

Данная программа разработана  
Союзом немецкой молодежи Казахстана  
при содействии АООНК «Возрождение»

## **ПРОГРАММА ДЕЙСТВИЙ**

Программа действий представляет собой анализ состояния и перспектив развития немецкой этнической молодежи в рамках деятельности СНМК, а также результаты обсуждения основных проблем и пути их решений участниками встречи в форме мозговой атаки «30» ноября 2013 – «01» декабря 2013 года, в г. Караганда. Программа действий представляет собой комплекс практических мер принятых совместно на обсуждении немецким молодежным сообществом. Данные меры стали логическим воплощением стратегии деятельности СНМК.

Программа представляет собой логическое продолжение уже существующих концептуальных документов, таких как:

- Концепцией государственной молодежной политики РК до 2020 года;
- Программой действий АООНК «Возрождение»;
- Концепцией перспективного развития СНМК до 2015 года.

Анализ современного состояния немецкой этнической группы в Республике Казахстан, позволил выделить три основные объективные проблемы:

- 1. Слабые групповые интересы;**
- 2. Ассимиляция;**
- 3. Слабый охват представителей целевой группы.**

При углубленном изучении состояния представителей целевой группы в деятельности Союза немецкой молодежи Казахстана были выявлены следующие субъективные проблемы:

- Слабая пропаганда деятельности КНМ;
- Вопросы привлечения и удержания молодежи в клубе;
- Отсутствие собственных помещений;
- Недостаток лидеров;
- Малая активность в клубах и разрозненность;
- Образование и трудоустройство;
- Количество членов СНМК (клубов);
- Отсутствие спонсоров;
- Недостаточность языковых знаний;
- Отсутствие активных партнеров за рубежом;
- Менталитет;
- Юридическое лицо СНМК;
- Потребительское отношение участников;

- Вопросы идентичности;
- Развития клубной деятельности в периферийной местности.

Успех любой группы людей в первую очередь зависит от их самоорганизации. Соответственно, будущее немецкого этнической молодежи зависит от активности самоорганизации, и ее состояния. Наличие сильной структуры самоорганизации обеспечит решение субъективных проблем.

Исходя из этого, участники мероприятия в форме «мозговой атаки» отметили, что особое внимание необходимо уделять развитию общественной самоорганизации – Союзу немецкой молодежи Казахстана. К участию в общественной самоорганизации необходимо привлекать все большее количество людей – этнической молодежи. Таким образом, проблема дальнейшего развития молодежной самоорганизации приоритетна.

Кроме того, существует проблема сохранения и дальнейшего развития немецкого языка, культуры и традиций немцев не только внутри этнической группы, но и для всего казахстанского общества.

Изучение немецкого языка в Казахстане было традиционным. Однако в настоящее время наблюдается снижение количества квалифицированных специалистов в сфере преподавания немецкого языка, что приводит к снижению популярности языка. Кроме того, сокращение специалистов негативно отражается и на популяризации этнокультурных традиций и истории. Также отмечается низкая мотивация молодежи в изучении этнокультурных компонентов. Слабая мотивация изучения языка у немцев Казахстана обусловлена недостаточной информированностью о перспективах его применения. Из этого следует, что существует проблема сохранения и развития этнической идентичности.

Из проведенного анализа состояния этнической молодежи немаловажной проблемой развития самоорганизации стал низкий охват представителей немецкого меньшинства. Кроме того, основываясь на результаты социологического исследования «Общественное самоуправление немецкой диаспоры Казахстана: состояние и тенденции развития» (г. Алматы, 2013 г.), результаты мониторинга деятельности региональных обществ и годовые аналитико-статистические отчеты можно выделить еще одну субъективную проблему – низкий охват периферийной местности. При этом, важно отметить, что реализация любых проектов Ассоциации общественных объединений немцев Казахстана «Возрождение» имеют большую результативность и интерес со стороны представителей целевой группы именно в сельской местности.

Результатом обсуждения всех названных проблем сообществом сделаны выводы о необходимости предпринять следующие шаги по решению вышеперечисленных проблем:

## **1. САМООРГАНИЗАЦИЯ (Стратегия деятельности СНМК)**

1. Для вовлечения широкого круга немецкой молодежи к общественной деятельности организовывать на регулярной основе собрания с представителями целевой группы по всем локальным территориям, где размещены структуры общественных организаций немцев, как минимум 1 раз в год. Кроме того, важна популяризация деятельности молодежных клубов в социальных сетях – ненавязчивая реклама;

2. В рамках проводимых мероприятий для широкого вовлечения к общественной деятельности представителей немецкого меньшинства, для эффективной деятельности структур самоорганизации организовать на региональном уровне аналогичные конференции в форме мозговой атаки;
3. Расширение «меню» деятельности клубов немецкой молодежи, через реализацию проекта «Совершенствования деятельности КНМ» и других проектов. Открывать при клубах новые секции по интересам, например: танцы, вокал, театр, музыкальное творчество, социальная работа, журналистика, психология, спорт, дискуссионный клуб, киноклуб и т.д.
4. Осуществлять проекты в зависимости от активности сообщества конкретного региона, отойти от устаревшей распределительной системы финансирования, вошедших в противоречие с современными целями и задачами структуры самоорганизации (пропорциональное распределение средств вне зависимости от активности населения);
5. Приступить к широкому информированию целевой группы через PR-акций о деятельности КНМ в регионах и СНМК в целом;
6. Создать банк данных трудоспособного населения (представителей немецкого этнической молодежи) и представить банк данных немецким компаниям. Продвигать на ранке труда представителей немецкой этнической группы через повсеместную организацию «Ярмарок вакансий» и пр.;
7. Уделить особое внимание подбору кандидатов на участие в проекте «Авангард». До сих пор представители региональных клубов практически не владеют информацией о реализуемой программе. Также важно сделать отбор кандидатур на участие более прозрачным и понятным для понимания;
8. На пути решения проблем широкого информирования немецкого населения, принять меры для распространения немецкой газеты «Немецкой общественной газеты» (Deutsche Allgemeine Zeitung), а также популяризировать Интернет-портал «Электронное самоуправление этнических немцев Казахстана»;
9. На основе стратегических планов деятельности молодежных объединений, функционирующих при Ассамблеи народа Казахстана, как на республиканском, так и на региональном уровнях, разработать собственные планы КНМ участия в реализации государственных программ, в контексте реализации государственной молодежной политики;
10. Более широкое информирование региональных КНМ об имеющихся зарубежных партнерах создаст условия для установления партнерских контактов на региональном уровне, а также будет содействовать. Важно продолжить процесс поиска потенциальных партнеров;
11. Перенести акцент работы с молодежью в Интернет. Необходимо создать оптимальное количество групп, форумов и сообществ, которые бы содействовали он-лайн общению, обсуждению важных вопросов и т.д.

## **2. ИДЕНТИЧНОСТЬ**

В рамках работы группы «Разработка идей и проектов, направленных на актуализацию и усиление этнической идентичности» были предложены некоторые шаги и идеи, реализация которых позволит актуализировать этническую идентичность у представителей молодого поколения.

Как почувствовать себя принадлежащим к немецкому этносу?

### **Культура**

1. Семинары по этнической идентичности. *Скорее всего, это лежит в основе, так как мало кто понимает совершенно ясно, в чем заключается этническая идентичность;*
2. Проведение кружка для всех желающих (например, 1 раз в месяц) по кухне этнических немцев с фоторецептами на немецком языке с русским переводом, которые можно было бы публиковать в DAZ;
3. Межрегиональный концерт (например, современное творчество на немецком языке и/или в исполнении молодежи из числа этнических немцев, современные немецкие танцы) в сотрудничестве с другими национальными обществами. *Сделать регулярным концерты, именно для молодежи. А кто не сможет приехать, мог бы записывать ролики выступления дома и передавать запись на концерт;*
4. Ролик о деятельности клуба (распространение в социальных сетях) для использования в качестве PR-акции во время проведения различных мероприятий в регионах. *Чтобы каждый клуб создал интересный ролик о своей работе, чем занимается, к чему стремятся;*
5. Информационные блоки по культуре и традициям, возможно, практическая часть (например, театральные постановки, каждое первое воскресенье месяца). Вероятно, привлечение к этой работе краеведов, историков, преподавателей вузов с истфаков. *Многие из молодежи не знают в полном объеме о традициях и культуре того этноса, к которому принадлежат, было бы замечательно, если бы каждый клуб имел возможность просвещения в этом вопросе;*
6. Постановка флэш-мобов, народных сказок и народных игр.

### **История**

1. Экскурсия в музей и/или уход за памятниками. *Сделать на подобии «Ночь в музее», чтобы заинтересовать молодежь в истории, а, может быть, организовать работу молодежи, которая будет сама создавать музей, и следить за ним. Так же создать группы по уходу за памятниками, вроде тимуровских отрядов. Вероятно, привлечение к этой работе краеведов, историков, преподавателей вузов с истфаков;*
2. Один день из жизни этнических немцев сегодня и/или создание видеотеки о семьях региона. *Видеоролик или рассказ о том, как жилось русским немцам после войны, в период перестройки, и в настоящее время. Думаем, найдется много интересных историй;*
3. Телемост с семьями и этническими немцами-студентами из Германии. *Организовать регулярный телемост, где совместно с молодежью из Германии будут обсуждаться темы, история, и всё это желательно в семейном кругу, например, наша группа в Казахстане сидит в аудитории и задает вопросы группе в Германии;*
4. Фестиваль немецкого кино. *Организовать, например, неделю или месяц в каждом городе немецкого кинематографа с субтитрами на немецком языке, или, наоборот, в клубах, и в ОО на немецком языке;*
5. Фотокалендарь. *Разработать календарь, где будут запечатлены все исторические места российских немцев в РК, и можно сделать один казахстанский и так же отдельно региональные.*

### **Язык**

1. Круглый стол (Rundtisch). Каждый месяц выбирается жизненная тема для молодежи, и обсуждаться она должна строго на немецком языке, участники могут

пользоваться словарями, задавать вопросы после, если не поймут какие-то слова. И уровень языка не имеет значения, все мы иногда оказываемся в такой ситуации, когда и на русском сложно выразить мысль, но данные собрания помогут адаптироваться к немецкой речи, побороть стеснения. Можно так же разбить и по уровням группы;

2. Rede mit uns! Встречи с интересными людьми из числа этнических немцев, проживающих в данном регионе;
3. Караоке. Сделать диск-караоке песен на немецком языке, которые могла бы исполнять молодежь и /или дети на различных своих мероприятиях, курсах, в кружках и т.д.;
4. Wortschatzintegration. Создать ряд тематических плакатов с рисунками, например, «Город», «Дом», с указанием слов немецкого происхождения, которыми мы пользуемся в русском языке, порой даже не имея представления об их этимологии, таких как: «Durchschlag», «Schlagbaum» и т.д.;
5. Языковые конкурсы для членов молодежных клубов по уровням.

### 3. РАБОТА В ПЕРИФЕРИЙНОЙ МЕСТНОСТИ

В рамках работы группы «Работа с сельской молодежью и с филиалами клубов» был дан анализ сегодняшней ситуации по вовлечению сельской молодежи в деятельность молодежной организации и предложены шаги, и активности по изменению данной ситуации. Работа происходила в трех подгруппах и позволила получить результаты по трем подтемам:

- 1) с чего начать?
- 2) что делать дальше?
- 3) как наладить внутренне взаимодействие?

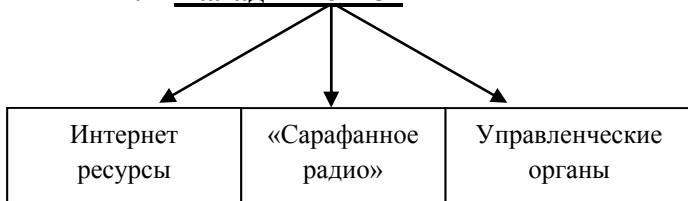
#### ШАГ № 1 «С чего начать?!»

(как создать молодежный клуб в филиалах вашей области)

##### 1. Мониторинг.

(Взять сводку численности немцев в поселковых местах, выбрать самый многочисленный район, где проживает целевая аудитория, то есть школьники, студенты)

##### 2. Наладить связь



Интернет ресурсы – по данному мониторингу найти людей в социальных сетях и по возможности сагитировать, либо узнать их пожелания, для предстоящей встречи.

Управленческие органы – это местные органы власти, которые помогут в организационных вопросах, т.е. найдут помещение и необходимую аппаратуру, а так же могут сориентировать на месте.

«Сарафанное радио» – так называемое, «знакомые знакомых», не всегда работает эффективно, но, тем не менее, является одним из способов.

##### 3. Мини-презентация

Выезд в выбранные места с мини-презентацией, основная цель данной презентации – информационная, нужно по максимуму рассказать о нас и нашей деятельности, попытаться

заинтересовать молодежь. Может быть в виде ознакомительной информации о немецком центре и молодежном движении, этническая идентичность, также можно привлечь учебные заведения и провести беседу профессионалов с учащимися, подготовить флаеры, видео и фото презентацию.

В ходе данной презентации, из пришедшей аудитории, необходимо выявить заинтересованных лиц (3-5 человек), тех, кто активно принимал участие. В дальнейшем они могут стать теми лицами, с которыми будет осуществляться основной контакт и кто впоследствии может стать лидером группы на месте.

#### **4. Организовать обратный визит в немецкий центр**

Цель визита – ознакомить приглашенных с процессом, который происходит в стенах молодежного клуба, немецкого центра и самоорганизации в целом. Пусть ребята посмотрят все выставки, работы наших участников, попридутствуют на уроках немецкого языка, на собрании молодежного клуба и других мероприятиях, происходящих в стенах немецкого центра, прочувствуют атмосферу нашего коллектива. Важно пригласить не на конкретное мероприятие, а показать повседневную жизнь немецкого общества

#### **5. «Подготовить почву» для сотрудничества**

Можно организовать тренинг по лидерству в КНМ. Если мы видим, что приглашенные ребята после прошедших мероприятий заинтересованы, продолжать с нами работу, попробовать поставить им небольшую задачу, собрать аудиторию для предстоящего выездного концерта в их город (поселок), если у них есть возможность, то даже организовать пару номеров.

#### **6. Проведение мероприятия в филиале**

Выездной большой концерт, любые творческие номера, начиная от стихотворений, выставками, заканчивая акробатическими номерами, танцевальными и вокальными номерами. Пусть наш концерт всем запомнится!

Если после первых наших шагов молодежный клуб полноценно сформировался, попросить их, чтобы через пару месяцев они приехали к нам в город уже со своим концертом, со своими достижениями.

### **ШАГ 2. «Что делать дальше?»**

#### **1. Определение цели**

Ответить на главные вопросы: ЗАЧЕМ МНЕ ЭТО НУЖНО? ЧТО МНЕ ЭТО ДАСТ? (Не забываем про вопрос национальной идентичности; вопросах, актуальных для молодежи; и того момента, что любой человек старается извлечь хотя бы минимальную пользу для себя из любой осуществляемой им деятельности). Молодые люди, организующие или вступающие в молодежный клуб, должны понимать для чего они это делают, и ради какой цели они будут осуществлять свою деятельность. Если нет цели, ради которой КНМ будет развиваться, то со временем существование клуба становится неинтересным для его участников. Цель должна определяться вместе, чтобы каждый чувствовал себя полноправным членом нового клуба.

*Цель - идеальный или реальный предмет сознательного или бессознательного стремления субъекта; конечный результат, на который преднамеренно направлен процесс; «доведение возможности до её полного завершения».*

#### **2. Создание плана развития филиала. Составление устава**

Чтобы достичь поставленных целей, необходимо определить шаги для ее достижения. Молодые люди должны вместе определить, каким образом развивать свой филиал, чтобы обеспечить долговременность его существования. Также деятельность филиального клуба должна регламентироваться определенным документом – сводом правил, которые будут регулировать отношения внутри клуба.

*Устав — свод правил, регулирующих организацию и порядок деятельности в какой-либо определённой сфере отношений или какого-либо государственного органа, предприятия, учреждения, общественной организации.*

### **3. Выявление лидера среди молодежи**

Никакая инициатива невозможна без движущей силы. В коллективной деятельности такой движущей силой является лидер, активный коммуникабельный человек, неравнодушный, к общему делу и общей судьбе, способный разумно организовать и распределить работу, вдохновить, вести за собой, развивать предлагаемые идеи в стратегию, брать на себя ответственность, принимать важные решения, предотвращать конфликтные ситуации, искать решения возникающих трудностей, находить контакты с партнерами.

*Лидер (от [англ.](#) leader — ведущий, первый, идущий впереди) — лицо в какой-либо [группе \(организации\)](#), пользующееся большим, признанным [авторитетом](#), обладающее влиянием, которое проявляется как [управляющие](#) действия. Член группы, за которым она признает право принимать ответственные решения в значимых для неё ситуациях, то есть наиболее авторитетная личность, играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.*

### **4. Распределение контингента клуба по интересам (кружки, секции, образовательные курсы, и т.д.). Общие мероприятия, проекты и досуг**

Всем известно, что при любом КНМ существуют различные кружки и секции, где молодые люди могут реализовать свой творческий, культурный, физический потенциал, заниматься тем, чем нравится. Это танцы, пение, спорт, театр, туризм и пр. Что касается сельской молодежи, актуальным, даже острым, является вопрос образованности. Есть предложение, в сельской местности создавать своеобразные образовательные курсы – например, занятия по иностранному языку, физике, математике – тем дисциплинам, которые необходимы местному населению, так как во многих поселениях замечается недостаток профессиональной довузовской подготовки.

Также необходимо, чтобы все участники клуба контактировали друг с другом – этому способствует реализация совместной цели, создание и осуществление разнообразных проектов, а также совместный досуг, проводимый вместе – например коллективное отмечание праздников (традиционных немецких и не только).

### **5. Разработка стратегии взаимодействия с центральным клубом: проекты, встречи и мониторинг**

Клуб-филиал имеет отношение к центральному клубу, поэтому важно, чтобы между этими двумя организациями происходило постоянное взаимодействие. Так филиал не будет чувствовать себя «покинутым», а также будет получать курирование со стороны центрального, уже устойчивого, клуба. С этой целью целесообразно проводить совместные мероприятия проекты, а также мониторинг с целью наблюдения динамики развития филиала. Целесообразно предложить областные съезды, круглые столы, конкурсы.

*Мониторинг — непрерывный процесс наблюдения и регистрации параметров объекта, в сравнении с заданными критериями.*

*Мониторинг — система сбора/регистрации, хранения и анализа небольшого количества ключевых (явных или косвенных) признаков/параметров описания данного объекта для вынесения суждения о поведении/состоянии данного объекта в целом. То есть для вынесения суждения об объекте в целом на основании анализа небольшого количества характеризующих его признаков.*

#### **6. Агитация клуба (привлечение молодежи, повышение информированности)**

Проведение мероприятий и акций, направленных на привлечение молодежи в клуб и на повышение информированности людей о деятельности и существовании клуба.

В ходе многих наблюдений и обсуждения было замечено, что одной из основных проблем в развитии деятельности КНМ является банальное незнание людей о клубе и его задачах. Чтобы улучшить ситуацию, можно проводить мероприятия и акции, адресованные широкой общественности – местным жителем, в частности школьникам (студентам) – так как они являются потенциальными будущими участниками клуба. Мероприятие должно проходить так, чтобы люди были не простыми наблюдателями, а непосредственными участниками процесса, так у них с большей вероятностью зародится интерес подробнее ознакомиться с деятельностью КНМ.

*Агита́ция (лат. *agitatio* — приведение в движение) — устная, печатная и наглядная деятельность, воздействующая на сознание и настроение людей с целью побудить их к действиям.*

#### **7. Освещение работы клуба в СМИ и интернете**

«Если дерево упало и об этом не написали, то дерево не упало». Каждый из нас каждый день сталкивается со средствами массовой информации – газеты, журналы, радио, телевидение. Освещение в СМИ – еще одна возможность заявить о себе для широкого круга лиц – здесь речь идет как о простых обывателях, так и о самих СМИ, творческой интеллигенции, членах АНК (если мы говорим о национальных СМИ), потенциальных партнерах (деловые СМИ).

Что касается интернета, то это действенный инструмент в работе с молодежью. Опыт КНМ по всему СНГ показывает, что при помощи Интернета и соц. сетей можно обмениваться с молодежью информацией, агитировать, рассказывать о предстоящих событиях и мероприятиях, а также демонстрировать уже проведенные проекты при помощи фото и видеороликов (обратить внимание, создать первичный интерес, побудить посетить клуб либо же прийти на мероприятие).

#### **8. Создать перспективы развития конкурентоспособной личности**

Для любого молодого человека важно чувствовать уверенность в собственном будущем, раскрыть свой потенциал, личностные качества, развивать себя, самоутвердиться. КНМ помогает подросткам и молодежи почувствовать себя уверенней, коммуникабельней, развить себя в творческом, социальном и общественном плане. Члены КНМ участвуют в различных республиканских и международных проектах, конкурсах, имеют шанс получить стажировку, практику, стипендию на обучение. Также развить профессиональные навыки, либо же попробовать себя в какой-либо работе (программы по волонтерству). Кроме всего прочего – участие в КНМ – это яркая насыщенная молодость, множество интересных разносторонне развитых друзей, простор для развития идей, личностного роста и самореализации.

### **ШАГ 3. Взаимодействие на уровне региона**

#### **1. Работа с существующими филиалами**



- Обязательные встречи не реже, чем раз в квартал, не обязательно постоянно в центральном клубе;
- Информировать о встрече через социальные сети (не единожды!);
- Договариваться о встрече хотя бы за 2-3 недели;
- Обязательное присутствие не только лидеров, а всей/большинства молодежи;
- Разработать программы встречи (со стороны приглашающего клуба);
- Совместные проекты/мероприятия, но не всегда все в одном месте, желательно в разных филиалах;
- Организовать тренинги по написанию и проведению проектов, помощь филиалам от центральных клубов, постоянное консультирование и информирование обо всем, что происходит, даже если это их напрямую не касается;
- Помощь в организации и реализации проектов и других инициатив;
- Общие сборы, совместный досуг;
- Назначение в центральном клубе ответственного человека, который будет отвечать за работу с филиалами и сельскими клубами, ответственных людей за рассылку информации;
- Проведение различных региональных конкурсов.

## **2. На уровне СНМК**

- В рамках республиканских проектов создать квоты для сельской молодежи, в том числе в программе «Авангард»;
- Организовать тематические конкурсы для филиалов и сельских клубов, также конкурсы проектов среди этих клубов;
- Руководство СНМК (Совет СНМК) готовит профессиональные презентации о работе СНМК и АООНК, желательно в видео-формате;
- Рекомендовать Совету СНМК выбрать ответственного секретаря за развитие направления «Работа с филиалами и сельской молодежью».