

**Programul Operaţional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013**

Axa prioritară 1 „Educaţia şi formarea profesională în sprijinul creşterii economice şi dezvoltării societăţii bazate pe cunoaştere”

Domeniul major de intervenţie 1.2 „Calitate în învăţământul superior”

Cererea de propuneri de proiecte nr. 156 „Programe de studii mai bune pentru studenţi şi piaţa muncii”

**Titlul proiectului: „Educaţie universitară competitivă în domeniul managementului de program”**

**Cod proiect: POSDRU/156/1.2/G/140627**

**Beneficiar: Şcoala Naţională de Studii Politice şi Administrative**

# **Metode nonformale de educaţie**

# **Conf. univ. dr. Mihaela Cărăuşan**

# **1. Cafeneaua Publică**

Cafeneaua este o metodă de dialog activ, schimb de informaţii şi găsire de soluţii creative de acţiune. În general, cafeneaua publică se foloseşte atunci când vrei să supui unei dezbateri relaxate un anume subiect, permiţând totodată o interacţiune mare şi relaţii apropiate între participanţi. Este şi o metodă foarte bună de consultare şi participare la luarea deciziilor.

## Participanti

## Numărul celor invitaţi să dezbată poate să fie oricât de mare (au fost organizate cafenele cu participarea a 1000 de persoane), dar nu mai mic de 12.

La o cafenea publică pot participa atâtea persoane pe cât vă permite spaţiul. O listă bună de invitaţi presupune persoane care:

* cunosc subiectul dezbătut – teoretic sau practic;
* doresc să se implice pe viitor în soluţionarea problematicii respective;
* au experienţă pe tematica respectivă;
* pot să influenţeze.

La realizarea listei de invitaţi, folosiţi-vă imaginaţia şi „iesiţi din cutie”. Nu vă opriţi numai la primele persoane care vă vin în minte. Este important ca la o cafenea publică să participe persoane care pot să vină cu idei inovatoare, care să poată privi problema dintr-o multitudine de puncte de vedere. Cu cât experienţele participanţilor sunt mai variate, cu atât dialogul şi ideile generate pot fi mai valoroase.

**Mod de desfăşurare**

Aşa cum sugerează şi denumirea, dezbaterea se organizează într-un spaţiu cât mai asemănător unei cafenele, sau chiar într-o cafenea. Atmosfera relaxată a unei cafenele stimulează gândirea liberă şi creatoare, implicarea în dialog a tuturor participanţilor, chiar şi a celor mai timizi. Oportunitatea de a-i cunoaşte pe cei care au un cuvânt de spus pe un anumit subiect, posibilitatea de a interacţiona cu toţi aceştia şi generarea de idei noi sunt avantaje evidente ale folosirii acestei metode.

Participanţii la cafenea sunt aşezaţi la mese de câte 4-5 persoane, la fiecare masă dezbătându-se un aspect al problemei în discuţie. Subiectele de discuţie de la fiecare masă rămân aceleaşi pe toată durata desfăşurării dezbaterii.

La fiecare masă unul dintre participanţi este „gazda” mesei. Dupa o primă rundă de 20-30 de minute, participanţii se mută la alte mese, unde vor dezbate subiectele meselor respective, în timp ce gazdele rămân la mesele iniţiale pe toată durata cafenelei. Gazda introduce noii veniţi în conversaţie şi are grijă ca dialogul să se desfăşoare în mod logic şi constructiv. Numărul de runde depinde de mărimea grupului, dar astfel încât întregul proces să nu dureze mai mult de 3-4 ore. În final se poate organiza o sesiune de dezbatere cu întregul grup pentru a împărtăşi concluziile şi a ajunge la un plan de acţiune comun.

## Tematică

Evident, tema cafenelei reiese din scopul pentru care titularul disciplinei doreşte să organizeze dezbaterea. Scopul poate să fie: identificarea celor mai bune soluţii pentru organizarea unui program/proiect; stabilirea de direcţii de dezvoltare instituţională; identificarea celor mai bune soluţii pentru îmbunătăţirea capacităţii de accesare fonduri europene; identificarea de metode de optimizare a managementului programului etc. Important este ca tema cafenelei să fie foarte clară atât pentru organizatori, cât şi pentru participanţi. Teme bune pentru o cafenea publică pot să fie: un proiect; un plan de dezvoltare; sistemul de management etc.

Subiectele de conversaţie pentru fiecare masă sunt aspecte care se desprind din tema cafenelei. Subiectele pot să fie formulate şi sub formă de întrebări. Acestea trebuie să stimuleze creativitatea, să fie semnificative; să fie simple şi clare; să fie provocatoare; să invite la reflecţie.

## Organizare

Aşa cum am arătat, organizarea spaţiului trebuie să fie cât mai asemănătoare cu organizarea unei cafenele. Creaţi o ambianţă caldă şi primitoare, alegeţi un spaţiu cu lumină naturală, cu scaune confortabile. Puteţi chiar să puneţi muzică pe fundal. Pe fiecare masă puneţi hârtie de flipchart pentru ca gazda să poată nota ideile (nu recomandăm să luaţi notiţe pe un caiet pentru că se pierde atmosfera informală) sau se pot foflosi feţe de masă de hârtie pe care gazda (şi invitaţii) pot scrie cu markere. În acest caz, la prezentările finale este util să pregătiţi o sfoară şi cleşti ca să le puteţi prezenta.

**Descriere pas cu pas**

* **Deschiderea:**gazda cafenelei deschide evenimentul şi explică modul de desfăşurare a discuţiilor (mai ales pentru că cei mai mulţi studenţi nu sunt familiarizaţi cu metode de educaţie non-formală). Eventual, au loc şi scurte alte intervenţii (1-2, nu mai mult de 2-3 minute fiecare,  pentru a nu deveni o dezbatere). Aceste luări de cuvânt au rolul de a inspira discuţiile, aşadar ar trebui să ofere contextul cafenelei, ce se urmăreşte prin discuţii şi ce urmează să se întâmple cu rezultatele. Poate fi făcută o scurtă trecere în revistă a participanţilor.

Puteţi distribui o foaie care să explice cum au loc dezbaterile- fie ca agendă a evenimentului, fie ca explicaţie mai detaliată a cafenelei publice.

* **Derularea sesiunilor de dezbateri**– de obicei, 3 runde este numărul confortabil pentru participanţi.
* **Închiderea cafenelei. G**azda cafenelei invită gazdele meselor să prezinte rezumatul a ceea ce s-a discutat. Acesta este un moment foarte important pentru a unifica rezultatele disparate de la mese şi a crea o imagine de ansamblu. De aceea, este important ca gazda cafenelei nu doar să fie familiarizată cu subiectul dezbătut, dar să aibă capacitatea de sintetiza şi de a integra rezultatele de la mese pentru a pune în valoare ideile colectate. Tot gazda trebuie să arate ce urmează să se întâmple după cafenea cu aceste idei.

## Follow-up

Oricât ar fi de reuşită, o cafenea publică nu înseamnă mai nimic dacă nu rezultă în ceva. Acţiunile următoare cafenelei sunt generate de scopul pe care l-a avut organizarea dezbaterii. Dacă scopul a fost identificarea celor mai bune soluţii, atunci ideile exprimate ar trebui să ajungă pe masa factorului decident sau ar trebui transformate în proiecte concrete etc. Evident, participanţii vor trebui informaţi despre rezultatele cafenelei – le puteţi trimite la datele de contact notate la venire un rezumat al discuţiilor şi, ulterior, puteţi reveni cu informaţii privitoare la evoluţia demersurilor voastre.

# **2. Dezbaterea academică**

Pe scurt, o **dezbatere academică** (numită şi educaţională sau formală), presupune o temă de discuţie, două echipe,pro şi contra şi un arbitrucare decide care parte a fost mai convingătoare.

Cele două echipe, deși bine intenţionate, sunt în dezacord faţă de tema în discuţie. Prin urmare, ele trebuie să aducă argumente prin care să-și demonstreze punctul de vedere. Dar asta nu se întâmplă oricum, ci după anumite reguli, în funcţie de care se pot distinge mai multe formate de dezbatere.

Diferenţele principale între dezbaterile generale din societate și dezbaterile educaţionale sunt structura formală, restrangerea temei aflate în discuţie și caracterul de competiţie. În funcţie de structura formală, exista mai multe formate de dezbateri (Karl Popper, World Schools, British Parliamentary), în care variază numărul de membri dintr-o echipă, numărul de echipe, rolurile fiecărui vorbitor și modalitatea de interacţiune dintre participanţii la dezbatere.

Într-o dezbatere rolurile fiecărui participant, timpul alocat fiecărei secţiuni și regulile care se aplică sunt clar trasate. De asemenea, echipele au posibilitatea de a interacţiona prin schimburi de întrebări sau intervenţii punctuale, în funcţie de format. Abordarea de tip pro/contra dezvoltă participanţilor capacitatea de analiză a problemelor controversate şi ajută la obţinerea unor imagini nedistorsionate de prejudecăţi. În acest context, participanţii vor fi determinaţi să emită judecăţi asupra unei teme folosind criterii obiective și, totodată, să apere o poziţie folosind argumente susţinute de dovezi, nu doar de opinii.

Indiferent de format, ceea ce este important de subliniat este că tema dezbaterii reprezintă în primul rând un pretext pentru exersarea abilităţilor de comunicare în spaţiul public, de gândire critică și de argumentare logică, şi nu o încercare de a stabili valoarea de adevăr a uneia din cele doua poziţii expuse.

**Competenţele**pe care le dezvoltă activitatea de *debate*:

* Gândirea critică;
* Capacitatea de argumentare;
* Concizia și claritatea în exprimare;
* Rezonabilitatea în afirmarea unei opinii având o documentaţie prealabilă;
* Toleranţa faţă de opiniile adverse;
* Persuasiunea;
* Ascultarea activă;
* Stilul de prezentare într-o apariţie publică;
* Capacitatea de a lucra într-o echipă.

# **3. Open Space**

Metoda Open Space Technology (Tehnologia Spatiului Deschis) este folosită intr-o varietate de contexte: pentru organizarea conferintelor, seminariilor, trainingurilor de nivel avansat, intalnirilor intre specialisti, proceselor creative şi chiar a intalnirilor de planificare strategica sau a negocierilor internationale.

## Participanti

Nu exista un numar maxim de participanti, daca spatiul permite. Open Space se poate organiza cu grupuri de la 20 pana la mii de participanti.

## Tematică

Evenimentul de tip Open Space poate să nu aiba o tema, lasand participantii să propuna ei temele care ii intereseaza. De cele mai multe ori insa, participantii au un anumit profil, fac parte dintr-o anumita organizatie sau un tip de organizatii, şi tema evenimentului se cunoaste. Asadar discutiile se vor purta în jurul temei respective. De exemplu: avem o intalnire în care vrem să schitam idei de proiecte pentru anul urmator; sau ne intalnim cu stakeholderii pentru a discuta despre provocarile pieţei. Automat, temele propuse de participanti pentru discutiile în grupuri mici vor fi subscrise temei mari a intalnirii.

## Organizare

Pentru desfasurare este necesara o sala cu scaune asezate în cerc, în care se intalnesc participantii la inceput şi la intervale prestabilite de timp, intre sesiuni, şi mai multe spatii mici în care să se discute pe grupuri.

La inceput, facilitatorul prezinta modul de organizare şi principiile de baza, apoi incurajeaza participantii să propuna subiectele care ii intereseaza cel mai mult. Tot ce trebuie să tina minte participantii este ca pot propune subiecte de discutie de care sunt interesati sau pot participa la grupurile de discutie propuse de ceilalti.

După desfasurarea sesiunilor se revine în plen. în momentul în care participantii incep să propuna subiecte, facilitatorul va avea grija ca în tabelul de desfasurare să aloce fiecare subiect unei sesiuni orare şi să specifice locul în care se va discuta subiectul respectiv. în exemplul prezentat, dupa definitivarea propunerilor, participantii aleg subiectul la care vor participa de la 10.00 la 10.45, dupa care, la 10.45, se finalizeaza discutiile propuse pentru prima sesiune şi se incepe discutarea subiectelor propuse pentru a doua sesiune (in spatiile specifice stabilite la inceput).

Sfat: la inceput exista posibilitatea ca nimeni să nu propuna subiecte. Nu va speriati. Acordati-le 5-10 minute de gandire, puneti-le la dispozitile markere şi coli A4 pe care să scrie propunerile, şi veti vedea ca propunerile vor incepe să apara.

Un Open Space poate dura de la o jumatate de zi la cateva zile. Facilitatorul poate hotarâ daca la finalul sesiunilor se vor prezenta rezultatele în plen sau nu.

# **4. Storytelling**

Metoda Storytelling sau Arta povestirii este o metoda care are ca punct central povestea, un traseu narativ în care personajul central urmeaza un sir de etape prestabilite.  **Povestea** nu poate să existe insa, fara **povestitor** şi **public**. Dialogul dintre aceste trei elemente face ca aceasta metoda să poata fi folosita în scop formativ/educational.

Principiul de la care pornim este ca oricine poate spune o poveste. Exista povesti proprii,  exista cele consacrate, si, cu siguranta exista povesti nescrise ce pot fi create chiar în momentul utilizarii metodei. Ele implica emotii, valori, experiente individuale şi de grup, probleme si, cu siguranta, multiple solutii. Povestea nu este insa doar a povestitorului. Ea exista pentru a fi trasmisa, transformata, recreata.  Fiecare persoana implicata în proces parcurge, la fel ca şi eroul insusi, un traseu initiatic, unul de invatare.

**Organizare**

***Procesul implica 3 etape: pregatirea publicului pentru poveste*** (introducerea în tema), ***povestea în sine*** (incluzand elemente legate de voce, tonalitate, obiecte utilizate) şi ***iesirea din poveste***(creatie, reflectie, punere în scena). Este o metoda participativa ce implica publicul în toate cele trei etape.

Cu totii ascultam povesti în copilarie. Povestea construieste un mediu în care ascultatorii se simt în siguranta, pot reflecta asupra experientelor proprii şi initia dialog cu ei insisi sau cu ceilalti, fara ca acest lucru să presupuna de la inceput iesirea din zona de comfort. Totul se intampla treptat, implicarea depinde de deschiderea fiecarui participant. Metoda poate facilita accesul ascultatorilor inr-un spatiu necunoscut fie el fizic sau psihic. Poate relata povestea unei urbe, a unei institutii (scoala, muzeu, biblioteca etc). Traseul initiatic al eroului- poate avea rolul de a introduce ascultatorii intr-un context nou, implicandu-se intr-un proces transformativ şi empatic.

Motive pentru a alege să utilizam povestea în lucrul cu publicul tinta sunt nenumarate. Cei implicati în proces isi dezvolta  abilitati de ascultare activa şi capacitatea de concentrare, puterea de observatie, capacitatea de acceptare şi receptivitatea la situatii noi si, în acelasi timp, reflectarea asupra propriilor experiente şi rezolvarea de probleme.

## ****Pasul 1: Intrarea în poveste / Poarta****

Pentru ca Storytelling nu  presupune doar o experienta de grup ci şi una individuala, conform principiului AICI şi ACUM, este necesara crearea unui spatiu propice introspectiei, al deschiderii catre experienta proprie, dar şi un dialog deschis intre participanti. Un alt obiectiv al acestei etape este  familiarizarea publicului/participantilor cu elementele povestirii.

Aceasta se poate face prin: jocuri de grup, interviuri, utilizand mijloace vizuale şi media, metoda introspectiei (jurnal), exercitii de improvizatie etc.

Un exercitiu pe care il puteti face este să le cereti participantilor să se gandeasca la povestea lor preferata. în prima parte ei trebuie să se gandeasca la momentele principale ale povestii şi să le noteze pe o foaie de hartie sub forma de intrebari. (de exemplu: De ce a plecat fetita la bunicuta? Cu cine s-a intalnit în padure? Ce a gasit în casa bunicutei? etc) Dupa aceea, în perechi, vor face schimb de povesti, fiecare va citi intrebarile colegului şi va incerca să refaca povestea.

Acest exercitiu da sansa participantilor, nu doar de a intra pe taramul povestilor insotiti de personajele lor preferate, dar şi de a initia un dialog cu ceilalti, de a gasi similitudini sau diferente în ceea ce priveste perceptia povestilor.

## Pasul 2: Povestea

De la tehnica la entuziasm. Astfel s-ar intitula procesul efectiv de narare. Exista factori ce tin de arta povestirii şi care ajuta naratorul să comunice efectiv cu ascultatorii, să creeze magia realitatii pentru ca acestia să fie transpusi în planul povestii. Acestia tin de intonatie, volumul vocii, utilizarea pauzelor, a onomatopeelor şi a gesturilor, elemente care ajuta la transmiterea mesajului povestii narate. Ele pot fi invatate şi necesita exercitiu continuu.

Elementele externe auditive, vizuale şi tactile au, de asemenea, un rol major în transmiterea mesajului şi în crearea iluziei realitatii. Pot fi utilizate instrumente muzicale, inregistrari, imagini, chiar şi obiecte reale ce apar pe parcursul povestii. Ascultatorii ar putea gusta din marul primit de Alba ca Zapada, sau chiar simti greutatea cosului dus de Scufita Rosie bunicutei. în momentul în care calul lui Fat Frumos trebuie să treaca o apa, publicul poate fi şi el implicat în efectuarea saltului.

Contactul cu publicul tine nu doar de faptul ca povestea le este daruita. Atentia şi suspansul trebuie intretinute, la fel şi implicarea constanta a fiecarui participant în parte. E foarte important să urmarim gesturile, privirile celorlati. Ei pot fi chiar implicati în procesul nararii prin intrebari de genul: Ce credeti ca urmeaza? Ce ai face tu în locul printului?  Unde credeti ca greseste mama vitrega? Exista şi posibilitatea oferirii anumitor secvente  publicului pentru a putea fi dezvoltate/continuate de ei.

In cazul în care exista mai multi naratori iar spatiul permite acest lucru, exista posibilitatea realizarii unui traseu cu mai multe opriri, un fel de colina cu mai multe castele. în spatii special amenajate cate un narator povesteste o poveste unui grup restrans de persoane. Dupa aceea, grupurile se muta reusind astfel să treaca pe la toate castelele, ascultand astfel mai multe povesti. Un grup restrans de ascultatori va asigura un dialog mai centrat pe individ şi pe nevoile acestuia.

## Pasul 3: Iesirea din poveste

O data ce ascultatorii au primit povestea, aceasta devine a lor. Ea a trecut, la fel ca ei, printr-un proces transformativ, mesajul ajungand la fiecare participant în forma să initiala, dar o data trecut prin filtrul personal, individualizandu-se, capatand nuante proprii imaginatiei şi experientei receptorului. Un mic exercitiu în care intrebati publicul - ce culoare avea haina personajului principal, ce se auzea etc.? - va revela diversitatea şi unicitatea experimentarii procesului.

Iesirea din poveste presupune o miscare din planul povestii în planul perceptiei publicului.  Ea poate fi facut prin activitati ca desenul, teatrul de umbre, teatrul, scrierea creativa, chiar şi dezbaterea. Pornind de la caracteristicile personajelor şi de la valorile şi mesajul povestii se pot construi scenarii noi, în care participantii au atat rol de autor, cat şi de actor[[1]](#footnote-1).

1. Pentru elaborarea metodelor nonformale recomandate a fi utilizate în formarea studentilor au fost consultate urmatoarele pagini web: <http://www.nonformalii.ro/metode> si <https://www.salto-youth.net>. [↑](#footnote-ref-1)