогодишна традиција од 76 години постоење и дејствување, остварувајќи ја притоа хуманата мисија за подобрување на животот на најранливите лица на домашен и меѓународен план. Црвениот крст на Република Северна Македонија е единствена организација на територијата на Република Северна Македонија, која ја сочинуваат организациите на Црвениот крст на општините и градот Скопје. Црвениот крст на РСМ не претставува здружение на граѓани, но е доброволна, масовна, самостојна, невладина, непартиска и независна хуманитарна организација на граѓаните на Република Северна Македонија. Положбата и задачите на Црвениот крст, употребата и заштитата на амблемот и името на Црвениот крст, како и начинот на финансирање на задачите на Црвениот крст се уредени во посебен закон *Закон за Црвениот крст на Република Северна Македонија* (Сл. Весник бр.41/94). Со Статутот на Црвениот крст на РСМ поблиску се уредени поставеноста и структурата на организацијата, како и основните цели и задачи и истиот е во согласност со Статутот на Меѓународната федерација на Црвен крст и Црвена полумесечина.

МИСИЈА - Црвениот крст на РСМ е хуманитарна, волонтерска организација која делува согласно со основните принципи на Меѓународното Движење на Црвениот крст и Црвената полумесечина, работејќи на планот на обезбедување на



📷 Д.Рисџовски

помош и услуги за ранливото население и промовирање на меѓународното хуманитарно право и хуманите вредности.

ВИЗИЈА – Работењето е втемелено врз универзалните принципи и има моќ да го унапреди светот во кој живееме преку промовирање мир и толеранција, ефикасна превенција, навремен одговор и соодветна поддршка за ранливото население.

Црвениот крст на РСМ е формиран на 17 март 1945 година. На 01.11.1995 год. е признат како Национално друштво на Црвен крст, од страна на Меѓународниот комитет на Црвениот крст, а на 27 ноември 1995 година станува полноправен член на Меѓународната федерација на националните друштва на Црвениот крст и Црвената полумесечина, како 169 членка на Меѓународното движење. Како битни услови за признавање на националното друштво Црвен крст на Република Македонија се:

1. Прифаќање на Женевските конвенции од 12 август 1949 и Дополнителните протоколи од 1977 година. Владата на Република Македонија на 25 август 1993 година ги ратификува наведените документи;
2. Собранието на Република Македонија на 26 јули 1994 година го донесе Законот за Црвениот крст на Република Македонија.

СТРУКТУРА И ОРГАНИЗАЦИОНА ПОСТАВЕНОСТ

На ниво на организациона поставеност, функционираат 33 Општински организации на Црвен крст и Црвен крст на град Скопје. Националното друштво прерасна во современа, ефикасна, но и автономна организација, рамноправен партнер со сите национални друштва во Меѓународната Федерација на Црвениот крст и Црвената полумесечина. Во рамки на организацијата се организираат голем број активности од социјалната сфера, прва помош, здравствени едукации и превентива (превенција на болести на срцево крвните садови, превенција на ракот, превенција на туберкулозата, превенција на зависностите), психолошка поддршка, грижа за бегалците и раселените лица, унапредување на крводарителството преку доброволност, анонимност и бесплатност, програма за подготвеност во услови на катастрофи и обуки за заштита, а посебно внимание се посветува за современа дисеминација и ширење на Меѓународното хуманитарно право, Промоција на хумани вредности и активностите на младите на Црвениот крст.



ПОЛИЊА НА ДЕЈСТВУВАЊЕ /ПРОГРАМИ ВО ЦРВЕН КРСТ НА РСМ

ОРГАНИЗАЦИЈА И РАЗВОЈ - Континуираната надградба е основа за добро, функционално раководење и управување и организациско реструктурирање за надградба на кадровските и материјалните капацитети на Црвениот крст на РСМ. Нашите развојни активности се со цел да овозможат заедниците да бидат побезбедни, поздрави и поинклузивни.

- 1. МЕНАЏМЕНТ НА ВОЛОНТЕРИ И ВРАБОТЕНИ**- Мобилизирањето на волонтери од локалните заедници за задоволување на локалните потреби е една од приоритетните задачи и цели на Црвениот крст. Волонтерската работа претставува основа за надградба на заедниците. ЦКРСМ континуирано вложува во соодветна обука на волонтерите, надзор и редовна евалуација како и оддавање на признание за остварениот придонес, осигурување, обезбедување на соодветна опрема и психо-социјална поддршка како и обезбедување на организациска поддршка
- 2. ДИСЕМИНАЦИЈА** - Во поширока смисла на зборот, дисеминација е ширење на знаењата за Меѓународното движење на Црвениот крст и Црвената полумесечина, улогата и мандатот на Меѓународниот комитет на Црвен крст, Меѓународна федерација на национални друштва на Црвен крст и Црвена полумесечина и активности на национални друштва, основните принципи на Движењето, Меѓународното хуманитарно право и хуманите вредности. Позначајни програмски активности: Промовирање на Меѓународното Движење на Црвен крст и Црвена полумесечина, основните принципи, МХП и хуманите вредности; Формиран е Национален Комитет за имплементација на МХП; Имплементација на програмата “Црвен крст во акција-Промоција на хумани вредности” (ПХВ); Одржување на дисеминациски сесии со различни целни групи;
- 3. СЛУЖБА ЗА БАРАЊЕ** - Службата за барање применува единствена методологија за работа, а основа и е поврзување на раздвоени семејства и размена на семеј-

ни пораки и молби за барање. Барањето на настраданиците и исчезнатите, прибирањето на информации за нив и помошта при спојувањето на раздвоените семејства е се долабоки хуманитарни активности токму на оваа служба.

4. ЗДРАВСТВЕНО-ПРЕВЕНТИВНА ДЕЈНОСТ - Здравствено превентивните активности што ги спроведува Црвениот крст на Република Северна Македонија се опсежни и опфаќаат различни целни групи како и општата популација. Намалувањето на ранливоста на населението на здравствено превентивен план е една од приоритетните задачите во работата. Позначајни програмски активности: Неделите на борба против срцево-садови заболувања, борба против туберкулоза, борба против шеќерната болест – дијабет, Недела на забоздравствена заштита; Активности за одржување на ниската преваленца на ХИВ во локалните заедници; Намалување на штети кај интравенозни корисници на дроги; Палијативна грижа и домашна нега; Едукација на населението од областите на превентивната здравствена заштита; Превенирање на можните здравствени последици од климатските промени и сл.

5. ПРВА ПОМОШ - Првата помош зазема важно место во севкупните активности на Црвениот крст. Континуирано се работи на планот на подготовка на програми по прва помош за разни групи на корисници, како и за едукација на населението што е законска и статутарна обврска на Црвениот крст на РСМ. Позначајни програмски активности: Намалување на ранливоста на населението преку квалитетна едукација за прва помош; Курсна настава за прва помош за кандидати за возачи на моторни возила; Курсна настава за прва помош за организации, институции и компании и специфични целни групи, организација и учество во симулациски вежби.

6. КРВОДАРИТЕЛСТВОТО - Крводарителството во нашата земја се темели на принципите на доброволност, анонимност, бесплатност и солидарност. Само ваквите принципи обезбедуваат посигурна крв и крвни продукти. Позначајни програмски активности: Организација на крводарителски акции; Промовирање на доброволното крводарување и подигање на свеста за потребите од да-

рување крв кај различни целни групи; Активности преку клубови на крводарители; Формирање на мрежа за крводарителство заради размена на искуства со крајна цел унапредување и развој на доброволното крводарување.

7. СОЦИЈАЛНО - ХУМАНИТАРНА ДЕЈНОСТ - Социјално-хуманитарната дејност опфаќа широк спектар на активности кои имаат за цел заштита на достоинството и подобрување на животот на ранливото население во заедниците. Позначајни програмски активности: Обезбедување поддршка и помош на социјално ранливи лица и групи, лица со посебни потреби, стари и изнемоштени лица, самохрани родители, баратели на азил, како и поддршка на социјално-воспитни и образовни институции; Психосоцијална поддршка и помош; Превенција против трговија со луѓе; Реализација на едукативни програми – верификувани од Центарот за образование на возрасни за стекнување на професионални вештини за лична асистенција на лица со попреченост, негувател/ка за помош и нега на стари лица и лица со попреченост, палијативен/а негувател/ка на изнемоштени лица, асистент за нега на лица со алцхајмерова болест; Сервиси за испорака на социјални услуги наменети за нега и помош на стари и изнемоштени лица, лица со попреченост.

8. ПОДГОТВЕНОСТ И ДЕЈСТВУВАЊЕ ПРИ КАТАСТРОФИ - Програмата за подготвеност и дејствување при катастрофи е една од клучните активности на Националното друштво за обезбедување навремена помош за ранливото население погодено од природни катастрофи и катастрофи предизвикани од човекот. Позначајни програмски активности: Обука на професионалниот и волонтерски кадар за одговор во случај на катастрофи; Подигање на јавната свест за самозаштита и заштита во случај на катастрофи; организирано собирање на помош во случај на катастрофи и дистрибуција; Безбедност на вода; Безбедност на планина.

9. ИНФОРМИРАЊЕ И КОМУНИКАЦИИ - Информирањето и комуникациите претставуваат клучен елемент за надградба на капацитетите за заеднички пристап во промовирањето на акциите и вредностите на Црвениот крст

на РСМ на конкурентен и професионален начин. Позначајни програмски активности: Соработка со средствата за јавно информирање; Споделување информации со нашите партнери, корисници, поддржувачи и јавноста. Издавачка дејност: електронски весник, публикации, брошури, постери и флаери.

10. МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА - Континуираната партнерска соработка на Црвениот крст на РСМ со компонентите на Движењето, меѓународни и национални организации и институции, со агенциите на Обединетите нации, Европската унија и други меѓународни организации и дипломатски претставништва, компании и други партнери во земјата и странство, претставува постојан предизвик во напорите за обезбедување програмска и проектна поддршка за помош на ранливите категории на население во Република Северна Македонија и пошироко.

11. МЛАДИ НА ЦРВЕН КРСТ - Младите на Црвениот крст на РСМ претставуваат движечка сила во реализацијата на активностите на организацијата. При задоволувањето на општествените потреби, младите истовремено имаат важна улога како волонтери, но и како значајна целна група која Црвениот крст ја третира во своите програмски активности. Работата на младите е насочена кон потребите на младите луѓе, преку пристапот врсник на врсник, неформално едуцирање со цел промоција и унапредување на здравјето, ублажување на социјалните проблеми, дејствување при итни состојби од хуманитарен аспект, зачувување на достоинствата и различностите, повикување на култура на дијалог за взаемно разбирање, толеранција и хуман однос без дискриминација.

12. МОБИЛИЗИРАЊЕ НА ФОНДОВИ - ЦКРСМ работи на континуирано зајакнување и унапредување на правата и заштита на населението преку зголемување на фондовите преку проектно работење со цел да се воспостави успешен систем на сите нивоа на организацијата со цел обезбедување на донатори и спонзори, домашни и меѓународни организации преку ЕУ фондовите и можностите за нивно користење од претпристапната помош и останати ЕУ финансиски инструменти.

ПОЛИТИКА ЗА КОМУНИКАЦИИ И ОДНОСИ СО ЈАВНОСТ НА ЦРВЕН КРСТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Врз основа на член 26 од Статутот на Црвениот крст на Република Македонија, Извршниот одбор на Црвен крст на Република Македонија на својата седница одржана на 07. 10. 2013 година, донесе политика за комуникации и односи со јавноста на Црвен крст на РСМ.

Имиџот на Црвениот крст, во Република Северна Македонија и надвор од неа, го градат взаемно вработените и волонтерите на Црвениот крст, како нераскинлив дел на организацијата.

Комуникацијата произлегува од потребата да се смали независноста, да се дејствува ефективно, да се заштити или засили егото.

Постојаното меѓусебно комуницирање за активности и акции на Црвениот крст и информирање за истите во медиумите, интернетот и социјалните медиуми, изнесување на мислењето на граѓаните и соработката со владини и невладини организации, институции и корпоративниот сектор, ја отсликува организацијата во нејзиното делување.

Медиумите играат клучна улога во презентирањето на одредени настани и факти и затоа соработката со нив е исклучително важна.

За жал, во медиумите можат да се објават нецелосни и неточни информации (негативен или неточен публицитет) кои бараат исправка или корекција, а може да прострујат и лажни информации со кои се повредува угледот на Црвен крст или угледот на член кој припаѓа на раководна структура.

ЦЕЛ на политика за комуникација:

Главната цел на политиката за комуникации и односи со јавност е континуирано зајакнување на имиџот и транспарентноста во тековното работење на Црвениот крст на Република Северна Македонија.

Општо за информирање:

Основна цел на односите со јавноста е секогаш и секаде да се информира, да се комуницира и да се унапредува транспарентноста, без разлика дали станува збор за институција, организација или приватна компанија. Социјалните медиуми во голема мера го променија начинот на кој работат односите со јавноста, како се тие организирани и како комуницираат со јавноста. Она што до пред дваесетина години беше еднонаочна комуникација, чија ефикасност и ефективност се утврдуваше единствено преку мерењето на јавното мислење на одредени интервали, денес прерасна во нешто сосема поинакво, бидејќи односите со јавноста, преку овој пакет наречен социјални медиуми, денес не практикуваат еднострано пренесување на информации до јавноста. Денес постои дигитален разговор, дијалог, односно двонаочна комуникација. Социјалните медиуми истовремено се една исклучително „страшна“, но и моќна алатка која не смееме да си дозволиме да ја игнорираме. Истата треба да ја знаеме, да ја владееме за да работи во наш интерес.

Зошто социјалните медиуми се важни за односите со јавноста?

Ефективните односи со јавноста треба да имаат предвид два елементи: клучната порака и клучната публика. Единствено на тој начин институцијата или организацијата може да достигне целосна транспарентност и отвореност кон јавноста. Во тој контекст е и пренесувањето на генералната порака за активностите на институција, организација или приватна компанија.

Што се социјални медиуми?

Социјални медиуми се динамични онлајн медиуми кои го сменија нашиот начин на работа, но и нас самите. Социјалните медиуми нудат можност за побрзо пребарување на податоци, нивно собирање, истражување, споделување, но и полесна комуникација со корисниците.

Најпопуларни платформи на социјални медиуми се: Facebook, Youtube, Twitter, Instagram, Pinterest, Linkendln, Google+, Viber, Tik Tok... Тие секојдневно се менуваат, се надградуваат,

ги менуваат правилата за користење како и условите. Потребно е да се биде внимателен при користење на платформите. Дел од споделените информациите остануваат засекогаш запишани и не можат да се избришат или да се отстранат. Нештата кои ги поштираат се директна рефлексција на вашето размислување и на организацијата која вие ја претставувате. Тешко е да се направи радвојување или разлика помеѓу приватното и личното.

Тие се „заразни“. Сите ние, нашите профили на социјалните медиуми ги носиме со нас. Тие се дел од нашите „паметни телефони“, тие се првото нешто што го гледаме на нашите интернет прелистувачи. Истражувањата покажуваат дека луѓето сакаат да примаат информации од лица кои ги познаваат, со кои имаат воспоставено релации и ги доживуваат со поголема доверба. Токму од нив сакаат да добијат едукација, но и да споделат со нив позитивни или негативни искуства и доживувања.

Социјалните медиуми се базирани на поединецот. Има неколку разлики помеѓу т.н. „традиционални медиуми“ и социјалните медиуми. Можеби најважната разлика е фактот дека социјалните медиуми се базираат на поединецот, неговото размислување, неговиот интерес, неговите желби, неговите граници, неговите вредности и неговата етика. Во комуникацијата на социјалните медиуми не постои главен и одговорен уредник, не постои сопственичка структура која може да влијае на известувањето. Во однос на оваа карактеристика се појавува и терминот т.н. „citizen journalism“, односно граѓанско новинарство, кое е ослободено од сите препреки на традиционалното новинарство. Граѓанското новинарство не е обврзано ниту од основните правила на новинарството како што се проверка на факти од минимум три извори, кодекс на новинари, новинарска етика и сл. Тоа во исто време носи информации кои не се пласирани преку контролни механизми, но и информации за кои може да се утврди дека се целосна шпекулација и невестина.

Што другите сметаат дека се социјални медиуми?

Секој човек е засебна единка и секој различно перципира и размислува. За некого социјалните медиуми се можност да го искаже своето мислење, да сподели фотографија од



одмор или храна, да комуницира со семејството и пријателите, да игра игри, да ги сподели своите чувства односно да ја искажа среќата или тагата, да побара помош. За неког ова е можност да биде некој друг и да избега од реалност и да се прикаже себеси на еден поинаков начин. Некој преку социјалните медиуми води бизнис, односно нуди и продава одредени нешта.

За што и да се користат, како и да се перципираат, социјалните медиуми имаат големо влијание врз животот на луѓето. Според статистиката од SpecialBakers.com во РС Македонија има 930.340 корисници, 297.709 од нив се на возраст помеѓу 18 – 24 години, 57% од нив се машки, а пак 43% женски. Тоа значи дека 44.9% од популацијата во нашата земја се членови на Facebook најголемата социјална мрежа во светот, која има над 845 милиони корисници, а 46.5% од домаќинствата се со интернет пристап. Тоа значи дека речиси половина од населението во РСМ има направено профил на Facebook, а секако тука се и останатите социјални мрежи како Twitter, Instagram, Pinterest, YouTube и останатите.

Како и сè друго, така и социјалните медиуми имаат свои добри и лоши страни. Со оглед на тоа дека денес овој начин на комуникација и промоција е составен дел од животот на многумина, корисно е да се знае кои се придобивките, но и како тие може да ни наштетат.

Добри страни

Социјалните медиуми во моментов се главен двигател за промени, мегафон на народот и преку нив може да се слушне сечиј глас. Често се користат за повици преку кои се организираат протести за да се искаже незадоволство од нешто, се користат за повици да се помогне на лица во социјален ризик или лица на кои им е потребна итна медицинска поддршка. Со споделување на информацијата, која се шири многу брзо, таа стигнува и до стандарден медиуми, а понатаму и до носителите на власта кои понатаму наоѓаат решение за одреден проблем. На пример, тие често се користат и за повикување за донирање на крв и крвни продукти со споделување на локациите каде за тој ден има предвидено крводарителска акција, на што граѓаните позитивно реагираат.



Можност да се поврзете со луѓе ширум светот – Можеби и најголемата придобивка на социјалните медиуми е тоа што можете да стапите во контакт со речиси било кој, било каде.

Брза и лесна комуникација – Нема потреба да чекате многу за личноста од другата страна да ви одговори. Пораките, одговорите се добиваат за многу кратко време, бидејќи паметните телефони се секаде со нас. Може да се формираат и групи преку кои полесно се комуницира, но и координира било каква активност. Често пати во самите групи се бара и повратна информација, односно потврдување за учество со што се олеснува работата на локалниот координатор.

Информации за само неколку секунди – Социјалните медиуми нудат низа информации за случување во реално време. Еден клик е доволно да бидете во тек со настаните и информациите.

Можности за промоција на бизниси – Секој бизнис може многу лесно да се промовира.

Го покажувате вашиот бренд – Социјалните медиуми нудат уште еден маркетинг канал за зголемување на свеста за вашиот бренд, градење на врска со вашите корисници.



Ја зголемувате дигиталната видливост – Интерактивноста на социјалните медиуми ја зголемува вашата онлајн присутност меѓу корисниците кои може неограничено да ги споделуваат вашите содржини, понуди, производи и на тој начин да станат ваши бренд амбасадори.

Ги намалувате трошоците за маркетинг – Споредено со традиционалните канали како телевизија, печат и аутдор адвертајзинг, маркетингот на социјални медиуми е евтин и достапен за секој бизнис.

Интересен начин на забава и разонода – Социјалните медиуми се и начин да се забавувате, релаксирате, да го правите тоа што го сакате онлајн.

Ја подобрувате услугата – Социјалните медиуми се одличен извор на повратна информација (фидбек). Ако им овозможите на заинтересираните корисници да комуницираат со вашата организација и меѓусебно, тоа може да ја зголеми довербата во вашиот бренд. Вие може да се подобрите, а корисниците да бидат позадоволни.

Лоши страни

Има и такви корисници кои сето свое незадоволство го истураат на социјалните медиуми и мислат дека тоа е доволно за да кажат дека прават нешто и дека на тој начин помагаат во општеството. Бидејќи на социјалните медиуми секој може да го скрие идентитетот, има разни коментари со говор на омраза со кој се подгреваат тензиите и многу од информациите коишто се споделени може да бидат неточни, лошо сфатени и често пати така и се пренесуваат понатака.

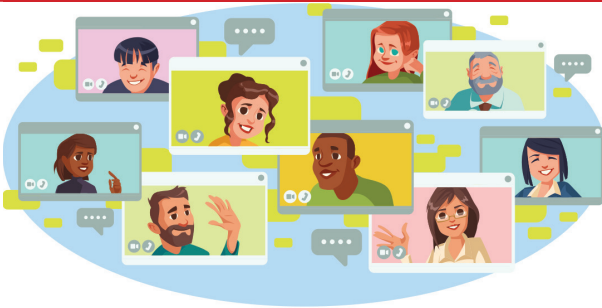
Премногу информации – Понекогаш и премногу информации на едно место можат повеќе да наштетат, отколку да бидат од корист. Се случува корисниците да не можат да ги одвојат лажните од вистинските вести и слично. Сето тоа знае да биде премногу збунувачки и исцрпувачки.

Проблеми со приватноста – Во последно време онлајн приватноста е сè поголем проблем. Крадењето на податоци е честа појава, особено ако корисниците јавно ги постираат насекаде. Бидете внимателни каде ги оставате вашите лични податоци.



Социјален притисок – Младите особено го чувствуваат притисокот заради објави на фотографии од други млади кои уживаат во луксузниот живот. Оттука се јавува социјален притисок којшто може да има низа негативни исходи.

Замена на комуникацијата во живо со онлајн разговори – Комуникацијата во живо денес е често заменета со дигиталната комуникација. Забораваме на личноста до нас и упорно се обидуваме да комуницираме онлајн на овој или оној начин.



Одвлекување на внимание и одложување – Социјалните медиуми умеат да ни го одвлечат вниманието и со тоа да ги пролонгираме обврските коишто треба да се завршат. Го губиме фокусот, времето и се оддалечуваме од нашите цели.



Недоволен сон и намалена активност – Заспивањето е неретко пропратено со разгледување по социјалните медиуми на битни и небитни работи, а тука во пакет доаѓа и намалената физичка активност што исто така лошо влијае на здравјето. Според Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања, младите во Македонија дневно поминуваат и до 6 часа на социјалните медиуми што секако влијае и на нарушување на сонот, придонесува за дефокусираност, за намалена социјализација и други нешта.

Лошите страни од користење на социјалните медиуми може да се ублажат, да се намалат и да се свртат во контекст на позитивните и потребните нешта. Доколку сте волонтер или станете волонтер, технологијата може да ја искористите за да ублажите страдања или комплетно да му помогнете на некого при тоа помагајќи си на самиот себеси.

Социјалните медиуми во контекст на волонтерството во Црвен крст

Волонтерството е доброволно давање на услуги инспирирано единствено од слободната волја, а не од желбата за материјална или финансиска добивка, кое има за цел намалување на ранливоста на населението, во согласност со принципите на Црвениот крст и Црвената полумесечина.

Црвениот крст на РСМ развива **форми и модалиџеџи за ѝривлекување и задржување на волонџери** за спроведување на секојдневните активности, промовирајќи ги основните принципи и хумани вредности на Движењето. Согласно со Правилникот за волонтерство на Меѓународната Федерација, секое Национално друштво на Црвен крст и Црвена полумесечина треба да тежнее да биде една од водечките организации во процесот на мобилизирање и менаџирање на волонтерите за обезбедување помош за ранливото население во неговата земја, а притоа следејќи ги и модерните текови и трендови.

Со сѝрајешкоџо ѝланирање, волонтерскиот развој секогаш треба да биде поврзан со програмскиот развој, со што се определува и одговорност на Националното друштво за развојот на волонтерските структури и системи кои ја рефлектираат секојдневната реалност.

Мобилизирањеџо на волонџери од локалните заедници за задоволување на локалните потреби е една од приоритетните задачи и цели на Црвениот крст на РСМ. Вклучувањето на корисници како волонтери, исто така претставува важен начин за намалување на ранливоста на волонтерите. При ваквите ангажмани, примарна цел на Националното друштво претставува вклучувањето на волонтерите, а не крајниот резултат од таа програма.

Менаџирањеџо на волонџери и на вработените лица претставува процес на планирање и одлучување, организирање, раководење и контролирање на човечките ресурси и финансиски менаџмент заради остварување на целите на организацијата на ефективен и ефикасен начин.

Во нашето Национално друштво има повеќе од 7 000 активни волонтери и 10 000 членови. Секој еден од нив е амбасадор на работата на Црвениот крст. Секој еден мора да биде запознаен со работата на Црвениот крст, за да може правилно и коректно да ја промовира организацијата во секојдневниот живот, а тоа подразбира и преку социјалните медиуми. Заради тоа, потребно е секој нов член или волонтер да ја помине дисеминациската сесија на која се добиваат основни информации за самата организација, но и за етичкиот кодекс на волонтерот, како и правилата за однесување на терен и за време на теренска активност.

Во прилог, постер развиен во соработка со младите од Црвен крст на град Скопје и 5-те ООЦК на територија на град Скопје:

12 | Правила за подобар имиџ на Црвен крст



Брендот на Црвениот крст го **градиме сите**



Биди **хуман**



Биди **одговорен**



Биди **позитивен** пример



Почитувај го **амблемот** на Црвен крст



Почитувај сообраќајни знаци



Биди на **време**



Сподели знаења



Грижи се за сите членови во тимот



Однесувај се **одговорно** на социјалните медиуми



“НЕ” за говорот на омраза и дискриминацијата



24/7 Црвен крст

- 1. Брендот го градиме сите** - Секој волонтер и секој член придонесува за позитивниот или негативниот имиџ на нашата организација. Без разлика во кој оддел членувате/волонтирате, мора да знаете дека секој еден влијае во градењето на големата слика која јавноста ја има за нас.
- 2. Биди хуман** - Тоа е основата на секој еден кој е дел од нашата организација.
- 3. Биди одговорен** - Доколку ти се делегира некоја задача, истата треба да биде завршена. Некој очекува резултати од твоја страна. А тие резултати исто така влијаат на имиџот кој го градиме сите, односно на големата слика.
- 4. Биди позитивен пример** - Секогаш труди се да бидеш најдобрата верзија од самиот себеси. Секогаш направи повеќе од тоа што се бара од тебе. Никогаш не знаеш кого твојата работа и твојот позитивен пристап може да го инспирира, мотивира и да го поттикне да се вклучи во организацијата.
- 5. Почитувај го амблемот на Црвениот крст** кој е заштитен со посебен закон. Ова значи дека не смеее те на ваша профилна слика да го ставите амблемот на Црвениот крст, бидејќи тој се користи само за официјална употреба. Неправилна употреба на амблемот може да ги натера луѓето да помислат дека вие сте официјално лице кое зборува во името на организацијата и дека ставовите кои вие ги пренесувате се официјални ставови на самата организација.
- 6. Почитувај сообраќајни знаци** - Лицето кое го носи амблемот пред сè мора да ги почитува законите во земјата, вклучувајќи ги и сообраќајните прописи. Волонтер со обележја на Црвен крст на себе не смее да преминува улица на места каде нема пешачки премин. Доколку волонтерот вози возило на Црвен крст, кое секогаш е брндирано, исто така мора да се почитуваат правилата. Истото значи дека секогаш мора да ги пропушти пешаците, не смее да врти на полна линија, да претркува или да не ги почитува правилата и пропишаната брзина за возење.

Особено е важно да се почитува амблемот, мора да бидете позитивен пример и никогаш да не се заборави дека имиџот заедно го градиме.

- 7. Биди на време** - никогаш не го оставајте тимот да ве чека. Секогаш бидете на време. Некој учи од вас.
- 8. Сподели знаења** - Ако знаеш нешто што другите не го знаат, ако си бил на семинар на кој си добил нови знаења, нови информации, сподели ги истите со тимот и со останатите волонтери.
- 9. Грижи се за сите членови во тимот** - Доколку завршила активност, распрашај се дали сите имаат превоз до својот дом, биди сигурен дека секој стасал, остани во контакт со сите и грижи се за својот тим и за останатите членови во тимот.
- 10. Однесувај се одговорно на социјалните медиуми** - Секогаш споделувај позитивни приказни, мотивирај, инспирирај, не провоцирај, не користи вулгарен речник, не коментирај политички одлуки.
- 11. НЕ ! за говорот на омразата** - Позитивните приказни треба да се промовираат, говорот на омразата треба да се стопира, да се негира, да се отфрли и да не биде во речникот на волонтерите на Црвениот крст.
- 12. 24/7 Црвен крст** - Кога еднаш ќе се стави слика со амблем на Црвен крст, треба да бидете свесни дека пријателите, зедницата ве перципира како припадник на организацијата на Црвениот крст. Сè што правите понатака на еден начин ги рефлектира ставовите на организацијата. Не може да се повлече линија и да кажете дека од понеделник до петок сте волонтер, а викенд одмарате или паузирате и тогаш смеете да упатувате пцости по социјалните медиуми, да ставате фотографии со алкохол, да користите говор на омраза. Првото правило е дека сите заеднички го градиме имиџот на организацијата, сè претставува еден голем круг, една голема машинерија во која секоја има свое место, своја позиција и доколку некаде се појави „дефект“, ќе се рефлектира на сите нас.



Д. Ристиќевски

1. Што е слобода на говор и јавно изразување?

Слободата на јавно изразување го штити вашето право да имате свој став и свое мислење за темите кои ве интересираат или за она што се случува околу вас или во светот. Со слободата на јавно изразување, вие добивате право да не се согласувате со нечие друго мислење, добивате право да истражувате и да ја добиете својата вистина, но и да изнесете критика, барање за промена и слично. Слободата на јавно изразување не е ограничена на ниедно поле – вашата слобода е во секоја општествена и научна сфера (политика, уметност, спорт, образование, наука, и сите други области на кои можете да помислите).

2. Како да се користи слободата на говор и јавно изразување?

Секогаш и секаде имате право на свој став, критика, или поставување на прашања за да добиете соодветни одговори.

Сепак, постојат одредени ситуации во кои мора да внимаваме на слободата на говор. На пример, имаме право да ги пра-



шаме професорите во училиште за дополнителни информации или објаснување доколку не се согласуваме со одредена теза. Но, не можеме за сè да имаме свое мислење. Таков е случајот со општо познати факти и веќе воспоставени законски правила. Па така, не можеме да речеме „мое мислење е дека Питагорината теорема е $x^2+2ab+b^2$ “, или „јас не ја плаќам казната за брзо возење, бидејќи, иако согласно закон максималната брзина во населено место е 50 км/ч, јас мислам дека е сосема во ред јас да возам 75 км/ч“.

3. Што е говор на омраза?

Говорот на омраза е навредлив, понижувачки говор или говор кој повикува на навреда, понижување, омраза па дури и насилство кон одредено лице или одредена група на лица, само заради тоа што поседуваат одредени карактеристики (различна раса, странско потекло, различна религија, различна националност, сексуална ориентација и родов идентитет и слично).

Говорот на омраза го има секаде. Може да биде устен, директно насочен од едно на друго лице, или искажан за време на јавни собири, спортски натпревари и слично. Може да се јави и во пишана форма – во разни медиуми. Секако, го има во многу големи размери на социјалните медиуми. Говорот на омраза не мора да е само пишан збор. Може да е користење на симболи со кои се поддржува одредено насилничко од-

несување (пр. симболот свастика), но и симболични елементи како палење на знамиња, религиозни симболи, испишување на негативни графити и слично.

Сиџе ние можеме да бидеме креативни и поддржувачи на говор на омраза, некогаш и без да забележине. Но исто така, можеме да бидеме и жртви на истиот. Тоа многу повеќе ќе го забележине, бидејќи ќе нè здоболи лично.

4. Зошто е штетен говорот на омраза?

Со користење или поддржување на говор на омраза, ние го повредуваме достоинството на лицето, односно групата на лица на кои истото се однесува. Говорот на омраза не застапува само на зборови, и доколку истиот е прифатен од други лица како поттик за насилство, може да заврши со физички напад врз лицето, односно групата на лица. Неретки се и случаите кога јавниот говор на омраза поттикнал голема низа луѓе да вршат психичко насилство врз жртвите преку праќање на заканувачки пораки, демнење, цртање на симболи, пишување на навредливи графити и слично.

Затоа е навистина битно да размислиме пред да напишеме нешто за некое лице или група на која тоа лице припаѓа, бидејќи дофатот на говорот на омраза многу често ги надминува границите на само една навреда.



5. Како да ја направам границата помеѓу слободата на говор и говорот на омраза?

Веќе рековме дека говорот на омраза го повредува достоинството на жртвата, па затоа е и многу тешко да дадеме точна дефиниција за тоа во кој момент слободата на говор преминува во говор на омраза. Меѓународното право многу зборува за оваа граница, меѓутоа, нема потреба да сме дипломирани правници за да знаеме кога да застанеме. Доволно е да сме луѓе.

Доколку навистина сакате да внимавате вашиот негативен став да не премине во говор на омраза, внимавајте на следниве елементи:

1. **Најочигледниот:** Никогаш немојте да се ставите во позиција да повикате на омраза, исклучување, насилство или смрт на одредено лице или група на лица.

И други:

2. **Никогаш не исмевајте пријател,** познаник, но и непознат човек или група на луѓе заради неговите лични карактеристики.
3. **Никогаш немојте да поддржувате** таков вид на исмевање, без оглед на тоа колку е можеби „смешна“ навредата.
4. **Никогаш не сѝоделувајте објави** кои исмеваат или на друг начин навредуваат или повредуваат лице или група на лица.
5. **Никогаш не ги прејраќајте разговори** или сликите кои вашите пријатели ви ги пратиле во доверба. Не знаете за која цел понатаму би биле искористени.
6. **Никогаш немојте да користиштите симболи** кои би можеле да навредат одредена категорија на луѓе (на пример свастиката, која претставува симбол на уништување на цели народи и маргинализирани групи во Втората светска војна).

Фотографирање

Фактите покажуваат дека од околу 7,3 милијарди луѓе на планетата, 3,17 милијарди во еден момент се на интернет, а 2,3 милијарди се присутни на социјалните медиуми. Тоа е вкупниот број на лица во глобални рамки кои ви се достапни и на кои можете да им ја пренесете пораката. Сепак, тоа не значи дека со еден клик вие и институцијата можете да имате пристап до оваа огромна публика. Тоа зависи од бројот на лица-та кои ве следат и нивната желба понатаму да ја пренесат информацијата која вие сте ја пласирале. Социјалните медиуми се единствените кои ви даваат потенцијален пристап до толкав број лица. Но, сепак можноста е тука. Истражувањата покажуваат дека многу повеќе корисници читаат кратки текстови и гледаат фотографии кои се постирани, отколку да се замараат со големи текстови.

Правилно фотографирање - Кога го носите амблемот на Црвениот крст, обидете се фотографијата да има некаква приказна, да има содржина и цел која сакате да ја пренесете на тие што ви се пријатели и тие што ве следаат.

- Не пушете и не конзумирајте алкохол додека го носите амблемот на Црвен крст! Можеби токму во тој момент некој ќе направи фотографија на која сте и вие и која понатака ќе биде споделувана. Секако ова не е во интерес на имиџот на организацијата.
- Да нема вулгарни коментари под фотографијата! Не пишувајте непристојни коментари. Сè што сте запишале останува како траен запис и кажува за вас и вашето однесување.
- За време на активноста секогаш бидете пристојно облечени! Истото подразбира униформа на Црвен крст, уредна, чиста и неискината облека, со пристоен накит (Умереноста е доблест). Практикувајте носење на чевли или патики на нозе, а не апостолки. Правилото не важи ако сте спасител на базен!
- Фотографијата е пожелно да промовира акција, да повикува на активизам, да промовира позитивни вредности кои недостасуваат во денешно време!

Пример за љавилно фототрафирање - постои акција, приказна, има чувства, се гледа амблемот на Црвениот крст и лицето на корисникот е затскриено.



Пример за љавилно фототрафирање - постои акција, приказна, има чувства, се гледа амблемот на Црвениот крст. Истата може да се споделува бидејќи поттикнува и инспирира нови крводаратели, но и волонтери.

Пример за нељавилно фототрафирање - одлична акција, прекрасна приказна, но амблемот на Црвениот крст никаде не се гледа. Оној што ја реализира ваквата прекрасна активност може да биде било кој и да не се знае од која организација е.



- Доколу се споделува видео од некоја активност, видеото нека биде кратко! Нека биде промотивно, позитивно и поттикнувачко.
- Истото не треба да биде навредливо и да не става нико-го во непријатна ситуација, ниту волонтерите, ниту пак корисниците.



Препораки за пишување и споделување на информации на социјалните мрежи:

- Текстовите кои ги пишувате нека бидат пократки, нека имаат цел и секогаш нека бидат проследени со фотографија која ги следи насоките за фотографирање!
- Внимавајте на јазичните норми и правописот. Текстовите не треба да содржат правописни грешки и грешки во терминологијата !
- Стилот на пишување треба да е едноставен и да побудува чувства!
- Кога користите статистички податоци, истите треба да се веродостојни и проверени!
- Ставовите кои ги изнесувате секогаш нека бидат во согласност со основните принципи на Црвениот крст!
- Доколку некој не сака да се фотографира и да биде на иста слика на која сте вие, почитувајте го правото на приватност! Ова се однесува и на волонтерите, но и на целните групи, корисници на вашите проекти или активности!
- “НЕ за говорот на омраза”! Промовирајте позитивни приказни, приказни од вашето секојдневие, приказни за солидарност, хуманост и поддршка.
- Не коментирајте политички одлуки! Тоа не е наша работа, држете се до тоа што ние го правиме и во што сме добри.
- “НЕ за вулгарниот речник!”. Секој може да го користи, но важно е да останете на ниво на Организацијата и заедно да ги подигаме нашите стандарди!
- Негативните коментари и критиките кои не содржат говор на омраза, навредливи зборови и вулгарности не треба да се бришат, бидејќи Црвениот крст е отворен за сугестии. Пожелно е да се одговори на истите и негативниот контекст да се претвори во позитивен.
- Секогаш по вашите постови ставајте хаштагови како **#RedCross #RedCrossInAction #Humanity #Solidarity** Поврзувајте се локално, но и национално.
- Објавите може да вклучат умерена употреба на емотикони (emojis) 😊 🙄 👍 ❤️ 😡 🙄 😞 😊

- Секогаш поддржувајте ги волонтерите и професионалците со допаѓање (лајкување) на нивните објави во кои се промовира организација или некој конкретен настан. Исто така споделувајте ги објавите кои се направени на постоечките официјални канали на Црвениот крст. На тој начин повеќе луѓе ќе дознаат, информацијата ќе се сподели, ќе привлечеме нови волонтери и донаторите ќе бидат среќни и задоволни.
- Слободно пофалете се со добро завршена работа! Пофалете го и тимот! Ставете и заедничка фотографија. На тој начин уважувате и инспирирате.



📷 Д.Ришовски

Информацијата е кратка, јасна, поттикнувачка, мотивирачка, но и уважува. Фотографијата исто така е правилно направена. Може и да се означи волонтерот, со што уште повеќе се уважува и се истакнува неговото волонтирање. Може и под самата фотографија да се стави знак и да се напише кој ја направил фотографијата.

Официјални канали

Црвен крст на Република Северна Македонија има свои официјални страници/профили на социјалните медиуми кои ги користи:

 CrvenKrstNaRepublikaSevernaMakedonija

 macedonian_rc

 Macedonian Red Cross

И Црвен крст на град Скопје исто така има свои официјални страници/профили на социјалните медиуми кои ги користи за правилно и навремено информирање за работата:

 Црвен крст на град Скопје/City Red Cross of Skopje

 Црвен крст на град Скопје City Red Cross of Skopje

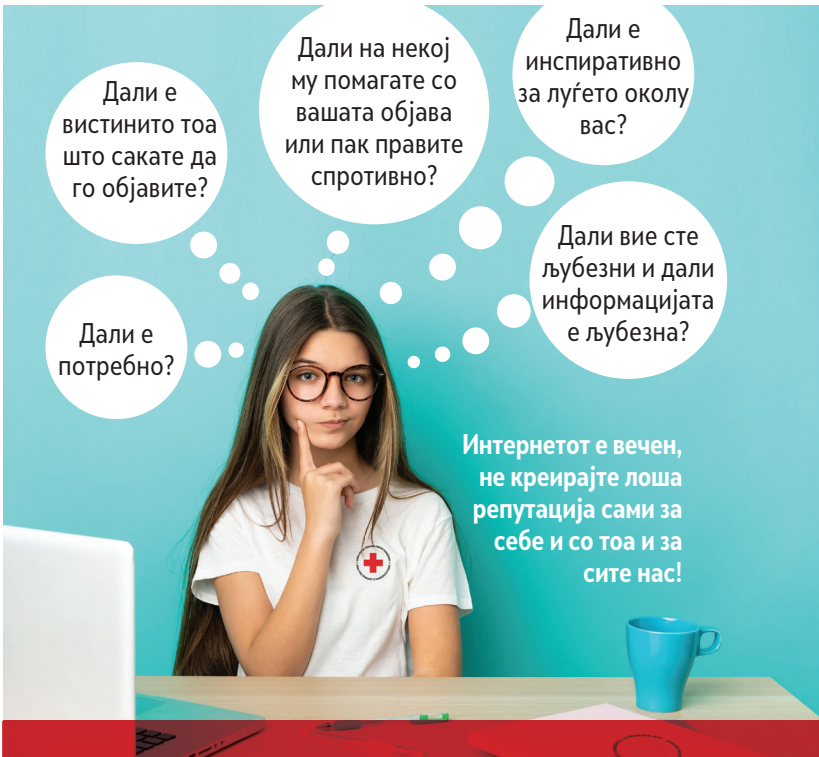
 @Skopje Red Cross

 City Red Cross of Skopje

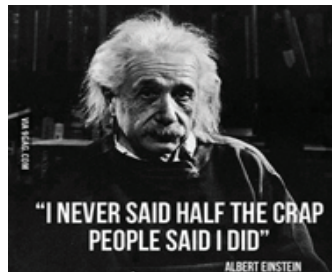
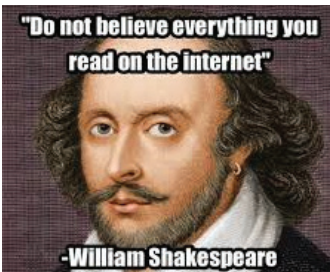
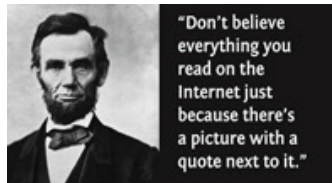
Дополнително, секоја ООЦК (вкупно 33) има свој профил преку кој ги пренесуваат информациите од терен на локално ниво. И покрај сите нив, секој еден волонтер има свој личен профил на кој може да ги промовира активностите на Црвениот крст. Се работи на една голема мрежа која сепак треба да има правила за тоа како секој еден поединец би требало да се однесува додека ги користи, особено како волонтер или член.

Ако по објавата која сте ја направиле ве контактира некој новинар или медиум кој би сакал да му дадете изјава за активност, секогаш поврзете го со официјални лица од вашата Општинска организација кои повеќе се упатени за сè или пак со лице одговорно за медиуми на Црвен крст на град Скопје или Црвен крст на РСМ. Секогаш може да се обратите на одговорното лице за медиуми во Црвен крст на град Скопје на мејл phv@redcross.org.mk или директно во канцеларијата на Црвен крст на град Скопје **02/3 139 578**.

Пред да објавите помислете:



И за крај:



Користена литература:

- Упатство за користење на социјални медиуми за волонтери и вработени на Црвен крст на Република Северна Македонија
- Политика за комуникации и односи со јавноста на Црвен крст на Република Северна Македонија
- Social Networking: A guide to Strengthening Civil Society Thought Social Media-
- Слобода на изразување и говор на омраза, ОБСЕ, 2013

За повеќе информации за слободата на говор и говорот на омраза, обрнете се кај дипл. правник Маја Атанасова на mail маја.atanasova@gmail.com

Прирачникот
го изработи: Александра Ристовски-ПХВ координатор,
одговорна за информирање и дисеминација
во Црвен крст на град Скопје

Јазично
уредување: Александра Валкановска,
стручен соработник во ЦК на град Скопје

Дизајн: Владимир Хаџи Пулевски

За издавачот: Црвен крст на град Скопје, 2021 година

Тираж: 150

***Печатењето на овој прирачник е овозможено преку
Фондот за развој на ЦКРСМ.***

1



Брендот на Црвениот крст го **градиме сите**

2



Биди **хуман**

3



Биди **одговорен**

4



Биди **позитивен** пример

5



Почитувај го **амблемот** на Црвен крст

6



Почитувај сообраќајни знаци

7



Биди на **време**

8



Сподели знаења

9



Грижи се за сите членови во тимот

10



Однесувај се **одговорно** на социјалните медиуми

11



“НЕ” за говорот на омраза и дискриминацијата

12



24/7 Црвен крст