

PRIRUČNIK

ZA VOLONTERE CRVENOG KRSTA

MOTIVACIJA GRAĐANA
ZA DOBROVOLJNO
DAVANJE KRVI

IZDAVAČ:

Crveni krst Srbije, Beograd

Za izdavača: Vesna Milenović, generalni sekretar

AUTORI:

Josip Bošnjaković

Sofija Jovanović

Jelena Milić Šućur

Marija Čukić

Milan Lupšić

SAVETNICI:

Dr Milutin Mihajlović

Slavica Musić

LEKTOR:

Ljiljana Šobić

TEHNIČKI UREDNIK:

Srđan Đurđević

DIZAJN:

Dragana Radanović

ŠTAMPA:

Presscode d.o.o. Beograd

TIRAŽ:

600

Beograd, 2017.

Štampanje priručnika realizovano donacijom Crvenog krsta Austrije

PREDGOVOR

Prvo izdanje Priručnika za volontere organizacije Crvenog krsta iz 2014. godine namenjeno budućim mlađim promoterima dobrovoljnog davalštva krvi, nastalo je kao rezultat timskog rada saradnika pokrajinskog Zavoda za transfuziju krvi Vojvodine i Crvenog krsta Vojvodine, uz korišćenje znanja i iskustava onih koji se ovom oblašću bave duži niz godina.

Crveni krst Srbije je uvideo potencijal da se postojeći priručnik dopuni segmentom organizacije akcije u lokalnoj zajednici sa postojećim primerima dobre prakse, a Crveni krst Austrije je podržao tu ideju. Dopunjeno izdanje ovog priručnika omogućuje volonterima Crvenog krsta, iz cele zemlje, da promovišu davalštvo krvi u širem okruženju i učestvuju u svim tipovima akcija dobrovoljnog davanja krvi, prvenstveno u akcijama u lokalnoj zajednici.

Pred vama je drugo izdanje, nastalo kao rezultat potrebe da se standardizuje obuka volontera Crvenog krsta u davalštву krvi u celoj zemlji. Priručnik sadrži instrukcije mlađim volontерима (i ne samo njima) o tome šta je važno da volonter zna o davalštvu krvi, kako se planira jedna akcija dobrovoljnog davanja krvi, šta se očekuje da volonteri rade pre akcije, na akciji i nakon akcije; daju se instrukcije za konkretnе zadatke, postavlja se standard učinka i ponašanja i daju drugi praktični saveti koji u širem smislu doprinose promociji, regrutovanju i zadržavanju, ne samo davalaca krvi već i drugih volontera.

Drugo izdanje priručnika, kao i prethodno izdanje, ima funkciju podsetnika namenjenog svim mlađim saradicima organizacije Crvenog krsta, koji će po završenoj obuci uči i u škole i na fakultete promovišući davalštvo krvi, kao čin humanosti i odgovornosti od kojih, po Principima Crvenog krsta, polazimo u izgradnji društveno odgovornog pojedinca.

Crveni krst Srbije duguje zahvalnost kolegama i saradicima Crvenog krsta Vojvodine, tvorcima prvog izdanja, budući da su olakšali dalji rad i dopunu već kreiranog sadržaja.

Crveni krst Srbije

SADRŽAJ

ŠTA MORAŠ DA ZNAŠ

CRVENI KRST I DAVALAŠTVO KRVI	09
Misija međunarodnog pokreta Crvenog krsta i Crvenog polumeseca	09
Osnovni principi Međunarodnog pokreta Crvenog krsta i Crvenog polumeseca	09
Organizacija Crvenog krsta i davalashvo krv u Srbiji	10
Uloga organizacije Crvenog krsta u davalashtu krv	12
VAŽNE ČINJENICE O DOBROVOLJNOM DAVANJU KRVI (DDK)	13
ORGANIZACIJA AKCIJE DOBROVOLJNOG DAVANJA KRVI	17
1. Tipovi akcija	17
2. Planiranje akcije	18
3. Promocija akcije	20
4. Aktivnosti na akciji	43
5. Aktivnosti koje se realizuju nakon završetka akcije	48
Volontiranje u DDK	49
Odgovori na izgovore	52
Najčešća pitanja na akciji	60
11. maj – Nacionalni dan dobrovoljnijih davalaca krv	61
14. jun – Svetski dan davalaca krv	61
– Donatori i sponzori	62
– Komunikacija sa javnostima	62

ŠTA TREBA DA ZNAŠ

KOMUNIKACIJA	65
Najčešći oblici verbalne komunikacije među ljudima	65
Asertivna prava	66
Principi uspešne komunikacije	67
Jednostavnim koracima do uspešnih timova	68
Kako asertivno uputiti kritiku?	68
Komunikacija u vašoj organizaciji Crvenog krsta	69

PRUŽANJE INFORMACIJA	70
KODEKS ODEVANJA ZA VOLONTERE	71
Komunikacija davalštva van Crvenog krsta	72

ZA RADOZNALE

VRŠNJAČKA EDUKACIJA	77
Prezentacija	77
AKTIVNOSTI ODNOŠA SA JAVNOSTIMA PR I MARKETING	84
PROJEKTI	85
USPEŠNE PRIČE	89
Konkurs „Krv život znači”	90
SIM TIM	90
Klub 25	91

SVAŠTARA

ETIČKI KODEKS	95
KODEKS DOBROVOLJNOG DAVAOCA KRVI	97
KRITERIJUMI ZA PRIVREMENO ODBIJANJE DAVALACA	98
KRITERIJUMI ZA TRAJNO ODBIJANJE DAVALACA	103
KRV I KRVNI KOMPONENTI	105
PLANIRANJE I REALIZACIJA SASTANAKA SA VOLONTERIMA	107
LIČNE POTREBE DAVALACA	109
PRAKTIČNE POTREBE DAVALACA	111
KAKO PRAVILNO POPUNITI DOPISNICU	112
KORISNI LINKOVI	113
REFERENCE	114
LITERATURA	114

Legenda:



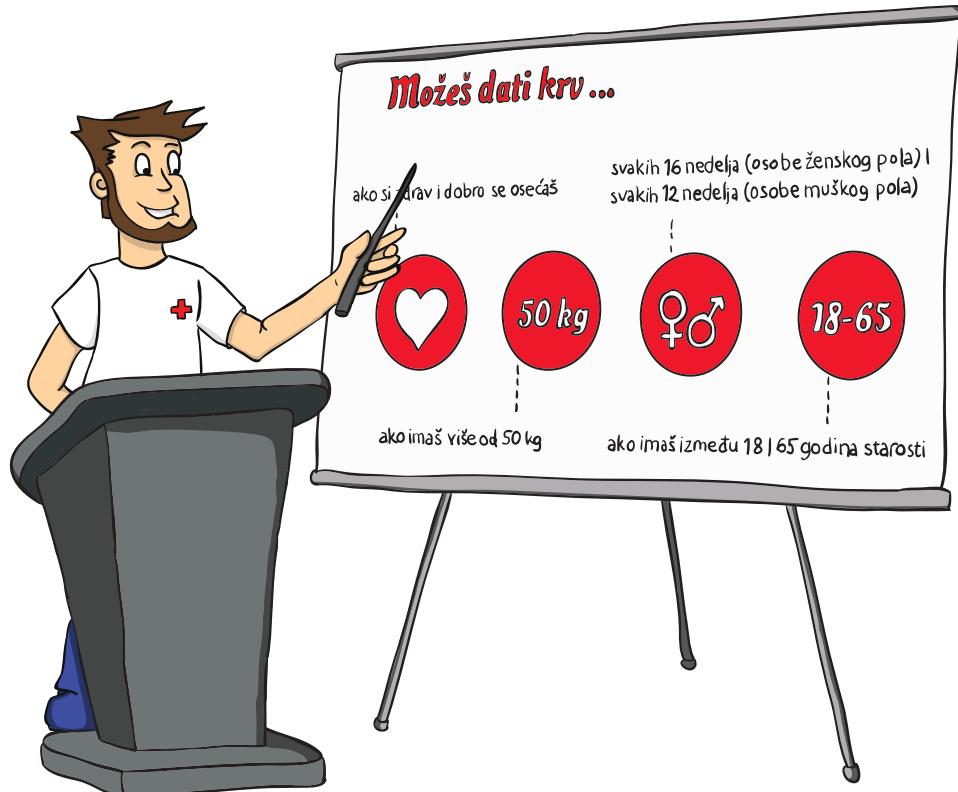
važna informacija



objašnjenje



praktičan savet



ŠTA MORAŠ
DA ZNAŠ

CRVENI KRST IDAVALAŠTVO KRVI

MISIJA MEĐUNARODNOG POKRETA CRVENOG KRSTA I CRVENOG POLUMESeca

Statutom Međunarodnog pokreta, usvojenog 1986. godine, Crveni krst je definisan kao svetska humanitarna organizacija, sa zadatkom da: „sprečava i ublažava ljudsku patnju, štiti život i zdravlje, osigurava poštovanje ljudskog bića u vreme oružanih sukoba i vanrednih situacija, preduzima mera za sprečavanje bolesti i unapređenje zdravlja i socijalnog blagostanja, podstiče dobrovoljnost i stalnu spremnost članova Pokreta da pruže pomoći i opšti osećaj solidarnosti prema svima kojima je potrebna njegova zaštita i pomoći.“



Misija govori o suštinskom cilju organizacije i odgovara na pitanje zašto uopšte postojimo.

OSNOVNI PRINCIPI MEĐUNARODNOG POKRETA CRVENOG KRSTA I CRVENOG POLUMESeca

HUMANOST

Međunarodni pokret Crvenog krsta i Crvenog polumeseca, rođen u želji da bez diskriminacije ukaže pomoći ranjenicima na bojnom polju, u svom međunarodnom i nacionalnom vidu nastoji da spreči i ublaži ljudske patnje u svim prilikama. Njegov cilj jeste da štiti život, zdravlje i da obezbedi poštovanje ljudske ličnosti. On unapređuje uzajamno razumevanje, prijateljstvo, saradnju i trajni mir među narodima.



Osnovni principi su naše osnovne vrednosti i razjašnjavaju u što verujemo i za šta se zalažemo.

NEPRISTRASNOST

Pokret ne pravi nikakvu razliku prema narodnosti, rasi, verskim ubeđenjima, klasi ili političkom mišljenju – on nastoji da ublaži stradanja pojedinaca, rukovođen samo njihovim potrebama, dajući prvenstvo najhitnjim slučajevima nesreća.

NEUTRALNOST

Da bi očuvao poverenje svih, Pokret se ne opredeljuje u neprijateljstvima i ne angažuje se, u bilo koje vreme, u raspravama političke, rasne, verske ili ideološke prirode.

NEZAVISNOST

Pokret je nezavisan. Nacionalna društva vrše funkciju pomoćnih organa humanitarnih službi svojih vlada i podvrgnuta su zakonima u svojim zemljama, ali moraju uvek da sačuvaju svoju autonomiju, koja će im omogućiti da u svako doba deluju u skladu sa Principima Pokreta.

DOBROVOLJNOST

To je dobrovoljni pokret za pomoć koji ne pokreće želja za sticanjem koristi.

JEDINSTVO

U jednoj zemlji može postojati samo jedno društvo Crvenog krsta ili Crvenog polumeseca. Ono mora biti dostupno svima i mora da sprovodi svoju humanitarnu delatnost na celoj teritoriji.

UNIVERZALNOST

Međunarodni pokret Crvenog krsta i Crvenog polumeseca, u kome sva društva imaju jednak status i dele jednakaka prava i dužnosti da se međusobno pomažu, jeste univerzalan.

ORGANIZACIJA CRVENOG KRSTA I DAVALAŠTVO KRVI U SRBIJI

S obzirom na misiju, mandat i principe organizacije Crvenog krsta, njenu rasprostranjenost i saradnju sa svim partnerima u zajednici, nije neobično što se organizacija Crvenog krsta bavi motivisanjem građana za dobrovoljno davanje krvi od kraja Drugog svetskog rata.

Korisnici u ovoj oblasti rada Crvenog krsta jesu ljudi koji su u nevolji – građani koji se leče u bolnicama, a kojima je krv kao terapija ili lek, medicinski indikovana. Dobrovoljni davaoci krvi su saradnici Crvenog krsta koji daju krv koja se po davanju u transfuziološkim službama obrađuje i testira, a primenjuje u bolnicama onim pacijentima za koje lekari procene da im je potrebna.

Generacije volontera i profesionalaca – lekara, medicinskih radnika, prosvetnih radnika, psihologa i saradnika drugih profila učestvovale su u edukaciji, kako volontera za rad na motivaciji građana za dobrovoljno davanje krvi tako i građanstva za dobrovoljno davanje krvi. Svako vreme nosilo je svoje karakteristike, a kako je medicina napredovala, saznavali smo i za uticaj transfuziologije na bolesnike kojima je krv primenjena. Iz tih razloga bilo je potrebno da se nove činjenice sagledaju i potvrđena praksa prenese što većem broju ljudi sa novim informacijama i činjenicama.

Danas tehnika napreduje brže, novim medicinskim otkrićima nema kraja, operacije postaju kompleksnije; mnoge hirurške intervencije, kao i transplantacija organa, ne mogu se izvoditi bez transfuzije krvi. Ljudski vek je produžen, između ostalog, zahvaljujući i transfuziji krvi. Danas se primenjuju najsavremeniji testovi, a u vreme prvog dobrovoljnog davaoca – Budimira Gajića iz Belanovice kod Ljiga, krv se davala iz vene u venu. Nekada smo znali, zahvaljujući Karlu Lajštatneru, za 4 krvne grupe i dugo je važilo pravilo da je 0+ „opšti davalac“. Danas znamo da je za svakog primaoca važno da se podudara ne samo krvna grupa nego i Rh faktor i mnogi krvni podsistemi kako bi se primenila, danas apsolutno prioritetna, što **bezbednija** krv. Do danas savremena medicina nije uspela da pronađe apsolutnu zamenu za krv. To znači da mnoge medicinske zahvate nije moguće realizovati bez osobe koja će dati krv.

Svetska zdravstvena organizacija je, radi bezbedne krvi, definisala Principe dobrovoljnog davanja krvi koji su sastavni deo Kodeksa davalaca krvi (tekst Kodeksa naći ćete u delu „Za radoznaće“).

Principi davanja krvi su:

- **dobrovoljno** – dajemo krv zato što to želimo,
- **anonimno** – da pomognemo nepoznatoj osobi,
- **nenagrađeno, besplatno** – ne očekujemo nikakvu nadoknadu zauzvrat.

Ove principe Svetske zdravstvene organizacije prihvatala je Međunarodna federacija društava Crvenog krsta i Crvenog polumeseca, a i integrисани su u pozitivnu zakonsku legislativu naše zemlje. Njihov isključivi cilj jeste da se od neplaćenih, dobrovoljnih, redovnih davalaca krvi obezbeđuje krv za sve pacijente jedne zemlje, te da se izbegnu namenski, tzv. „porodični davaoci“ krvi.

Poruka „bezbedna krv počinje od mene“ koju je još 2000. godine promovisala Svetska zdravstvena organizacija ima za cilj da se u svim zemljama obezbede rezerve krvi od 100% dobrovoljnih, neplaćenih davalaca krvi. Samo osoba koja nema nijedan drugi motiv sem altruističkog, reći će punu istinu o svom zdravlju pre dobrovoljnog davanja krvi. Zdravi davalac krvi je apsolutan preduslov za što bezbedniju krv koja će se biti primenjena pacijentu.

Organizacija Crvenog krsta godinama kontinuirano sprovodi edukaciju stanovništva o važnosti davanja krvi. Mnogi naši saradnici su, koristeći i svetska iskustva, dali izuzetno veliki doprinos, kako u metodologiji rada tako i u prikupljanju najboljih iskustava u prilazu svakoj osobi, a posebno u podizanju svesti o važnosti i neophodnosti davanja krvi.

Organizaciju Crvenog krsta, dakle, čine ljudi, pre svega volonteri, koji svoje znanje i vreme posvećuju organizaciji za koju volontiraju, a za opštu korist svih građana.

Volontiranje je moderan, praktičan i održiv način rešavanja različitih vrsta problema u lokalnoj zajednici. Ono predstavlja jedan od načina da se izrazi zainteresovanost za dobrobit zajednice, ljudi se na konkretna načina uključuju u aktivnosti i time utiču na stvaranje pozitivnih promena. Nije fraza kada se kaže da su volonteri osnovna snaga Crvenog krsta, budući da najveći broj aktivnosti organizacije potiče na volonterskom angažmanu. Mali broj profesionalno zaposlenih u Crvenom krstu bez uključivanja volontera ne bi mogao da postigne mnogo. Uz volontersku snagu, mnogo toga postaje moguće.

ULOGA ORGANIZACIJE CRVENOG KRSTA U DAVALAŠTVU KRVI

Crvenom krstu Srbije je, u odnosu na Zakon o Crvenom krstu Srbije (Sl. glasnik R. Srbije br.107/2005), kao javno ovlašćenje, poverena motivacija građana za dobrovoljno davanje krvi.



Crveni krst Srbije je sa Institutom za transfuziju krvi Srbije, Zavodom za transfuziju krvi Vojvodine i Zavodom za transfuziju krvi Niš potpisao Protokol o saradnji u kojim su definisani opisi poslova svakog partnera radi efikasnog rada i što boljih rezultata. U svom Crvenom krstu možeš pronaći ceo tekst Protokola.

U pogledu realizacije ovog javnog ovlašćenja, Crveni krst u Srbiji sarađuje sa transfuziološkom službom na planu promocije, pripreme i realizacije akcija. Sa Institutom za transfuziju krvi Srbije, Zavodom za transfuziju krvi Vojvodine i Zavodom za transfuziju krvi Niš potpisani je **Protokol o saradnji** kojim se definišu međusobne obaveze u pogledu promocije, regrutovanja i zadržavanja davalaca krvi, planiranja i organizacije akcija dobrovoljnog davanja krvi.

Aktivnosti transfuziološke službe i Crvenog krsta u Srbiji na planu motivisanja građana za dobrovoljno davanje krvi su komplementarne, odnosno, međusobno se dopunjaju, sa ciljem kontinuiranog obezbeđivanja dovoljnih količina krvi za sve pacijente naše zemlje kojima je ona medicinski indikovana. Kontinuirano obezbeđivanje dovoljnih količina krvi znači da neprekidno, svake nedelje, svakog meseca imamo redovne akcije dobrovoljnog davanja krvi sa dobrom odzivom davalaca po akciji.

Ne postoji obaveza davanja krvi. Ono je potpuno dobrovoljno. Sve zemlje ozbiljno rade na regrutovanju, motivisanju i zadržavanju dobrovoljnih davalaca krvi.

Kako ne postoji obaveza, shodno tome ne postoje ni „prava” davalaca krvi, već postoji pravna regulativa koja u nekim oblastima tretira davalštvo krvi (Zakon o radu, Zakon o zdravstvenom osiguranju i sl.), a koja se odnosi na davaoce krvi. Crveni krst Srbije poštuje sve zakone Republike Srbije i radi u skladu sa njima.

VAŽNE ČINJENICE O DDK

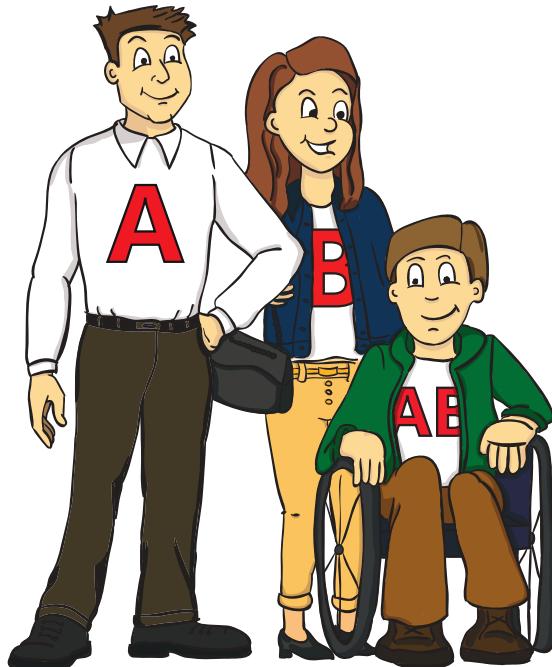
Savet Evrope promoviše i preporučuje principe samodovoljnosti na osnovi dobrovoljnog davanja i davanja bez nadoknade. To je definisano u članu 2. Preporuke Saveta Evrope br. 2 95 14.

Definicija dobrovoljnog davanja krvi (**DDK**) prema međunarodnom udruženju ISBT (International Society of Blood Transfusion) je sledeća:

„Davanje krvi se smatra dobrovoljnim i neplaćenim kada osoba daje krv, plazmu ili ćelijske komponente svojom voljom i kad za to ne prima nadoknadu, bilo novčanu ili neku koja se može smatrati zamenom za novac. Zamenom za novac smatra se uzimanje slobodnih dana na poslu, osim ako to nije neophodno zbog davanja krvi ili putovanja do mesta davanja. Simbolični pokloni, osveženje nakon davanja ili nadoknada putnih troškova do mesta davanja krvi u skladu su sa dobrovoljnim i neplaćenim davalaštvom”.



DDK je univerzalna skraćenica koja se koristi za dobrovoljno davalaštvo krvi



Krv mogu da daju sve zdrave osobe muškog i ženskog pola od 18 do 65 godina ukoliko zadovoljavaju medicinske uslove i kriterijume nakon laboratorijskog i lekarskog pregleda. Svako ko se dobro oseća i smatra da je zdrav može da dođe na akciju i ponudi dobrovoljno svoju krv. Svaka zdrava osoba ima rezervu krvi koja nije neophodna za uobičajene svakodnevne aktivnosti i davanjem dela rezerve krvi neće se ugroziti zdravlje.

U našoj zemlji, muškarci krv mogu dati na 12 nedelja (3 meseca), a žene na 16 nedelja ili 4 meseca.

Pre davanja krvi, osobi koja daje krv, preporučuje se uzimanje laganog obroka i dosta tečnosti i potreбно je da bude odmorna.

Posle davanja krvi svaki davalac treba da se ponaša uobičajeno, kao i pre davanja krvi. Preporuka je da se nakon davanja krvi popije dosta tečnosti. Ishrana i fizičke aktivnosti bi trebalo da budu uobičajene. Ipak, posle davanja krvi u periodu od dva sata ne bi trebalo pušiti cigarete, a pored nezaštićenih opasnih mašina i aparata ne bi trebalo raditi u periodu do šest sati. Osobama koje se profesionalno bave poslovima koji se obavljaju na visini i profesionalnim vozačima tog dana se preporučuje da ne rade.

Svaka uzeta jedinica krvi ispituje se na krvno-grupnu pripadnost (ABO i Rh), kao i na prisustvo nepoželjnih (irregularnih) antitela, uzročnika bolesti koje se mogu preneti preko krvi (transmisivne bolesti), kao što su: žutica (hepatitis)- tipa B i C, HIV i sifilis.

Celokupna služba transfuzije krvi je, po zakonu, obavezna da testira svaku jedinicu krvi.

Krv vredi koliko i život koji je tom krvlju spasen. Krv, kao i život, nema svoju cenu. S obzirom na to da se pribor za uzimanje krvi koristi jednokratno, da se svaka jedinica krvi testira i obrađuje pre upotrebe, priprema za transfuziju krvi je skupa u celom svetu. Takođe, cene reagenasa (hemikalija) neophodnih za testiranje i analize krvi dobrovoljnih davalaca su visoke. Cena koja je određena u zdravstvu kao cena krvi jeste, zapravo, samo cena obrade krvi.

Davanje krvi je koristan i human čin – davanjem krvi omogućavamo lečenje obolelih i povredjenih, budući da je krv nezamenljiv lek. Pored toga, davaocu je omogućeno da stekne uvid u svoje zdravstveno stanje. Davanjem krvi, ubrzava se cirkulacija i ono deluje stimulativno na ceo organizam, a davaoci krvi se subjektivno osećaju svežije i vedrije.

Osoba može dati do 450 ml krví ili trinaesti deo od ukupne količine krvi, koja se nalazi u organizmu. Prosečna odrasla osoba ima oko 70 ml krvi po kilogramu telesne težine. Osoba od 70 kg ima oko 5 do 5,5 litara krvi. Količinu krvi koju dajemo organizam ne registruje kao bilo kakvu promenu. Efekat u organizmu je sličan kao kada dajemo uzorak krvi za laboratorijsku analizu.

Vreme potrebno da se nadoknadi data krv u organizmu je različito. Za tečni deo krvi potrebno je trideset minuta, a ćelijski elementi se nadoknađuju u roku od 30 do 60 dana. Krv se u organizmu stvara svakodnevno. Uz ubičajenu ishranu, volumen krvi se nadoknadi za jedan do dva dana. Dnevno se stvori 50 ml nove krvi (300 biliona eritrocita), a isto toliko se i razgradi. Stvaranje krvi u koštanoj srži može da se poveća do šest puta ($6 \times 50\text{ml} = 300\text{ ml}$ dnevno). Neophodno je da između dva davanja protekne tri do četiri meseca, jer se za to vreme potpuno nadoknade i rezerve gvožđa.

Krv se ne može prodati i kupiti – preporuke Svetske zdravstvene organizacije, Međunarodne federacije društava Crvenog krsta i Crvenog polumeseca i postojeći zakoni i propisi u našoj zemlji to ne dozvoljavaju. Po zakonima i propisima naše zemlje, izvoz krvi i lekova koji se prave iz krvi nije dozvoljen, jer je prikupljanje krvi neophodno za redovnu primenu i lečenje bolesnika, kao i za stvaranje zakonski obaveznih rezervi krvi, što predstavlja nacionalni interes svake države.

Davanje krvi nije previše bolno – krv se daje iz vene u pregibu laka, gde je ubod igle najmanje bolan. U odnosu na ukupan značaj i čin davanja, bol je zanemarljiv i trenutan.

Ne stvara se navika zbog davanja krvi, a davalac koji dolazi ponovo da daruje krv ispunjen je osećajem da je bio koristan i human.

Sigurnost davalaca u službi transfuzije krvi je potpuna. Visoko stručni i obučeni kadar transfuzioloških službi obezbeđuje maksimalnu sigurnost davaocu. Celokupan pribor za uzimanje krvi je sterilan, apirogen je (ne sadrži supstance koje izazivaju temperaturu) i koristi se jednokratno i otvara pred samim davaocem tako da davalac krvi nema kontakta ni sa čijom krvljou osim svojom.

Višestruko davanje krvi nije opasno, ne dovodi do povećanja ili gubljenja telesne težine, ne povećava, niti smanjuje apetit i ne utiče na radnu sposobnost.

Krv se čuva u frižiderima i uzima se u plastične, specijalne kese koje nazivamo jedinicama krvi. U kesama se nalazi odgovarajuća količina rastvora koji pri određenoj temperaturi (+4C) omogućava čuvanje krvi, u stanju valjanom za upotrebu u periodu od 21 do 42 dana. Na taj način je omogućeno da **KRV ČEKA PACIJENTA, A NE PACIJENT KRV.**

Delovi (komponente) krvi se izdvajaju za lečenje određenih bolesnika. Posebnim postupcima krv se može separatisati (razdvojiti) na delove krvi i mogu se primeniti one komponente krvi koje nedostaju bolesniku. Na taj način se leči efikasnije, jeftinije i sa manje rizika, a neprimenjene komponente krvi mogu se dati drugim bolesnicima. U savremenoj transfuziološkoj praksi „cela“ krv se malo koristi, a skoro celokupna uzeta količina se deli na delove (komponente), najracionalnije i najcelishodnije. Ukoliko krvi nema dovoljno, primenom delova krvi za više pacijenata prevazilazi se trenutna nestašica za najhitnije slučajeve. Zato jednim dobrovoljnjim davanjem spasavamo nekoliko osoba (bolesnih i povređenih).

Davanjem krvi davaoci ne mogu dobiti HIV, a ni bilo koju drugu bolest. Sav pribor koji se koristi za prikupljanje krvi je sterilan i koristi se samo jedanput, a nakon upotrebe se uništava. Primaoci krvi ne treba da znaju čiju krv primaju (princip anonimnosti), ali treba da budu sigurni da primaju zdravu i bezbednu krv, koja je pre primene laboratorijski ispitana.

Budući davaoci krvi pre davanja krvi su dužni da prilikom pregleda saopšte lekaru da li su bolovali od neke infektivne bolesti. Pošto se neke bolesti mogu preneti preko krvi (sa davaoca primaocu), svaka informacija o infektivnim i drugim bolestima je važna za lekara. Sve osobe koje znaju da imaju pozitivan nalaz (virusne ili bakterijske bolesti ili hepatitis, sifilis, HIV) ne bi trebalo da se prijavljuju za davanje krvi. Pozitivan nalaz virusa žutice u krvi trajno isključuje davaoca za davanje krvi. Osobe koje su imale nezaštićen analni seksualni odnos i nezaštićene seksualne kontakte sa više partnera u kratkom vremenskom periodu ili su koristili drogu, takođe, ne bi trebalo da se prijavljuju za davanje krvi. Budući dobrovoljni davalac krvi bi trebalo da potpuno iskreno odgovori lekaru na sva postavljena pitanja, da iskreno popuni upitnik pre davanja krvi – siguran je da će to ostati u apsolutnoj diskreciji, jer je to u interesu njegovog ličnog zdravlja, kao i zdravlja primaoca. Poverenje između davaoca i lekara garantovano je profesionalnim odnosom zdravstvenog radnika i čuvanjem lekarske tajne.

ORGANIZACIJA AKCIJE DDK

1. TIPOVI AKCIJA

Planiranje aktivnosti čest je zadatak profesionalaca i volontera, ali i organizatora akcija kad je reč o DDK. Dobro planiranje aktivnosti znači manje frustracija, a više zadovoljstva, ono pomaže da predupredimo neplanirane teškoće i da ih, ako iskrnsu, dočekamo spremni. Takođe, planiranje će nam omogućiti da tačno znamo šta je cilj koji želimo da postignemo, koliko volontera i profesionalaca nam je potrebno, koliko sati će oni biti angažovani i šta je njihova uloga u određenoj aktivnosti. Osim toga, dobar plan obezbeđuje dobru osnovu za komunikaciju i koordinaciju svih učesnika u aktivnosti, kao i mogućnost praćenja odvijanja aktivnosti u svim njenim fazama.

Cilj planiranja kalendara akcija predstavlja organizovan i odgovoran pristup dobровoljnog davaštvo krvi koji će dati odgovor na potrebe bolnica u Srbiji, uticati na obezbeđivanje redovnog i kontinuiranog priliva krvi za sve pacijente kojima je krv medicinski indikovana, te shodno tome postići samodovoljnost, jer – krv je nacionalni resurs svake zemlje.

Postoje četiri osnovna tipa organizovanih akcija dobrovoljnog davanja krvi.

To su sledeće akcije:

- u lokalnoj zajednici,
- u institucijama, preduzećima, firmama,
- u srednjim školama i
- na fakultetima.

Ne predstavlja pravilo, ali se dešava i da se organizovane akcije sprovode i u transfuziološkoj službi.

Postoji naravno i davanje krvi u transfuziološkim službama koje nije organizovano, već se građani sami, opredeljeni različitim motivima, odlučuju da daju krv.

Postoji i „namensko“ (porodično) davanje krvi i ono je uvek u Srbiji „nužno зло“. Sve zemlje se trude da iskorene namensko davalashvo, jer rezerve pripremljenih i obrađenih jedinica krvi moraju čekati na pacijente sistema zdravstvene zaštite, što kod ovakve vrste davanja krvi nije moguće. Pri namenskom davanju, krv se daje za poznatog primaoca, što je u suprotnosti sa svim zahtevanim

principima. Onog trenutka kada u našoj zemlji bude dovoljno dobrovoljnih davalaca krvi koji daju krv na organizovanim, redovnim akcijama, tada ni ovog potpuno pogrešnog vida davanja krvi neće biti. Ovo davanje krvi jeste dobrovoljno, ali nije anonimno, a postoji opasnost da nije ni nenagrađeno. Namenski davalac je osoba koja se ne odaziva na redovne akcije dobrovoljnog davanja krvi već daje krv prvi ili drugi put osobi identične krvne grupe, koju poznaje.

Da bi se obezbedilo 100% davanja krvi po zahtevanim principima, potrebno je da se:

- redovno organizuju akcije dobrovoljnog davanja krvi, bez sezonskih pauza,
- poveća broj davalaca krvi koji daju krv na jednoj akciji,
- poveća ukupan broj davalaca krvi u zemlji.

Kako bi se sve to postiglo, potrebno je da svi partneri (transfuziološke službe i organizacije Crvenog krsta) daju svoj doprinos pravovremeno, kontinuirano i pravilno.

Kad dođete na akciju, možda će sve delovati da se svi ponašaju spontano i opušteno. Nemojte se prevariti – sve što deluje spontano, detaljno je pripremljeno i prethodno promišljeno! Zbog toga su pred vama informacije o:

- planiranju akcija,
- promociji akcija,
- informisanju o akciji:
 - plakatima,
 - dopisnicama,
 - javnim aktivnostima,
 - motivacionim radionicama,
 - pomoću medija;
 - pomoću interneta (veb-sajtovi, društvene mreže),
 - imejlom,
 - telefonom i SMS-om.

2. PLANIRANJE AKCIJE

Većina akcija dobrovoljnog davanja krvi (u daljem tekstu akcija) utvrđena je u okviru godišnjeg plana u saradnji organizacija Crvenog krsta u gradovima i opštinama i transfuziološkim službama. Broj akcija na jednoj teritoriji određuje se na osnovu prethodnih iskustava, procenjenim potre-

bama za rezervama krvi koje se dobijaju od zdravstvenih ustanova koje primaju pacjente sa te teritorije, ali i na osnovu broja stanovnika, površine teritorije, očekivanog priliva posetilaca određenoj regiji (turistička mesta, manifestacije i slično) i na osnovu kapaciteta organizacija Crvenog krsta i transfuzioloških službi zaduženih za određenu teritoriju. S obzirom na to da organizacije Crvenog krsta u gradovima i opština najbolje mogu da uvide specifičnosti svoje sredine, postoji mogućnost da u toku pripreme godišnjeg plana – kalendaru akcija sa transfuziološkom službom partnerski dogovore posebno važni termini akcija (npr. „pijačni dani”, kad se očekuje da će u naseљenom mestu, na ulici, biti veliki broj ljudi). Tu su i značajni dani za lokalnu sredinu (manifestacije, turistička sezona, seoske slave i ostali značajni datumi) – kada se preporučuju akcije davanja krvi. Kalendar akcija za narednu godinu izrađuje se tokom jeseni. Sa druge strane, postoje i akcije koje su osmišljene van kalendaru i u skladu su sa dodatnim potrebama za krvlju prema proceni transfuziološke službe i potrebama sistema zdravstvene zaštite.

Shodno tome, možemo govoriti o dve vrste akcija:

- **redovne akcije** – dogovorene kalendarom akcija dobrovoljnog davanja krvi između organizacije Crvenog krsta i transfuziološke službe,
- **vanredne akcije** – dogovorene van kalendaru akcija dobrovoljnog davanja krvi usled povećane potrebe za krvlju ili krvnim produktima, između organizacije Crvenog krsta i transfuziološke službe.

Pri planiranju značajno je i gde će se akcija odvijati (lokacija na kojoj je planirana akcija), te se na osnovu toga definiše da li će:

- transfuziološka ekipa doći kombijem sa opremom koja će se postaviti u obezbeđenom prostoru, ili će
- transfuziološka ekipa doći transfuziomobilom (posebno opremljen autobus koji u sebi ima celokupnu opremu i prostor potreban za realizaciju akcije).

Savetuje se da se usvojeni kalendar akcija postavi na vidno mesto kako bi se svi zaposleni i volonteri upoznali sa terminima i pravovremeno uključili u promociju i organizaciju akcija.

Transfuziološka služba kontaktira sa organizacijom Crvenog krsta sa kojom je dogovoren termin akcije i potvrđuje vreme, lokaciju i tip transfuziološkog tima. Takav kontakt ostvaruje se najmanje sedam dana pre početka ugovorene akcije i upravo je to optimalno vreme kada se preporučuje započinjanje sa pripremama. Detalji, opis zadataka i konkretnih koraka pred svaku akciju nalaze i u Protokolu o saradnji.



Pri izradi stonih, zidnih kalendara ili nekog drugog promotivnog materijala koji sadrži kalendar, praksa pri Crvenom krstu je da se datumi održavanja akcija davanja krvi posebno naznače čime se postiže još jedan način promocije akcija davanja krvi.



Promocija dobrovoljnog davanja krvi zavisi od nas. Ko, ako ne ti?
Kada, ako ne sada?

3. PROMOCIJA AKCIJE

Akciju dobrovoljnog davanja krvi treba promovisati na više načina kako bi informacija o akciji stigla do što većeg broja ljudi. Potrebno je kombinovati više načina, jer jedan način, kakav god on bio, nije dovoljan.

Promocija može i treba da bude lična, među prijateljima, porodicom, osobama sa kojima svakodnevno dolazimo u kontakt. Svi oko nas treba da znaju da ako ispunjavaju kriterijume, mogu i treba da daju krv na organizovanim akcijama.

Organizovana promocija se vrši uz pripremljene materijale. Promociju davalaštva treba sprovoditi kontinuirano, a informacije se mogu preuzeti i sa korisnih veb-sajtova – Instituta za transfuziju krvi Srbije, Zavoda za transfuziju krvi Vojvodine, Zavoda za transfuziju krvi Niš, Crvenog krsta Vojvodine i Crvenog krsta Srbije.

3.1. PLAKATI

Tradicionalan način za promociju akcija dobrovoljnog davanja krvi jesu plakati. Plakati su više obaveštenje nego poziv na akciju, ali su veoma korisni. Njih obezbeđuju Crveni krst Srbije, Crveni krst Vojvodine, a štampaju ih Institut za transfuziju krvi Srbije, Zavod za transfuziju krvi Vojvodine i Zavod za transfuziju krvi Niš. Ponekad ih izrađuju i same organizacije Crvenog krsta radi neke specifične akcije.

Postavljanje plakata treba uraditi sedam dana pre organizovanja akcije.

Na plakatu je neophodno napisati sledeće:

- datum i dan planirane akcije dobrovoljnog davanja krvi,
- vreme kada akcija počinje i do kada traje,
- lokacija gde će se akcija održati.

Kako bi plakati bili uočljivi, treba pažljivo odabratи lokacije gde će oni biti postavljeni. Često za tu potrebu u lokalnim sredinama postoje servisne oglasne table, a kada to nije slučaj, treba ih u tu svrhu postaviti na uobičajna mesta za lokalnu sredinu. Obavezno je plakate postaviti isključivo na mesta za koja imate dozvolu od vlasnika (kao što su izlozi javnih objekata, ulazna vrata zgrada, ulazi u firme i škole i slično).



Treba imati u vidu da je poželjno s vremena na vreme promeniti lokacije postavljenih plakata radi veće vidljivosti.



Ukoliko organizacije Crvenog krsta raspolažu sa više vrsta plakata za promociju akcije, preporučuje se da se vodi računa o tome da se koriste različiti plakati za najavu akcija, kako bi se prolaznici dodatno vizuelno usmerili i već im na prvi pogled privukli pažnju.



Dopisnice uvek imaju vizuelno rešenje likovnog konkursa „Krv život znači“ koje se menja s vremenama na vreme.

Dok se postavljaju plakate, osoba mora biti u majici, prsluku ili uniformi Crvenog krsta, a poželjno je imati i legitimaciju (u daljem tekstu „vidno obeležen“). Koje obeležje će se nositi prvenstveno zavisi od toga čime organizacija Crvenog krsta raspolaže.

Neophodno je blagovremeno proveravati da li se plakati nalaze na mestima gde ste ih postavili i u slučaju da ih na tim mestima nema, postaviti ponovo.

Za svaku akciju je potrebno planirati veći broj plakata, za slučaj da se neki skinu ili unište pre same akcije.

Nakon završetka akcije dobrovoljnog davanja krvi obavezno treba skinuti plakate. Ovo se radi kako bi se izbegla mogućnost da se stanovništvo „navikne“ da je plakat uvek na toj lokaciji, dovodi do opasnosti da nove plakate postavljene za naredne akcije, budu ignorisane, što ugrožava odziv i promociju naredne akcije, i ostavlja utisak nebrige.

3.2. DOPISNICE

Dopisnice predstavljaju način za obaveštavanje o akciji preko pošte. Za potrebe ovog vida promocije, na predlog Crvenog krsta Srbije, Vlada Republike Srbije je ovu uslugu oslobođila plaćanja i usluga slanja dopisnica je besplatna.

S obzirom na to da je za pisanje, dopremanje do pošte i distribucija od zaposlenih u pošti potrebno vreme, pisanje dopisnica je poželjno započeti 10 dana pre akcije, dok se one prosleđuju pošti najmanje sedam dana pre akcije.

Organizacija Crvenog krsta koja koristi ovaj metod pozivanja davalaca, mora imati pravilno vođenu evidenciju dobrovoljnih davalaca krvi na osnovu koje se može videti adresa davaoca. Svaka organizacija Crvenog krsta u Srbiji ima mogućnost da kroz poslovno finansijski podsistem predviđen za davalstvo krvi štampa dopisnice na osnovu raspoloživih podataka o davaocima. Dakle, dopisnica se šalje na ime, u formi razglednice, i njome se pre svega pozivaju osobe koje su već do sada davale krv.

Naravno, ukoliko postoji saglasnost, Crveni krst može slati dopisnice i ljudima koji nisu davaoci krvi (npr. spisak članova Crvenog krsta u određenoj mesnoj zajedici, spisak članova osnovne organizacije Crvenog krsta u firmi, školi i slično). Grafički, sa jedne strane dopisnice nalaze se osnovne informacije o davanju krvi, a sa druge prostor za upisivanje podataka o akciji (datum, dan, vreme, mesto) i prostor za podatke o osobi koja će dopisnicu primiti (ime i prezime, adresa, mesto, poštanski broj, a sve češće i poštanski adresni kod – PAK). Kako pravilno popuniti dopisnicu – pogledajte u poglavljju „Svaštara.“

U organizacijama Crvenog krsta može se organizovati i radionica u kojoj se učenicima osnovnih škola prikazuje pravilan način popunjavanja dopisnica, kao način da se podstaknu roditelji da daju krv. Učenicima se pruža podrška funkcionalnog opismenjavanja i podstiču da adresirane dopisnice lično uruče roditeljima. Na taj način se ostvaruje vaspitni cilj edukacije dece, a roditelji se informišu o akciji.

3.3. JAVNE AKTIVNOSTI

Akcija dobrovoljnog davanja krvi treba da se promoviše i „živom rečju”, odnosno javnim aktivnostima pre akcije i tokom akcije.

Javne aktivnosti mogu imati više oblika, za koje važe ista pravila. Ovim pravilima definisana je lokacija, izgled javne aktivnosti i ponašanje volontera.

Aktivnost treba realizovati na prometnom mestu, u vreme kada se pretpostavlja da će na toj lokaciji biti najviše prolaznika (šetališta vikendom, pijaca tokom pijačnih dana, blizina firmi i javnih ustanova u vreme pauza, škole u vreme odmora i slično).

Na javnoj aktivnosti potrebno je obezbediti vidljivosti znaka Crvenog krsta, plakata i drugog materijala koji nedvosmisleno usmeravaju na to da je u pitanju promocija dobrovoljnog davanja krvi. Poželjno je imati i jasno naznačene podatke o promovisanoj akciji: datum, dan, vreme i mesto.

Volonteri moraju biti vidno obeleženi i ponašati se shodno Kodeksu volontera i zaposlenih Crvenog krsta Srbije (više o tome u poglavlju „Svaštara“).

Aktivnost se može obogatiti muzičkim ili video sadržajima. Nakon završetka aktivnosti obavezno je proveriti da je lokacija ostavljena uredna. Uvek je prethodno potrebno obezbediti saglasnost za korišćenje prostora.

Vrste javnih aktivnosti:

- **promocija u pokretu** – volonteri dele liflete sa informacijama o akciji, odgovaraju na pitanja građana o dobrovoljnem davanju krvi i pozivaju građane da daju krv,
- **uručivanje i ostavljanje infomaterijala u javnim objektima** – prodavnicama, kafićima, bioskopima, pozorištima i slično – uz dozvolu vlasnika, direktora ili upravnika,
- **infopult** – aktivnosti se održavaju na jednoj odabranoj lokaciji na kojoj se prolaznici mogu informisati o predstojećoj akciji,



Pre planiranja ovakvih aktivnosti, proveriti da li su za njih potrebne dozvole policije ili lokalne uprave, te ih pre planirane realizacije nabaviti.



Poželjno je da u motivacionu radionicu, uz predstavnike Crvenog krsta, budu uključeni i predstavnici transfuziološke službe.



Postoje razrađene metode kako možeš da sproveđeš zanimljivu edukaciju DDK. Ukoliko te interesuje kako možeš da sproveđeš simulaciju akcije dobrovoljnog davanja krvi, i tako naučiš i sebe i druge o dobro organizovanoj akciji DDK, pitaj saradnike svog Crvenog krsta o SIM timovima!

- **performansi** – bilo koji oblik umetničkog prikaza koji poziva na dobrovoljno davanje krvi i obaveštava o terminu sledeće akcije,
- **fleš-mob akcija** – posebna aktivnost u kojoj akteri, na prvi pogled nasumice, počinju da izvode ples ili performans, koji postepeno dobija svoj okvir, temu i organizovanu poruku koju šalje.

Apsolutno je poželjno da se ovi vidovi promocije akcije kombinuju.

3.4. MOTIVACIONA RADIONICA

Pre akcije uvek može se uvek organizovati vrsta razgovora sa potencijalnim davaocima – u vidu motivacione radionice. Njen cilj jeste da prikaže osnovne informacije o značaju dobrovoljnog davanja krvi, pokaže sve dobre strane ovog humanog čina, kao i da razbijje predrasude o davanju krvi. Sve ove informacije obavezno se dopunjaju informacijama o sledećim planiranim akcijama na teritoriji sredine u kojoj se radionica održava.

Radionicu treba da drži edukovana osoba koja ima iskustva u promociji akcija, kao i u dežurstvima na akcijama. Uz sve navedeno, treba imati predavačke i motivacione veštine koje se stiču i uče na obukama i u aktivnostima Crvenog krsta.

Motivacione radionice, kao podstrek da se odluče da daju krv, uz najavu gde i kad je to moguće, odnosno kada je sledeća akcija, mogu se realizovati u osnovnim školama (podsticaj učenika da se uključe u promociju i motivaciju građanstva), u srednjim školama (podsticaj ostalog građanstva, a primarno motivacija samih učenika da sa navršenih 18 godina daju krv), na fakultetima (motivacija studenata i najava akcija), u radnim kolektivima, mesnim zajednicama, sportskim udruženjima, nevladinim organizacijama itd.

Pripremu izlaganja za vršnjačku edukaciju i komunikaciju potraži u delu „Za radoznale”.

3.5. SREDSTVA MASOVNIH MEDIJA

Za bilo koje obraćanje u medijima, pa tako i kada je u pitanju najava akcije dobrovoljnog davanja krvi, potrebno je da to radi osoba koja ima ovlašćenje sekretara organizacije Crvenog krsta u kojoj volontira. Kada govorimo o dogovorenim najavama, pripremaju se po modelu izveštaja, sa odgovorima na pitanja:

- **KO?** (Crveni krst i transfuziološka služba),
- **ŠTA?** (organizuju akciju dobrovoljnog davanja krvi),

- **GDE?** (u prostorijama mesne zajednice),
- **KAD?** (u sredu, 5. aprila od 10.00 do 16.00),
- **KAKO?** (npr. dodatne informacije: pozivaju se svi humani građani koji mogu da na ovaj način pomognu da dođu i daju krv. Za nas je to nekoliko minuta života, a onima kojima je krv potrebna, to je ceo život).

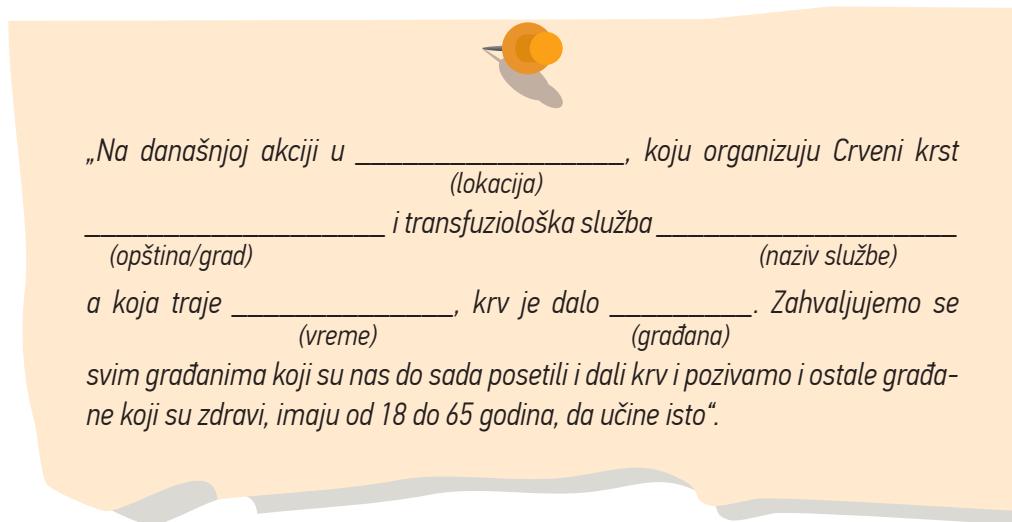
U svakom segmentu obraćanja treba najmanje jednom pomenuti organizaciju Crvenog krsta ukoliko se uzme u obzir da montažom snimka data izjava može biti skraćena, te se može dogoditi da se izostavi veoma značajan podatak o organizaciji koja realizuje akciju davanja krvi.

Najava akcije može se sprovesti različitim sredstvima javnog informisanja i u zavisnosti od specifičnosti medija sa najavama treba početi na vreme. Gostovanja i objave ponoviti više puta do početka same akcije, a preporuka je da se u „živim“ medijima (radio, televizija i portali) obavi jedno uključenje ili slanje informacija tokom same akcije.

Vrsta medija	Početak promocije	Specifičnosti
Radio		Obratiti pažnju na tekst, tonalitet i jasnoću glasa
Televizija	Optimalno sedam dana pred početak akcije	Obratiti pažnju na tekst, tonalitet, jasnoću glasa, izgled, oznake Crvenog krsta i neverbalnu komunikaciju
Internet-portali		Obratiti pažnju na tekst, a posebno na fotografiju koja se daje uz tekst: - <i>Ljudi</i> – prisutnost volontera, transfuziološke službe i davalaca, - <i>Znak Crvenog krsta</i> – fotografija na sebi ima oznake koje nedvosmisleno pokazuju da je organizator Crveni krst; - <i>Aktivnost</i> – na fotografiji se vidi da je u pitanju akcija davanja krvi.
Štampani mediji	Početak najava zavisi od toga da li su u pitanju dnevne novine (sedam dana ranije i ponoviti do same akcije, objava i na dan akcije) ili je u pitanju nedeljnik ili mesečnik (na vreme za broj aktuelan u vreme akcije)	

Ako sami snimate materijal, obratiti pažnju na kvalitet snimka kako bi se on mogao adekvatno iskoristiti (odnosi se na zvučne, video i foto materijale).

Može se dogoditi da predstavnici medija posete akciju i zatraže informacije ili komentare prisutnih volontera na akciji. Volonter ne bi trebalo da bez objašnjenja odbije davanje izjave budući da se takvo ponašanje može protumačiti nepovoljno po organizaciju Crvenog krsta. Treba se zahvaliti novinarima na poseti i ljubazno ih usmeriti ka osobama koje im mogu pružiti potrebne informacije. U slučaju da na akciji nisu prisutne osobe koje imaju odobrenje za medijsku promociju, one su u obavezi da volonterima ostave činjenice, najbolje bi bilo da to bude napisan tekst, koji mogu preneti medijima. Kao primer može poslužiti sledeće:



U slučaju da predstavnik medija ima dodatna pitanja, zamoliti ga da se za te potrebe ugovori sastanak sa zaposlenima i/ili volonterom zaduženim za odnose s javnošću od koga može dobiti željenu izjavu.

U slučaju DDK, javnosti predstavljaju svi bitni činioci u društvu koji učestvuju u obezbeđivanju sigurne i pravovremene snabdevenosti krvlju i krvnim produktima. Kako sama reč kaže, „odnos“ prema njima bitno određuje ishod slike o vama.

KO SU SVE CILJANE JAVNOSTI?

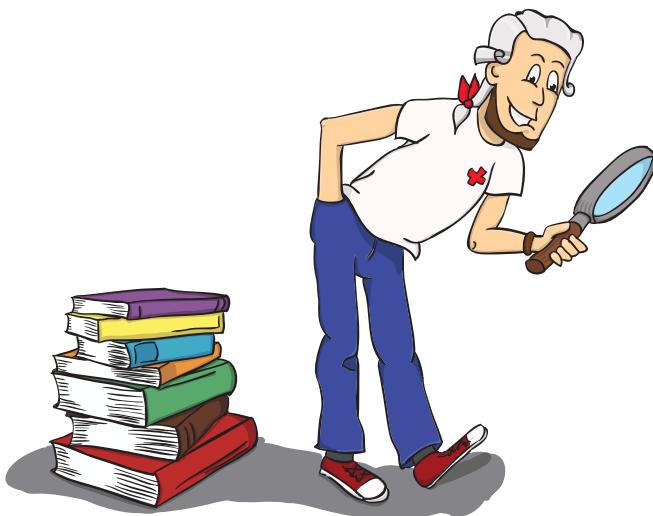
Na javnosti možete da gledate kao na publiku koja je došla da čuje jedan dobar koncert i koja ga očekuje već neko vreme. I ko su onda vaše ciljane javnosti? **Svi.** Kada pričate i pišete o dobrotvornom davalanstvu krvi, obraćate se i starim davaocima i novim davaocima, onima koje to ne interesuje, potencijalnim donatorima, kao i vašim partnerima i svima koji na neki način (bio on kostruktivan ili ne) mogu da utiču na razvijanje davalanstva. Zato baš i poruka koju prenosite mora da bude koncipirana i oblikovana tako da se svako u njoj pronađe i da svako uoči neki deo u poruci koji mu odgovara.

Saopštenje za štampu je priča o vestima, napisana u trećem licu, koja treba da demonstrira uredniku ili novinaru važnost određenog događaja, usluge ili proizvoda. Šalje se posebno: imajlom, faksom ili preporučeno.

**NE ZABORAVITE: NAJAVAŽNIJI ZADATAK SAOPŠTENJA JESTE DA PRIVUČE
PAŽNJU UREDNIKA I NOVINARA!**



I ZAPAMTITE, JEDNA
OBJAVLJENA
FOTOGRAFIJA VREDI
KAO HILJADU REČI!



SUGESTIJE KAKO NAPISATI SAOPŠTENJA ZA ŠTAMPU:

U _____ (mesto)

Datum

MATURANTI POLOŽILI TEST IZ HUMANOSTI

(naslov je najvažniji deo saopštenja jer je njegov zadatak da privuče pažnju urednika. Uvek treba da je istaknut masnijim slovima i u većem fontu od ostatka saopštenja. Fontovi koje treba da koristite su Arial, Times New Roman ili Verdana: trebalo bi da sadrži između 80 i 125 slova)

Vaš prvi pasus bi trebalo da bude napisan jasno i koncizno. Početna rečenica sadrži najbitniju informaciju, te je stoga ograničite na maksimalno 25 reči. Nikada se ne oslanjajte samo na to da je čitalac već pročitao naslov.

Zapamtite, vaša priča treba da je vredna pažnje i tačna, zasnovana na činjenicama. Ne ulepšavajte je preterano, jer neće dospeti u novine. Odgovorite na pitanja ko, šta, kada, gde, zašto i kako.

Kada pišete o događaju, obavezno navedite datum, lokaciju i sve ostale nepodne informacije. Takođe, uključite i citat nekoga ko ima kredibilitet, zajedno sa zvanjem i važnošću za davalanstvo krvi.

Rečenice i pasusi neka budu kratki. Pasusi treba da sadrže najviše 3–4 rečenice.

Saopštenje neka ima 500 do 800 reči (ako koristite Microsoft Word® u opciji properties možete naći statistiku konkretnog dokumenta, gde ćete i naći broj reči (word count) i obavezno proverite (više puta) da ne sadrži neke gramatičke greške). Stil saopštenja treba da je zasnovan na činjenicama, a nikako hipotetički.

Poslednji pasus pre informacija o vašoj organizaciji: Za više informacija o (ovde stavite naslov saopštenja) obratiti se: ime osobe ili posetite veb-sajt (navesti sajt).

U poslednjem pasusu navedite kratak opis vaše organizacije zajedno sa delatnostima.

Na kraju uvek naglasite da se saopštenje završilo, kako bi urednici znali da su primili celo saopštenje.

- KRAJ -

3.6. PROMOCIJA POMOĆU INTERNETA

Internet je danas sastavni deo svakodnevnog života i mnogo ljudi provodi većinu dana koristeći internet. Zbog toga se često veliki broj informacija o aktivnostima plasira pomoću interneta. Da bismo dobili željene rezultate, izuzetno je važno poznavati pravila i poštovati tehničke karakteristike objava. O ovim tehničkim detaljima u može se više informacija naći u poglavlju „Šta treba da znaš“. U ovom delu priručnika prikazane su samo osnovne preporuke.

Sve organizacije Crvenog krsta koje mogu tokom akcije da obezbede internet, savetuju se da to i urade, uz nekoliko koraka:

- šifru interneta menjati tokom akcije i tokom „redovnih“ dana kako bi se sprečila zloupotreba mreže van akcija dobrovoljnog davanja krvi,
- smisliti „haštagove“ za svoje akcije – na primer „#dajkrv“, „#CrveniKrst“ i slično, kako bi se dodatno obezbedila promocija svih akcija.

Na ovaj način omogućena je i šira promocija i pozivanje na akciju, što svakako uvećava broj osoba obaveštenih o našoj aktivnosti.

KOMUNIKACIJA POMOĆU DRUŠTVENIH MREŽA

Pojavom fenomena društvenih mreža obogatili smo u određenim segmentima način na koji ljudi mogu da nam brzo i istinski kažu šta misle o našem angažovanju, organizovanju akcije davanja krvi, odnosu prema davaocima, kao i druge komentare u vezi sa davanjem krvi. Ova brzina ima svoje prednosti i nedostatke. Naravno, bitno je da iz bilo koje akcije uvek imamo rezultat koji nam pomaže u daljim planiranjima aktivnosti.

Pre bilo koje promocije na određenoj društvenoj mreži treba proučiti sve uslove korišćenja i pročeniti koliko je određena mreža zastupljena na našoj teritoriji kako bismo obezbedili da naš trud ne bude uzaludan.

3.6.1. SAJT ORGANIZACIJE

Većina organizacija Crvenog krsta ima svoj veb-sajt pomoću kog obaveštava javnost o svojim aktivnostima, informiše o javnim nabavkama, o realizovanim akcijama, prikupljanju donacije i slično. Sama struktura informacije za postavljanje informacije o akciji dobrovoljnog davanja krvi ima iste karakteristike kao i saopštenje za medije, sa naznakom da je posebno značajno poznavati tehničke zahteve, ali i ograničenja sajta, domena, servera i provajdera. Pri postavljanju vesti na svoj sajt potrebno je pratiti sledeće:

- kreatora sajta koji najbolje zna sve delove sajta, ali i platformu na kojem je on izrađen,
- provajdera – pružaoca usluga smeštaja sajta na njihov server, koji je najbolje upućen u ograničenja koja vaš sajt ima u tehničkom smislu (na primer, česte su greške da se na sajt postavljaju fotografije velike rezolucije, koje brzo popune ograničeni prostor i smeštaj podataka na sajtu).

3.6.2. FEJSBUK (FACEBOOK)

Fejsbuk je trenutno najpopularnija mreža sa preko dva miliona korisnika u Srbiji. Preporuka za vas jeste otvaranje fejsbuk stranice (*facebook page*), koja će služiti za angažovanje i informisanje ljudi o davalanstvu krvi. Stranica se u praksi pokazala bolja od profila (*facebook profile*) iz više razloga, a to su:

- za promociju aktivnosti koristiti događaj („event“) načinjen od zvanične stranice (sertifikovane od Fejsbuka) organizacije Crvenog krsta na čijoj se teritoriji održava akcija,
- sve dodatne informacije postavljati na događaj, a fotografije i izveštaje sa akcije postaviti na događaj, ali i na samu stranicu,
- otvorene i zatvorene grupe se ne smatraju kvalitetnim i profesionalnim načinom informisanja, te se one ne preporučuju (u otvorene grupe može pristupiti bilo ko, dok se u zatvorene ulazi samo uz odobrenje. Bez obzira na to da li je neko član grupe ili nije, može videti sve objave),
- tajne grupe – predstavljaju oblik na Fejsbuku koji je vidljiv samo onima koji su u grupi, najčešće se koristi za dogovore i planiranje promocije na ovoj društvenoj mreži, preporučuje se za radne grupe u kojima će se osobe uključene u promociju akcije podsećati da „dele“ događaj ili informaciju sa stranice,
- organizacije Crvenog krsta ne treba da koriste profile već stranice, jer su profili na Fejsbuku rezervisani za pojedince, otvaranje profila pod pseudonimom ili nazivom organizacije predstavlja ozbiljan prekršaj i može rezultirati gašenjem profila od moderatora.

Koristite jednostavne i svakodnevne izraze i trudite se da tematiku objasnite što jednostavnije.



Haštag # može da objedini Instagram, Fejsbuk i Twiter, a pravilnim izborom # obezbeđujemo bolju promociju naše aktivnosti!

Stranica (<i>facebook page</i>)	Profil (<i>facebook profile</i>)
Neograničen broj fanova	Broj vaših prijatelja je ograničen na 5.000
Potrebno je samo da budu ljubitelji (fanovi) vaše stranice	Potrebna je „dozvola“ da sa vama kontaktiraju
Stranica je indeksirana, tj. bolje se kotira kod pretraživača	Profil nije indeksiran
Analitika ljudi koji vas prate	Nema analitike
Razne aplikacije koje se mogu vezati za vašu stranicu	Nema aplikacija
Tekst ili vest koji promovišete, tj. želite da naglasite	Nema promocije
Pravite svoj brend	Nema brenda



Eliminirate žargon i tipične skraćenice Crvenog krsta. Koristite jasne i razumljive poruke za širok krug ljudi.



Potrudite se da poruka bude upečatljiva – da se lako pamti.

Izbegavajte duge liste aktivnosti. „Crveni krst je velika organizacija sa dobrom osećajem za jednakošt i pravednost među ljudima“ – ovo jeste istina, ali loše marketinški rečeno.

DODATNI SAVETI ZA USPEŠNU FEJSBUK-STRANICU

Ovo su neki od saveta koji će vam pomoći da poboljšate interakciju sa vašim fanovima, a sve u cilju njihovog dolaska na vašu stranicu i povratnom informacijom koja će vam dati okvir u kom smeru da se dalje krećete.

1. Pišite kraće objave

Vaša stranica sadrži mnogo informacija, tako da dobar naslov objave i tekst koji nije duži od 250 karaktera generiše veću posetu i uključenost. Po Fejsbuku ovakvi postovi generišu 60% više lajkova (*like* – kada neko odobrava vaše sadržaje), komentara i deljenja vaših sadržaja nego ukoliko imaju više od 250 karaktera.

2. Objavljujte fotografije, video-zapise i kratke citate

Po istraživanjima, postovi koji sadrže foto-album, sliku ili video generišu oko 180%, 120% i 100% više uključenosti posetilaca nego običan post.

3. Objavljujte svakodnevno

Objave postavljane jednom mesečno nisu dovoljne. Ne treba preterivati nego, prateći kroz analitu stranice, odrediti optimalan broj objava. Pravilo je da na svakih 10 objava ide jedna konkretna marketinška poruka.

4. Tražite od vaših posetilaca da se uključe

Ukoliko planirate da štampate novi plakat, čestitku ili flajer, pitajte druge šta misle. Oni će taj materijal koristiti i samim tim je njihovo mišljenje izuzetno bitno.

5. Postavljajte različite sadržaje kroz aplikacije

Postavljanjem anketa i drugih sadržaja na stranicu, dodatno uključujete posetioce i pokazujete da vam je važno šta oni misle. Dobijate još povratnih informacija, koje možete da koristite u kreiranju novih sadržaja na stranici ili pomoću drugih kanala komunikacije.

3.6.3. TVITER (TWITTER)

Tviter je mikroplatforma, gde postoji korisnik koji ima svoj nalog pomoću koga, u 140 karaktera (slova, brojeva, znakova interpunkcije), može da pruži neku izjavu, kaže nešto, postavi fotografiju i, uopšte, oglasi se. Kao što vi imate nalog, imaju ga i drugi koji mogu da vas „slede“ i time da dobiju svako vaše obaveštenje. Što više „sledbenika“ imate, veća je šansa da će vaša poruka biti primljena.

Delotvoran tuit (*twit*) ili objava u 140 karaktera treba da podstakne i ohrabri vaše sledbenike da nastave tu pepisku dalje, bilo odgovorom na nju (time što ćete slediti link koji je postavljen) ili što ćete tu objavu podeliti sa drugima.

Ne postoje različiti oblici profila za organizacije Crvenog krsta, a za razliku od Fejsbuka, često se koriste pseudonimi, te je posebno značajno na profilu naglasiti da je u pitanju zvanični tviter nalog i ostaviti link ka sajtu organizacije ili imejl-adresi.

Tuit treba da bude dovoljno kreativan da podstakne pratioce da ga proslede (*retvituju – retweet*) i do svojih pratilaca, kada se broj onih koji vide objavu višestruko povećava.

Savet je da se twiter-nalog poveže sa fejsbuk-nalogom, kada se na twiteru pokazuje kratka informacija svaki put kada ostavite nešto novo na zvaničnu stranicu.

3.6.4. INSTAGRAM

Instagram-profil predstavlja vrstu društvene mreže koja se zasniva na komunikaciji pomoću fotografija i haštagova. Za organizaciju Crvenog krsta poželjno je da ga vodi zaposleni u Crvenom krstu. Fotografije koje se mogu objaviti manje su formalne i mogu biti:

- tokom pripreme akcije,
- tokom promocije akcije,
- tokom dežuranja na akciji,
- u toku davanja krvi ili nakon davanja krvi – promociju vrše davaoci,
- nakon završetka akcije, kada se javnost informiše o broju prikupljenih jedinica.

Instagram-nalog se može povezati sa fejsbuk-nalogom kada se sve fotografije automatski postavljaju i na profile osoba koje su postavile fotografije na Instagramu.

3.6.5. INTERNET-KANALI

Poseban oblik društvenih mreža predstavljaju internet-kanali („You Tube“, „Vimeo“ i slično), koji za osnovni oblik komunikacije imaju video-sadržaj. Preporučuje se da organizacija ima svoj zvanični internet-kanal, povezan sa fejsbuk-nalogom i sajtom, kako bi se sve informacije sa kanala odmah prosledile i na ostale internet-izvore.

Jutjub (You Tube)

Jutjub je veb-stranica na kojoj se prikazuju različiti video-sadržaji. Upotrebljivost se ogleda, pre svega, kroz podelu različitih sadržaja i njihovom brzom distribucijom, odnosno deljenjem (*share* – podeliti) među korisnicima.



U odeljku „Svaštara“
potraži informacije o
korisnim linkovima

Na vama je da odlučite da li ćete snimiti akciju davanja krvi ili koristiti, npr. snimak lokalne televizije i njega podeliti sa drugima. Takođe, ovaj vid interakcije nudi veliki prostor za kreativnost i kreiranje mini-sadržaja (npr. 60–120 sekundi), koji mogu imati cilj da, na malo drugačiji način, predstave davanje krvi.

Tokom snimanja vide-materijala odabrati opremu koja omogućava kvalitetno snimanje videa, zvuka i obezbediti obradu kako bi kvalitet postavljenih materijala bio što bolji.

3.6.6. OSTALE DRUŠTVENE MREŽE

Forskver (Foursquare)

Forskver je geolokacijski servis za one koji žele da se prijave (čekiraju, *check*) na određenim lokacijama.

Koristan je da na njega „postavite“ npr. mesto davanja krvi ili mesto prezentacije (može biti da je već postavljeno ukoliko je to Dom kulture ili slična ustanova) i onda se drugi korisnici prijavljuju (čekiraju) na ovom mestu. Time dobijate veću prisutnost i prikaz vaših aktivnosti na internetu.

PREPORUKE NASTALE NA OSNOVU ISKUSTAVA I PRIMERA DOBRE PRAKSE MEĐUNARODNE FEDERACIJE DRUŠTAVA CRVENOG KRSTA I CRVENOG POLUMESeca U POGLEDU KORIŠĆENJA DRUŠTVENIH MREŽA:

1) Budite dobar ambasador

Iako je korišćenje društvenih mreža lična odluka, uvek treba da imate na umu da se vaše ponašanje i stavovi odražavaju na organizaciju u kojoj radite.

2) Potražite savete

Ukoliko želite da pomoći društvenih medija promovišete aktivnosti Crvenog krsta, uspostavite kontakt sa nadležnim stručnim saradnikom u organizaciji Crvenog krsta.

3) Napomenite da je reč o vašem stavu

Ukoliko pišete blog i komentarišete pitanja koja su u vezi sa vašim poslom, dodajte posle svakog teksta da je reč o vašem ličnom mišljenju i da pomenuti stav nije zvanični stav organizacije. Ako imate stranicu „O meni“, savet je da ne koristite fotografije na kojima se iza vas vidi bilo koji od amblema kako se ne bi stekao utisak da je reč o službnom veb-sajtu ili blogu.

4) Razmišljajte o poznatoj medijskoj kući, majci ili šefu

Nemojte na društvenoj mreži pisati ništa što bi vam bilo neprijyatno da se objavi na poznatoj televiziji ili da to vidi vaša majka ili šef.

5) Dodata vrednost

Verujemo da je razmena informacija i iskustava dobra i da koristi celoj humanitarnoj zajednici i krajnjim korisnicima pomoći. Slobodno podelite svoja pozitivna iskustva i komentarišite akcije

pružanja pomoći, ili bilo koje druge aktivnosti koje realizuje vaša organizacija Crvenog krsta i Nacionalno društvo. Ako su zaposleni i volonteri Crvenog krsta predstavljeni u pozitivnom svetlu, to će se pozitivno odraziti na vas i na organizaciju CK.

U svakom slučaju, rukovodite se zdravim razumom ukoliko sumnjate da je informacija poverljiva ili da je internog karaktera. Ako ste u nedoumici, pitajte vlasnika željene informacije da li možete da je podelite. Uzdržite se od komentara na rad kolega, kako u sopstvenoj tako i u drugim organizacijama Crvenog krsta, ukoliko se je reč o pitanju koje ne pripada direktno vašoj oblasti rada.

6) Slobodno korigujte druge, ali se držite činjenica

Crveni krst je kompleksna organizacija i svi radimo u komplikovanim pravnim i operativnim kontekstima. Dešava se da nas ljudi pogrešno razumeju ili da ne žele pravilno da nas shvate. Ako naiđete na nekorektno predstavljanje Pokreta CK/CP, slobodno se identifikujte, navedite kojoj organizaciji pripadate i korigujte grešku, ali to učinite uz poštovanje i uz navođenje svih činjenica.

Ako ne želite da to radite sami, obratite se osobi nadležnoj za informisanje u svojoj organizaciji ili sedištu Crvenog krsta Srbije.

U većini slučajeva ljudima neće smetati što je greška korigovana i čak će ispravku i sami podeliti. Međutim, ako imate osećaj da osoba namerno pogrešno tumači sve što kažete, samo je treba ignorisati.

7) Budite prvi koji će priznati grešku

Ako ste napravili grešku, priznajte je i ispravite je.

8) Zaštitite svoju privatnost

Mnogo veb-sajtova vam omogućava neki oblik kontrole u odnosu na to ko može da vidi vaš profil. Koristite ove funkcije.

9) Proširite vesti i povežite se sa svojim kolegama.

Nemojte pričati samo o sebi, već pišite i o uspesima svojih kolega. Povežite se sa njima pomoću društvenih mreža i širite uspešne priče.

POSTOJEĆA PRAVILA I OBAVEZE

1) Budite neutralni

Ne uključujte se u političke inicijative. Kodeks ponašanja za zaposlene u Federaciji (pravilo 14) zahteva da „ne izražavaju javno mišljenja o političkim događajima, niti da se angažuju u političkim aktivnostima koje bi se mogle negativno odraziti na nepristrasnost, neutralnost ili nezavisnosti Federacije”.

Ova obaveza je sadržana i u Etičkom kodeksu Crvenog krsta Srbije.

U kontekstu društvenih medija, važno je zapamtitи da se Etički kodeks primenjuje ne samo kada ste angažovani u Crvenom krstu, ili u toku radnog vremena, već stalno, čak i kada ste na odmoru.

2) Ne koristite znak ili logo Crvenog krsta

Ne koristite znak ili logo Crvenog krsta kao deo vašeg bloga ili profila na društvenim mrežama. Ako imate bilo kakva dodatna pitanja, obratite se sedištu Crvenog krsta Srbije.

3) Usredsredite se na svoj posao

Iako sedište Crvenog krsta Srbije ohrabruje korišćenje društvenih mreža i u lične i poslovne svrhe, smatrajući ovo značajnim resursom, imajte na umu da niste angažovani da provodite vreme na društvenim mrežama. Vodite računa da vaše aktivnosti na internetu ne ometaju vaš posao.

4) Konsultujte se sa nadležnima

Pravila u Federaciji zahtevaju da objavljuvaju bilo čega što je u vezi sa poslom dobije saglasnost od nadležnih rukovodilaca. Ovo se odnosi i na blogove i druge publikacije na društvenim mrežama.

5) Obratite pažnju bezbednosnih pravila IT

Nemojte preuzimati ili instalirati softver koji ste pronašli pomoću društvene mreže na svom radnom računaru.

6) Poštujte privatnost

Poštujte pravo ljudi na privatnost i ne pravite fotografije ili video-snimke bez njihove dozvole. Imajte na umu da mnogi ljudi neposredno posle traumatskog događaja, dok su u stanju šoka, mogu dati saglasnost za nešto, a kasnije zažaliti. Ako pravite fotografije ili video-snimke, proverite da li se poštuje dostojanstvo ljudi koji su na njima prikazani. Ako ste u nedoumici, ne postavljajte



**U odeljku „Svaštara“
nači ćeš Etički kodeks
Crvenog krsta Srbije,
obavezno ga prouči!**



Jedan od besplatnih alata na internetu je mailchimp.com koji vam nudi opciju da pošaljete do 12.000 imejlova na 2.000 adresa bez nadoknade. Takođe, ova aplikacija vam nudi mogućnost da budete kreativni i da osmislite sadržaj shodno vašoj proceni. Nije potrebno da posedujete veliko znanje o računarima. Potrebna je samo dobra volja, želja da se eksperimentiše i napravi nešto drugačije.

fotografiju ili video-snimke na društvenu mrežu. Usredstvite se na pozitivne slike. Nemojte pisati ništa o maloletnicima, što bi moglo dovesti do identifikovanja ili otkrivanja njihovog prebivališta.

7) Budite pažljivi kada citirate brojeve žrtava

Crveni krst i Crveni polumesec ne daju podatke o mrtvima ili ranjenima. Ove informacije uvek dolaze od nadležnih vlasti. Ako pišete o žrtavama, jasno navedite izvor informacija (na primer: policija ili Ministarstvo zdravlja). Brojevi su veoma atraktivni za medije i, ako ne navedete ispravno izvor informacija uz referentne brojeve, lični blog ili post mogao bi brzo da se pretvori u naslov koji glasi „Crveni krst kaže 10.000 mrtvih u Alphalandu”.

3.6.7. APLIKACIJE

Aplikacije kao što su Skajp (Skype), Vajber (Viber) ili Vocap (WhatsApp) mogu se instalirati na mobilnim telefonima, tabletima ili računарима. Pomoću njih se može omogućiti besplatna komunikacija između korisnika koji u svojim uređajima imaju instalirane ove aplikacije. Najbolje ih je koristiti za timsku komunikaciju. Ne preporučuje se organizovanje kampanje pomoću ovih oblika komunikacije. Prvenstveno su namenjene za privatnu komunikaciju u smislu podsećanja prijatelja i poznanika o akciji od volontera ili zaposlenih u Crvenom krstu.

3.7. ELEKTRONSKA POŠTA (IMEJL – E-MAIL)

Elektronska pošta je danas naustaljeniji oblik profesionalne komunikacije.

Svaka organizacija Crvenog krsta u Srbiji ima svoju zvaničnu adresu elektronske pošte: imegrada@redcross.org.rs ili imeopstine@redcross.org.rs (naziv opštine, grada i pokrajine na kojoj organizacija Crvenog krsta deluje).

Imejl-marketing se danas zasniva na slanju njusletera (newsletter) koji nam omogućava da korisnici koji prijave imejl na našem nalogu mogu da dobiju redovne imejlove zanimljivog sadržaja.

Sadržaj imejla treba da prati naslov. Možete pisati o koristi koje davalanstvo donosi ili o nekim zanimljivostima vezanim za krv i davanje krv. Takođe, možete pomenuti i neki događaj koji sledi u narednom periodu. Za potrebe promocije akcije dobrovoljnog davanja krv može se pripremiti lista imejl-adresa kojima bi se moglo najavljivati planirane akcije, uz obaveznu naznaku da, u slučaju da ne žele da primaju više informacija o akcijama dobrovoljnog davanja krv, vlasnici imejl-adrese to mogu i da urade.

Primeri poruka za potrebe promocije elektronskom poštom:**Primer 1 – kratka informacija**

„Poštovani,

Crveni krst _____, u saradnji sa _____
(naziv opštine/grada) (naziv transfuziološke službe)

organizuje akciju dobrovoljnog davanja krvi u prostorijama _____
(lokacija)

u _____.
(dan) (datum) (vreme)

Pozivamo Vas da, ako ste u mogućnosti da svoju humanost pokažete na ovakav način, to i uradite. Pomozimo onima kojima je to jedina nada.

Srdačno,
Crveni krst _____.
(naziv opštine/grada)

U slučaju da ne želite da primate informacije o terminima akcija realizovanja dobrovoljnog davanja krvi, molimo Vas da nas o tome obavestite.

Primer 2 – detaljan poziv imajlom

Poželeti ste da budete heroj? Lako je – dajte krv i spasite život.

U _____ u periodu od _____ do _____ časova _____
(dan, mesec godina) (mesto, gde precizno)

biće organizovana akcija dobrovoljnog davanja krvi. Volonteri Crvenog krsta _____
i ekipa _____ za transfuziju krvi vas očekuju vidno označeni,
(transfuziološka služba)

npr. zastavom Crvenog krsta _____.
(objasniti detaljno)

Ako ste zdravi i imate dobru volju, imate između 18 i 65 godina, plemenito je, dobro i građanski solidarno da date krv.

Nema zamene za krv. Može je dati samo osoba osobi, ali ne iz ruke u ruku, već se uzeta krv testira i obrađuje i mora proći najmanje šest sati od uzete do transfuzijom primenjene krvi. Zbog toga je važno da uvek bude dovoljno krvi za one kojima je ona neophodna za lečenje ili izlečenje.

Žene to mogu učiniti na 16 nedelja ili 4 meseca, a muškarci na 3 meseca ili 12 nedelja, a osoba mora imati najmanje 50 kg.

Plemeniti ljudi daju krv, jer transfuzija krvi nema alternativu. Osećaj pripadnosti društvu i saznanje da tim činom SPASAVAMO nečiji život, navode ljudе da postanu redovni davaoci krvi. Datи krv je jednostavno: kada se lekarskim pregledom i kontrolom nivoa hemoglobina utvrdi da davanjem krvi neće ugroziti sebe, niti osobu kojoј će se ta krv primeniti, osoba može dati krv.

Procedura traje oko pola sata. Pre toga, treba biti naspavan, odmoran i treba imati lagan obrok, a dobro raspoloženje se podrazumeva.

Prvo se popunjava upitnik (poneti neki dokument sa sobom), potom se proverava nivo hemoglobina u krvi, razgovara sa lekarom i onda – dâ se krv.

Krv se uzima iz pregiba lakta gde je inervacija najslabija. Osećaj posle davanja krvi se ne može opisati, morate ga doživeti. Poželećete da ga doživite ponovo. I ponovo. Lepo je biti heroj i spasiti nečiji život.

Posle davanja krvi ponašanje treba da bude ubičajeno. Zavoj ne treba skidati dva sata nakon date krvi, treba izbegavati cigarete dva sata, kao i teže fizičke aktivnosti toga dana. Ako vam posao nije da upravlja ogromnim mašinama na velikim visinama ili neki visokorizičan posao, odmah se posle davanja krvi možete vratiti svojim svakodnevnim aktivnostima.



Uz email poslati
skeniran liflet o DDK ili
link na kom se nalaze
podaci o tome ko može
biti davalac krvi

Postoje medicinski kriterijumi za privremeno odlaganje ili trajno odbijanje za davanje krvi, kako zbog zdravlja davaoca tako i zbog zdravlja primaoca, detalji su dati u prilogu imejla, ali i sve informacije o tome ko može biti davalac krvi i saveti o pripremi za davanje krvi.

Iz svake jedinice krvi koja je standardizovana i iznosi količinu koja ne može oštetiti davaoca krvi spasavaju se do tri života, jer se iz nje izdvajaju tri komponente krvi: eritrociti, trombociti i plazma.

Na akciji davanja krvi možete se prijaviti i za registar davalaca koštane srži. Koštana srž se primenjuje kod ljudi koji su oboleli od leukemije i drugih malignih bolesti. Svakako, svi zainteresovani mogu naći više o tome na: www.nbt.org.rs.

Najzanimljive aktivnosti Crvenog krsta u vezi sa akcijama dobrovoljnog davanja krvi možete naći u Srbiji na Google+ stranici Klub 25, ali i informacije o davalanstvu krvi na: www.redcross.org.rs.

Vi možete pomoći da krvi u našoj zemlji bude dovoljno. Nemojte čekati. To neće uraditi niko drugi osim nas. Svako od nas ko može, za svakog od nas kome treba.

Ukoliko ste zainteresovani da date krv, prijavite se na (imejl osobe koja je kod vas zadužena za komunikaciju sa Crvenim krstom), kao i ukoliko imate pitanja u vezi sa dobrovoljnim davanjem krvi. Takođe, ukoliko imate pitanja u vezi sa dobrovoljnim davalanstvom krvi, naši prijatelji iz Crvenog krsta će vam pružiti odgovore na sve vaše nedoumice i rešiti sve nejasnoće. Rok za prijavu je: (dajte rok, npr. sreda u 16.00)

Nemojte doći sami – povedite nekoga koga volite, da zajedno budemo heroji i da nas bude više. Da krvi bude dovoljno, uvek, svuda, za svakoga.

Lako je biti heroj – dajte krv.

3.8 PROMOCIJA TELEFONOM – POZIVI I SMS PORUKE

Standardni formular na akciji dobrovoljnog davanja krvi koji uglavnom obezbeđuje transfuziološka služba (i svaka organizacija Crvenog krsta je u mogućnosti da ga obezbedi kroz poslovno finansijski podсистем DDK) podrazumeva da ima i pitanje o broju telefona davaoca. Na kraju svakog formulara trebalo bi da stoji naznaka da svojim potpisom davalac daje saglasnost organizaciji Crvenog krsta i Službi za transfuziju krvi o korišćenju ličnih informacija zarad informisanja o budućim akcijama u njihovoj okolini.

Podaci koje davaoci krvi daju organizaciji Crvenog krsta moraju biti zaštićeni od zloupotrebe. Njima moraju da upravljaju odgovorna lica iz organizacije, a ne smeju se koristiti ni za šta drugo, osim za svrhu zbog koje su uzeti.

SMS poruka

Ona treba da bude kratka i informativna, da izražava ljubazan poziv i tačne informacije, kad i gde se odvija akcija, od koliko do koliko sati, i lepo je završiti entuzijastičnom porukom npr.: „Ponovimo uspeh sa prethodne akcije“ ili „Budite humani i bićete srećniji“ i sl. Da bi se nivo interesovanja kod pozvanih građana održao, potrebno je poruke menjati iz akcije u akciju.

Primer SMS poruke:



Primer konkretnog zadatka: „Scenario“ za telefonsko pozivanje davalaca krvi

Na primeru jednog dela pripreme za akciju možemo videti kako izgledaju loše i dobro objašnjenje dato volonteru koji prvi put učestvuje u ovoj aktivnosti.

Loše objašnjenje glasi: Tvoj zadatak jeste da telefonom pozivaš dobrovoljne davaoce sa ovog spiska i informišeš ih o DDK akciji koja će biti tada i tada, na tom i tom mestu.

Dobro objašnjenje glasi: Tvoj zadatak jeste da ljubazno i u pozitivnom tonu telefonom pozivaš davaoce krvi iz baze podataka, sa ovog spiska (pokazati spisak) i informišeš ih o sledećoj akciji. U spisku se pored imena i broja telefona davaoca upiši koji odgovor si dobio/dobila od davaoca (dolazi, ne dolazi, možda, nešto drugo). Odgovore upisuješ odmah nakon završenog razgovora. Kao spisak davalaca krvi treba koristiti izveštaje iz poslovno finansijskog podsistema DDK – profesionalci iz Crvenog krsta će vam u tome pomoći.

UPUTSTVO ZA VOLONTERE:

Tvoj zadatak jeste da razgovor sa davaocima vodiš sa elanom i na pozitivan način. Potrudi se da zvučiš prirodno, a ne kao mašina.

Pokaži strpljenje i ljubaznost sa onim davaocima koji te ne budu dobro čuli, razumeli, ili iz nekog razloga budu neprijatni. Odgovore koje dobiješ od davalaca odmah, bez odlaganja i čitko zapiši.

Veliko hvala i sa srećom u pozivanju davalaca!

SCENARIO RAZGOVORA:

Dobar dan, ja sam _____, volonter Crvenog krsta _____
[ime i prezime] (naziv)

Da li je to _____? Drago mi je!
[ime i prezime davaoca]

Da li ste u prilici da razgovarate?
(ukoliko nije, pitati kada je najzgodnije pozvati ponovo)

Želim da Vas obavestim da će sledeća akcija dobrovoljnog davanja krvi
biti organizovana _____.
(mesto, gde precizno, datum, tačno vreme – od do)

Zalihe krvi su svakodnevno potrebne, pa Vas pozivamo da nam se, ako
možete, i ovaj put pridružite.

Da li možemo da računamo na Vas?
(odmah i čitko upiši odgovor davaoca u formular – da, ne, možda ili
komentar, tj. nešto drugo).

Veliko hvala na svim dosadašnjim davanjima i pokazanoj humanosti!

Pozdravljam Vas i vidimo se u npr. četvrtak, ili:
Pozdrav, vidimo se sledeći put!

4. AKTIVNOSTI NA AKCIJI

Akcija dobrovoljnog davanja krvi predstavlja ključnu aktivnost volonterskog rada na polju dobrovoljnog davanja krvi. Tokom akcije izuzetno je bitno obaviti sve tehničke pripreme prostora, obezbediti dovoljan broj volontera, ali se naglasak mora staviti i na usmeravanje volontera da pravilno i adekvatno komuniciraju. Značaj komunikacije je i u tome što se očekuje da volonter na akciji razgovara i razmenjuje informacije sa:

- potencijalnim davaocima krvi,
- davaocima krvi,
- članovima transfuziološke ekipe,
- drugim volonterima,
- zaposlenima u organizaciji Crvenog krsta, a ponekad i
- medijima.

U ovom poglavlju izložićemo osnovna pravila i preporuke u vezi sa tehničkom organizacijom, kao i organizacijom rada volontera.

4.1. PRIPREMA VOLONTERA

Pre svega, potrebno je odrediti i dogоворити се који су то волонтери задужени за конкретну акцију доброволjnог давања крви. У зависности од града/општине или од transfuzиолошке службе, акција доброволjnог давања крви траје разлиčito, углавном, неколико сати. Ако се планира да акција траје дужи период, потребно је обратити пажњу на смене волонтера и правилно расподелити provedено време на акцији. Договор око volontiranja pre свега зависи од начина комуникације у организацији Crvenog krsta. Ако је пitanju договор на састанцима, то треба урадити најкасније на претпоследnjем или последnjem састанку пред акцију. Ако је у пitanju dogovaranje помоћу društvenih mreža ili telefonskim putem, са договорима треба започети седам дана пред акцију.

Смене тимова на акцији доброволjnог давања крви формирати тако да се поштује неколико смernica:

- одредити „вођу“ смене, одговорног за цео смески тим,
- тим формирати тако да се у њему налази најмање један волонтер са искуством са prethodnih akcija; time се постиже delotvornost kvaliteta rada, ali i edukacija na licu mesta eventualnih novih volontera,
- увек, сваки волонтер пре учешћа на акцији мора добити основну edukaciju u svojoj организацији Crvenog krsta, а њу ће му прužiti исkusniji волонтери/STRUČNI saradnik/sekretar,
- за потребе дејurstva на акцији доброволjnог давања крви потребно је припремити sledeće:



Pri realizaciji akcije
dobrovoljnog давања
крви у локалној
задјеници, дејзвни
волонтери Crvenog
krsta jesu прва слика
о организацији Crvenog
krsta коју добровољни
даваoci vide.



Vodite računa o broju volontera koji dežuraju – mali broj može dovesti do brzog zamora volonterskog kadra u slučaju da se tokom godine organizuje veliki broj akcija. Iz tog razloga treba raditi na proširenju tima koji dežura na akcijama. S druge strane, veliki broj volontera može stvoriti utisak o neorganizovanosti i stvarati gužvu, te može odvratiti potencijalne davaoce krvi od akcije.

- spisak davalaca krvi koji su pozvani na akciju (iz podsistema DDK),
- dovoljno oznaka za volontere (bedževe, majice, prsluke, dukseve, uniforme, markerice i slično, u zavisnosti od onoga s čime organizacija raspolaže),
- preporuka je da se odrede i volonterski timovi koji će vršiti promociju u toku same akcije, kada je potrebno obezbediti i liflete, kao i dodatne promotivne materijale.

4.2. PRIPREMA PROSTORA

Za pripremu adekvatne lokacije za realizaciju same akcije dobrovoljnog davanja krvi, neophodno je imati u vidu:

- da li se planira da akcija bude u zatvorenom prostoru, na otvorenom ili će transfuziološka ekipa doći transfuzomobilom,
- sa koliko kreveta transfuziološka ekipa dolazi,
- koliko je davalaca najavljenog da će dati krv na akciji.

Kada su organizatori upoznati sa ovim činjenicama, pristupa se pripremi prostora. Postoje definisani standardi za izgled prostorija u kojima se odvija organizovana akcija (poslovno finansijski podsistemi DDK).

4.2.1. PRIPREMA AKCIJE U ZATVORENOM PROSTORU

Koliko dana pre akcije će se početi sa pripremom prostorija, prvenstveno zavisi od toga da li je prostor korišćen u skorije vreme. Ako nije, postoji šansa da će biti potrebno izvršiti detaljnije čišćenje i dovođenje prostora na higijenski adekvatan nivo za održavanje akcije. Sa druge strane, ako je planirani prostor prometan ili se planira i za druge aktivnosti pre akcije davanja krvi, sa pripremama se može započeti tek kada se sve aktivnosti pre akcije privedu kraju.

Osnovna pravila su da odabrana prostorija ili prostorije moraju:

- biti čiste – prebrisane, bez prašine i uredne,
- biti svetle – obezbeđena dovoljna količina prirodnog osvetljenja – prozori ili veštačko osvetljenje,
- biti provetrene – obezbediti mogućnost provetrvanja i tokom akcije,
- imati prijatnu temperaturu (ako je zima, planirati na koji način će se ugrejati prostor i koliko je vremena potrebno za to, isto važi i za rashlađivanje prostorija leti),
- imati lak pristup i blizinu mokrog čvora,
- biti dovoljno velike – da može da se postavi sva oprema transfuziološke službe,
- idealno bi bilo obezbediti više vezanih prostorija, ali ako to nije moguće, obezbediti privatnost davalaca krvi paravanima (pregradama), naročito tokom lekarskog pregleda.

Raspored u prostoru trebalo bi pripremiti pre dolaska transfuziološke ekipe, a po njihovom dolasku, uz konsultacije sa njima, izvršiti eventualne modifikacije.

Redosled koji dobrovoljni davalac krvi prolazi tokom akcije, na osnovu kojeg se planira raspored u prostoru:

A) Sto za popunjavanje upitnika – volonteri Crvenog krsta sa evidencijom dobrovoljnih davalaca krvi:

- obezbediti pozitivnu atmosferu i prijatno okruženje,
- obezbediti dovoljno prostora za sedenje za sve davaoce koji dolaze na akciju, kao i dovoljno prostora na kojem se mogu popunjavati upitnici,
- u slučaju dolaska većeg broja davalaca obezbediti i dodatne stolice ili klupe,
- zamoliti davaoce da popune upitnike,
- zamoliti davaoce da vam obezbede potrebne podatke za evidenciju davalaca,
- odgovoriti na eventualna pitanja ili davaoce usmeriti ka članu transfuziološkog tima koji im može dati najprecizniji odgovor,
- nakon popunjavanja upitnika usmeriti potencijalnog davaoca ka operateru transfuziološke službe i podsete ga da ukoliko je već davao krv, a skorije menjao broj telefona, to napomenite operateru da bi ovaj evidentirao eventualnu promenu, a radi buduće komunikacije.

Sve ovo treba da teče nesmetano, uz najmanje moguće zadržavanje, usmeravanjem potencijalnih davalaca krvi na naredne korake, do operatera.

B) Operater – osoba koja je zadužena da obezbedi kvalitetan i pouzdan prijem, kao i registraciju davalaca krvi:

- obezbediti sto i najmanje dve stolice (jednu za operatera i jednu za davaoca krvi koji je trenutno na tom punktu),
- obezbediti izvor električne energije (često je potreban produžni kabl sa više ulaza).

C) Tehničar 1 – osoba koja je zadužena za proveru krvne grupe i nivoa hemoglobina u krvi:

- obezbediti sto i najmanje dve stolice (jednu za tehničara i jednu za davaoca krvi koji je trenutno na tom punktu),
- preporuka je da se omogući da davaoci krvi budu u vidnom polju tehničara kako bi mogao da priskoči u pomoć u slučaju gužve ili u slučaju komplikacija prilikom davanja krvi,

D) Lekar – osoba zadužena za adekvatnu selekciju dobrovoljnih davalaca krv na osnovu lekarskog pregleda i kriterijuma za trajno isključivanje i privremeno odlaganje davanja krvi:

- obezbediti sto i najmanje sve stolice (jednu za lekaru i jednu za davaocu krvi koji je trenutno na tom punktu),
- obezbediti privatnost paravanima ili odvajanjem u drugu prostoriju,
- isplanirati prostor tako da je lekar u blizini davalaca krvi koji u tom momentu daju krv kako bi ih povremeno vizuelno pratilo i po potrebi, u što kraćem roku zbrinuo,

E) Tehničar 2 – osoba zadužena za postupak davanja krvi i bezbednost svakog davaoca tokom tog postupka:

- obezbediti najmanje jedan veliki sto na koji će se postaviti kese sa krvlju, epruvete, vase, dokumentacija i ostala potrebna oprema,
- obezbediti dovoljno prostora da se postave svi planirani kreveti – najmanja površina od 1,5m x 2,5m po krevetu,
- obezbediti dve stolice za tehničara, kao i onoliko stolica koliko ima kreveta,
- kreveti moraju biti u blizini prirodnog izvora svetlosti kako bi se lakše punktirala vena,
- kreveti moraju biti u blizini prozora kako bi se oni mogli otvoriti po potrebi.

F) Servirka – osoba zadužena da tokom „zahvalnog obroka“ prati davaoca krvi posle davanja krvi:

- obezediti više stolica ili klupa, kao i stolova za davaoce nakon date krvi,
- obezbediti jedan sto na kojem će servirka pripremiti posluženje za ljude koji su upravo dali krv.

Nakon date krvi, za davaoce koji su dali krv prvi ili peti put, uručiti bedž za datu krv, a koje organizacije Crvenog krsta trebaju od Crvenog krsta Srbije pre same akcije.

4.2.2. PRIPREMA AKCIJE NA OTVORENOM PROSTORU

Akcija dobrovoljnog davanja krvi može se realizovati i na otvorenom prostoru, što je posebno značajno za planiranje akcija tokom leta – kada većina stanovništva provodi slobodno vreme na bazenima, jezerima i slično.

U takvim situacijama potrebno je obezbediti sve uslove kao i kada je pitanju zatvoren prostor, uz obavezno planiranje tendi, suncobrana ili drugih oblika natkrovnih konstrukcija kako bi se sprečilo direktno dejstvo sunčevih zraka.



Otvoren prostor na
kom se odvija akcija
ostavlja mnogo mesta
za promociju,
pripremi se!

Ovakvo planiranje akcija nosi veliki rizik od nepovoljnih vremenskih uslova (visoke temperature, kiša, vetar i slično), te se preporučuje pronaalaženje „rezervne lokacije“ u zatvorenom prostoru ili planiranje takve lokacije koja omogućava zaštitu od vremenskih uslova (kao što su natkrivene terase ili galerije).

4.2.3. PRIPREMA AKCIJE SA TRANSFUZIOMOBILOM

Transfuziomobil je autobus posebno prilagođen za potrebe transfuziološke službe. U njemu se nalazi prostor za tehničare, lekarski pregled i kreveti za davanje krvi. Građani pre ulaska popunjavaju upitnik ispred transfuzomobila – tu se nalaze sto i stolice. Pošto osoba popuni upitnik, ulazi u transfuziomobil, sprovode se potrebne provere i pregledi, potom daje krv i na kraju izlazi na druga vrata. Ispred se nalazi posluženje, tzv. „zahvalni obrok“. Davaocu ga uručuje član ekipe transfuziološke službe zadužen za to. Volonteri se nalaze ispred transfuziomobila i ne treba da ulaze u njega da ne bi remetili tok akcije, osim ako su pozvani i ukoliko od članova ekipe dobiju dozvolu da uđu.

Ovakav način realizacije akcije ima niz prednosti:

- manje su tehničke potrebe transfuzomobila (nije potrebno obezbediti postorije i privoditi ih nameni),
- „pokriva se teren“ na kojem ne postoje uslovi da se akcija realizuje u za to pogodnom prostoru (na primer, obezbeđena je klimatizacija, pa se na ovaj način prevazilaze problemi kod akcija koje su planirane tokom leta na otvorenom prostoru),
- brendirani autobus je atraktivn i predstavlja odlično sredstvo promocije akcije dobrovoljnog davanja krvi.

U godišnjem kalendaru akcija posebno se naznačava koje će se akcije realizovati transfuziomobilom, s obzirom na to da je za to potrebno planirati:

- prilaz predloženoj lokaciji za parkiranje transfuzomobila – ne zaboraviti da je potrebno odrabiti mesto do kojeg autobus može doći,
- ravnu površinu u dužini od najmanje 13 metara kako bi se transfuziomobil mogao pravilno parkirati,
- priključak za struju sa standardnom utičnicom ili agregat (udaljen dovoljno da buka ne remeti akciju davanja krvi),
- vidljivost oko autobusa – aktivnosti volontera Crvenog krsta, brendiranje, pozivanje na akciju, promocija, itd.

5. AKTIVNOSTI KOJE SE REALIZUJU NAKON ZAVRŠETKA AKCIJE

Izuzetno je važno na pravilan način završiti akciju dobrovoljnog davanja krvi. Nakon akcije i posle odlaska poslednjeg davaoca krvi na akciji, organizator i šef transfuziološke ekipe potpisuju izveštaj o akciji, u dva primerka. Nakon popunjavanja potpisati formular, zadržati jedan primerak, drugi dati transfuziološkoj službi. Samo na ovaj način je i formalno potvrđeno da je akcija realizovana i u formularima su naznačeni svi uslovi pod kojima se ona sprovodila. Ova dokumentacija predstavlja pisani trag u kojem su Crveni krst i transfuziološka služba dali tačne informacije o broju davalaca, broju onih koju prvi put daju krv, broju odbijenih, uslove rada, eventualnih problema u radu (ne zaboraviti i pohvale ako je saradnja bila uspešna), kao i dodatne komentare. Ovi podaci obezbeđuju mogućnost statističke obrade, ali i poboljšanje uslova rada ako su uočeni neki problemi. Takođe, na osnovu ovih formulara se određuju i pozitivni primeri sa terena koji mogu predstavljati primere dobre prakse.

Značajan deo nakon završetka akcije davanja krvi je evaluacija, odnosno razmatranje uspešnosti akcije:

- da li je došao planirani broj davalaca – ako nije, koji su razlozi za to,
- da li je potrebno menjati nešto u promociji, planiranju i realizaciji akcije.

Pre odlaska sa mesta realizovanja akcije davanja krvi potrebno je raspremiti prostor. Ne ostavljati đubre i nered za sobom, već obezbediti da se taj prostor nesmetano koristi nakon odlaska svih realizatora, treba ga ostaviti uvek u boljem stanju nego što smo ga zatekli.

Odrediti volontere koji će skinuti plakate za informisanje potencijalnih davalaca o akciji dobrovoljnog davanja krvi.

Obavezno informisati javnost o realizovanoj akciji i broju prikupljenih jedinica, javno se zahvaliti davaocima i najaviti sledeću akciju.



Vaša organizacija
Crvenog krsta se stara
o organizaciji ovih
događaja, priključite se
i pomozite!

5.1. BRIGA O DAVAOCIMA

Skupovi davalaca krvi kao promotivna aktivnost

Značajna komponenta motivacije građana da daju krv jeste briga o davaocima i organizacija aktivnosti koja ne podrazumeva samo davanje krvi, već i zahvaljivanje davaocima koji su pokazali humanost na jedan od najlepših načina.

Za davaoce se mogu organizovati:

- druženja – lokalna, međuopštinska, međunarodna,
- sportski susreti,
- prijemi i svečanosti.

Svaki skup davalaca krvi, posebno skupovi za uručenje priznanja za višestruke davaoce, poželjno je da ima promotivnu ulogu. Skupovi višestrukih davalaca krvi organizuju se kada se uručuju priznanja za dobrovoljno davanje krvi. Davaocima koji su krv dali 10 ili 20 puta uručuje se zahvalnica. Višestruki davaoci, koji su krv dali 35, 50, 75 i 100 puta, dobijaju posebne plakete.

Uvek takvim događajima prisustvuju i osobe koje nisu davaoci krvi, pa treba iskoristiti ovu lepu priliku da se senzibiliju na davanje krvi i prihvate naše naredne pozive za akciju.

Ukoliko i mediji proprate ovakav skup, velika je verovatnoća da će na ljude koji gledaju prilog ova informacija naići na odobravanje.

Svaki davalac koji je krv dao jednom ili pet puta dobija bedž. Poželjno je da to bude na samoj akciji dobrovoljnog davanja krvi. Priznanja koja se uručuju davaocima krvi organizacije Crvenog krsta trebaju se od Crvenog krsta Srbije.

VOLONTIRANJE U DDK

Volontirati se može na različite načine: učešćem u pripremi, realizaciji akcije, kao i nakon akcije dobrovoljnog davanja krvi. Važi sledeće pravilo: uspeh jedne akcije DDK meri se nivoom aktivnosti preduzetih između buduće i prethodne akcije.

Motivaciona uloga saradnika i volontera u DDK:

Ovo je važna uloga u kojoj motivator rešava probleme na koji način i kojim putevima da razvija, podstiče i održava radozonalost i saznajnu glad kod građana – kako da motiviše ljude da razmišljaju o teško razumljivim sadržajima, često van sfere interesovanja, kad ne vide direktnu svrhu i moguću primenu na sopstveni život, pri čemu postoji mnogo opravdanja da se o tome govori, kao u DDK.



**Priznanja za davaoce
krvi uručuju se za 1,
5, 10, 20, 35, 50, 75. i
100. davanje krvi.**



**U poslovno
finansijskom sistemu
Crvenog krsta Srbije
definisan je poseban
deo podsistema DDK
koji sadrži: ček-listu
za akciju dobrovoljnog
davanja krvi, spisak
za upis davalaca krvi,
zapisnik sa akcije
dobrovoljnog davanja, a
podistem DDK sadrži i
podatke o dobrovoljnim
davaocima krvi.
O ovome se treba
informisati kod
zaposlenih iz
organizacije Crvenog
krsta.**



**U dogовору са
стрћном службом
ваše организације
Crvenog krsta направите
јединствену чек-листу за
сваку акцију, користите
иһ да бисте себи олакшали
све кораке, односно
као подсетник**



**Реченица рећена уз
осмех: „Želite ли да
nekome spasete
život?”, довољна је да
бисте некога на трен
зауставили, односно
добили прилику да се
обратите са конкретном
информацијом да
је у току акција
добровољног давања
крви уз информацију
да колико сати траје и
позивом да их чекамо,
јер без њих неће моći
да се леће или излече
грађани који зависе од
трансфузије.**

Volonter u davalashtru kri treba da razvija unutrašnju motivaciju građana:

- korišćenjem postojećih interesovanja osobe da bi se ideja i informacija učinila smislenijom i zanimljivijom,
- buđenjem interesovanja za temu koja se izlaže zanimljivim primerima i sopstvenim primerom,
- pravljenjem prijatne i zanimljive atmosfere,
- korišćenjem pozitivnih potkrepljenja poput pohvale i isticanja za željeno ponašanje građana.

Jasan raspored aktivnosti, spisak za proveru obavljenih koraka, tzv. ček-lista predstavljaju veoma koristan alat, jer olakšavaju uspešno sprovođenje svih planiranih zadataka u akciji. Sastoje se od spiska svih planiranih koraka redosledom kojim se odvijaju i ima definisan prostor u kom možemo da obeležimo zadatke koje smo obavili, spisak osoba sa brojem telefona, kontakt službeno zadužene osobe za akciju, sve treba pripremiti pre akcije kako bi pre ili tokom akcije mogli da uspostave komunikaciju ako to bude bilo potrebno.

Upustva za volontere u davalashtru kri

Ne može se preceniti značaj dobrog objašnjenja za volonterski zadatak. Dobro objašnjenje treba da je kompletno, koncizno i razumljivo.

Uspešna poruka u regrutovanju davalaca:

- povećava nameru onih kojima je upućena,
- kreira pozitivan stav prema dobrovoljnem davanju krvii,
- odgovara na društveni pritisak,
- podiže osećanje samoufikasnosti osobe,
- uverava je da je давање крви нешто за шта је sposobна.

Posle takve poruke osoba razmišlja: „Dati krv je dobra stvar, društvo je odobrava, a i lako se постиже – да, ja mogu biti davalac krvii.”

„DEŽURSTVO NA AKCIJI“ ILI „ŠTA JA RADIM OVDE?!”

Suština aktivnosti volontera na mestu odvijanja akcije ima pre svega promotivni karakter – iskušto je pokazalo da svaka akcija DDK ima za pet jedinica krvii više nego kada se odvija bez promocije, a ideja je da se izazove pažnja prolaznika, ostvari pozitivna i lepa atmosfera u okruženju akcije, informišu radoznali građani o aktivnosti koju mogu da primete prolazeći, te pozovu na dobrovoljno давање крви. Veliki broj ljudi se neće odlučiti da tom prilikom da krv, međutim, praksa je pokazala da ukoliko smo dovoljno prisutni u životima građana, ukoliko se o davalashtru afir-



Ako je reč o „dežurstvu na akciji”, kako se često naziva učešće volontera u promociji dobrovoljnog davanja krvi tokom same akcije DDK, treba ga shvatiti veoma kreativno, nikako kao dežurstvo.



Kada god si u prilici, pre akcije, tokom akcije i između dve akcije, promoviši dobrovoljno davanje krvi!



Ključno pravilo: Ne odustaj lako! Drugo ključno pravilo – odmeri kad je dosta.

mativno govori, postepeno raste svest kod ljudi o neophodnosti davanja krvi i oni kasnije lakše donose odluku da to i učine.

Svakako, treba imati liflete o davalashtru pri ruci, kako biste građanima mogli i da ih uručite ukoliko ih žele. Liflete o davalashtru nemojte davati uguravajući ih u ruku sagovorniku – iskustvo je pokazalo da će ga odmah baciti, jer će se osećati primoranim da ga uzme i čita, a primoravanje, naravno, нико ne voli. Ponašajte se prema tom materijalu kao neprocenjivo važnom, koristite ga u razgovoru, držite u rukama, objasnite šta sve sadrži, opet ne otkrivajući sve, da biste izazvali interesovanje kod sagovornika. Tek tada liflet ili neki drugi materijal predajte u ruke sagovorniku, više će ga ceniti i želeti da ga pročita. Motivisanje građana za dobrovoljno davanje krvi počinje pravilnim informisanjem.

Najgore što možemo učiniti jeste da nezainteresovano stojimo na licu mesta ili u grupicama okretnuti jedni prema drugima i tiho razgovaramo dok dolaze i odlaze davaoci krvi, dok teče akcija – to deluje odbojno, šalje poruku da nas ne interesuje preterano šta se tu zbiva i da nas je neko „naterao” da odstojimo svoju smenu. Bolje ne biti prisutan na akciji nego samo „postojati” na akciji.

Možete početi komunikaciju sa rečenicom: „Dobar dan, danas je akcija dobrovoljnog davanja krvi, jeste li došli da nam se pridružite?”, ili „Neophodni su nam ljudi poput vas, želite li da date krv?”, ili „Dobili ljudi imaju vremena za spasavanje života, u toku je akcija...“. Cilj jeste zaustaviti osobu kojoj ćemo se potom obratiti sa više rečenica.

Tokom akcije, kada god ti se ukaže prilika, a da ne remetiš već preuzete obaveze – uzmi par lifleta i „napravi krug” – prošetaj se ispred prostora gde je akcija, komuniciraj sa prolaznicima, pozovi ih na akciju, podstakni ih da te pitaju o davalashtru krvi – za sve postoji prvi put: i za tebe, a i za osobu kojoj se obraćaš – možda je njoj prvi put da je neko zove na akciju, možda nikada o tome nije razmišljala, možda ne može danas da dâ krv, ali može drugi put. Ostavi prostor da se osoba priključi „našoj priči” – možda će pored toga što će postati davalac postati i volonter Crvenog krsta. Ne možeš da znaš ako ne probaš! Nemoj da se obeshrabriš ako te odbije – „daj kredita” drugima: sigurno i sam odbiješ ono što te nije zainteresovalo... ali uvek postoji prvi put... A biće još prilika.

Nedovoljna informisanost i zablude

Često ćete se sretati sa različitim netačnim informacijama u vezi sa davalashtrrom krvi. Na vama je da upotrebite svoje komunikacione veštine i da činjenicama, znanjem i odgovorom oblikovanim prema vašem sagovorniku ukažate i otklonite postojeće zablude. Pred vama su kratka uputstva kako treba komunicirati sa izgovorima vaših sagovornika:

AZBUKA POZITIVNIH ODGOVORA U DAVALAŠTVU KRVI

„ODGOVORI NA IZGOVORE”

Izgovor	Odgovor
„Ako dam krv jednom, moraću stalno.“	Davanje krvi ne izaziva nikakvu zavisnost. Krv se može dati jednom i nikad više.
„Bojim se krvi.“	Ni ja ne volim da gledam krv, dovoljno je da okreneš glavu dok traje davanje krvi.
„Dajem krv na akcijama, a onda mi traže da dam namenski.“	Za hitne slučajeve, krvi uvek mora biti. Iz tog razloga, kad je nema dovoljno, a to je zato što nema dovoljno krvi u svakom trenutku dolazi do tzv. namenskog davanja, odnosno davanja krvi za nama poznatu osobu. Kako su to obično tzv. hladne operacije, pacijent može da sačeka, jer mu život nije ugrožen. Onog trenutka kada damo krv, mi prestajemo da „pitamo“ za nju. Njom raspolaze struka, odnosno, primena krvi zavisi isključivo od hitnosti slučaja, a ne od naših želja. Lekar neće dozvoliti da neko umre, jer nema krvi zato što smo mi dali namenski krv za životno ugroženog pacijenta. Lekar će uvek odrediti prioritet primanja krvi prema hitnosti. Ako krv dajemo isključivo namenski, zapitajte se ko će onda dati krv ako vama slučajno bude potrebna, a život vam od toga zavisi u tom trenutku? Krv treba da čeka pacijenta, a ne pacijent krv.

Izgovor	Odgovor
„Daću krv samo članu svoje porodice.“	<p>Ukoliko je nekoj nama bliskoj osobi potrebna krv hitno, mi je ne možemo dati, jer je potrebno najmanje 6–8 sati da se krv obradi.</p> <p>Ako situacija nije hitna, mi možemo ponuditi krv za našeg bliskog, ali može da se desi da nemamo istu krvnu grupu i da naša krv ne može da se primeni kod nama bliske osobe.</p> <p>Ako dajemo krv nama nekoj bliskoj osobi, mi smo u stresu. Ako smo pod stresom može da se desi da nas lekar odbije da damo krv, jer u tom trenutku ni-smo u najboljoj formi.</p> <p>Zato krv treba da čeka pacijenta, a ne pacijent krv. Davaoci krvlji daju krv prema principima dobrotolj-nog, nenagrađenog i anonimnog davanja krvlji što znači zato što sami žele, za nekog koga ne poznaju, ne очekujući bilo kakvu nadoknadu, da bi je bilo za svakoga.</p>
„Zašto ja da dajem krv, zar to ne rade davaoci?“	<p>Ko, ako ne vi? Ko su davaoci? To su naši građani, poput vas!</p> <p>Ništa se ne dešava samo od sebe, niko neće dati krv umesto vas. Svi zdravi građani starosti između 18 i 65 godina treba redovno da daju krv da bi bilo dovoljno krvlji za pacijente kojima je ona medicinski indikovana, među kojima možemo biti svi. Građani koji su davaoci krvlji obavljaju svoju moralnu obavezu dajući krv, a Vi?</p>

Izgovor	Odgovor
„Žene već daju krv, one imaju ciklus.“	I žene kao i muškarci mogu biti davaoci i primaoci krvi. Upravo zato što kroz mesečni ciklus gube krv, žene mogu davati bez bojazni za svoje zdravlje krv na svakih 16 nedelja, za razliku od muškaraca koji mogu davati krv na 12 nedelja. Žene ne treba da daju krv u toku ciklusa. Ali, kada nemaju ciklus, a zdrave su i starosti su između 18 i 65 godina, mogu i treba da daju krv.
„Ja nisam davalac krvi.“	Postanite! Nije teško ako imate između 18 i 65 godina i ako ste zdravi, objasniču vam proceduru.
„Krv se prodaje.“ „Krv se izvozi.“	Krv je nacionalni resurs i svakoj zemlji su potrebni davaoci krvi iz sopstvene zemlje. Krv se ne razmenjuje između zemalja. Čak i da hoćemo da je prodamo, druge zemlje je ne bi kupile, jer je krv nacionalni resurs. U našoj zemlji je to zakonom regulisano i postoji trag krvi od davaoca do primaoca koji prati služba za transfuziju. Rad sa krvljom je odgovoran posao koji povlači sa sobom krivičnu odgovornost. U svakom trenutku se zna koja jedinica krvi je primenjena i gde. Transfuziologija je skupa grana medicine. Sve oko krvi mnogo košta, a sama krv nema cenu. Uzimanje novca za davanje krvi je krivično delo, to ste obavezni da prijavite policiji, inače ste saučesnik.
„Lako je tebi da se time baviš, nemaš decu.“	Baš zato što imate decu i porodicu i treba da brinete o njihovom zdravlju, trebalo bi da budete prvi u davanju krvi jer svakome može biti potrebna krv, pa i vama i vašoj porodici.

Izgovor	Odgovor
„Ljudi o tome ne znaju dovoljno, ne postoji dovoljno informacija.“	Pored svih aktivnosti koje sprovode Institut za transfuziju krvi Srbije, Zavod za transfuziju krvi Vojvodine, Zavod za transfuziju krvi Niš i Crveni krst Srbije, kampanja i promocije akcija, od volontera i od davalaca krvi se очekuje da šire informacije među ljudima sa kojima se svakodnevno viđaju, druže i rade, počevši od svoje porodice, preko suseda, pa na druge građane! Sve ove pružene informacije širite dalje i to neprekidno, a kada je potrebno možete kontaktirati ili sa transfuziološkom službom ili Crvenim krstom i saznati sve što vas zanima.
„Malokrvan/malokrvna sam.“	„Uzimaš li terapiju za malokrvnost, proveravaš li redovno krvnu sliku?“ Ukoliko je odgovor ne, objasniti da tokom jednog dana može doći do promene hemoglobina u krvi, da se lako utvrde činjenice proverom na samoj akciji. Na akciji davanja krvi, posle popunjavanja upitnika, proverava se nivo hemoglobina (gvožđa) u krvi. Ukoliko se ustanovi da je osoba malokrvna, ona ne može biti davalac. Suština davanja krvi jeste pomoć pacijentu bez škodljivosti po davaoca krvi. Dakle, ne postoji mogućnost da će osobi biti dozvoljeno davanje krvi ukoliko joj se time ugrožava život.

Izgovor	Odgovor
„Namenski smo dali krv, a transfuzija je dala tu krv drugome.“	Za hitne slučajeve, krvi uvek mora biti. Zato, kad je nema dovoljno dolazi do namenskog davanja, odnosno davanja krvi nama poznatoj osobi. Kako su to obično tzv. hladne operacije, pacijent može da sačeka jer mu život nije ugrožen. Onog trenutka kad damo krv, mi je kao davaoci predajemo sistemu zdravstvene zaštite. Njom raspolaže struka, odnosno, davanje krvi zavisi isključivo od hitnosti slučaja što procenjuju lekari, a ne od naših želja. Lekar neće dozvoliti da neko umre jer nema krvi zato što smo mi dali namenski krv za pacijenta kome život nije ugrožen.
„Ne dajem krv iz verskih razloga.“	Motivacija građana za dobrovoljno davanje krvi je zato i poverena Crvenom krstu, organizaciji koja svojim principima garantuje da ljude ne deli ni po kojoj osnovi, pa ni po veri. A krv je nacionalni resurs i svakoj zemlji su potrebni davaoci krvi jer se pacijenti ne mogu lečiti bez ovog tkiva. Jedan broj naših akcija dobrovoljnog davanja krvi odvija se u verskim objektima i crkve kod svojih vernika propovedaju dobrovoljno davanje krvi. Zar nisu svi ljudi dragi Bogu, da li treba praviti razliku?
„Nemam dovoljno ni za sebe.“	Ako neka osoba nema dovoljno krvi ni za sebe, ona ne može biti živa, već ta osoba umire. Ako se sumnja na malokrvnost, treba znati da je to promenljiva kategorija i jednom ustanovljena malokrvnost ne mora značiti doživotnu. Na akciji davanja krvi, posle popunjavanja upitnika, proverava se nivo hemoglobina (gvožđa) u krvi. Ukoliko se ustanovi da je osoba malokrvna, ona ne može biti davalac. Suština davanja krvi jeste pomoći pacijentu bez škodljivosti po davaoca krvi. Dakle, ne postoji mogućnost da će osobi biti dozvoljeno davanje krvi ukoliko joj se time ugrožava život.

Izgovor	Odgovor
Nezadovoljstvo davalaca	<p>Razlozi njihovog nezadovoljstva su različiti i često nemaju veze za dobrovoljnim davanjem krvi.</p> <p>Treba biti ljubazan, ali ne trošiti energiju na raspravu. Ukoliko posle nekoliko vaših ljubaznih rečenica nezadovoljstvo nije manje ili neutralisano, treba potražiti pomoć profesionalaca – iz Crvenog krsta ili transfuziološke službe.</p>
„Nemam vremena.“	<p>„Dobri ljudi uvek imaju vremena. Sigurni smo da ste i vi među njima.“</p> <p>„Sve što radite možete raditi i drugi put, a kad izdvojite svojih pola sata, možete spasiti drugom život.“</p> <p>Organizacija Crvenog krsta u jednoj sredini planira akcije sa transfuziološkom službom. Ukoliko postoji potreba, akcije se prilagođavaju terminima što priблиžnije želji davalaca krvi. Davaoci krvi mogu takođe van organizovanih akcija dati krv u službi transfuzije krvi – dati konkretne informacije kad i gde se mogu javiti da daju krv kada budu imali vremena.</p>
„Ne mogu danas.“	<p>„U redu, zovemo te na sledeću akciju“ ili „O.K. dođi“ (dati informacije kad i gde) ukoliko je osoba koju motivišemo da dođe na akciju naš vršnjak.</p> <p>Ukoliko je odrasla osoba, objasniti kad i gde može dati krv u narednim danima.</p>

Izgovor	Odgovor
„Nisam siguran/sigurna da sam zdrav/zdrava.“	<p>Porazgovarati sa osobom i shodno odgovorima, utvrditi da li je u pitanju neka zabluda o kojoj dovoljno znate da biste mogli dalje da komunicirate ili je zaista u pitanju zdravstveni problem. Možete pitati: „Da li ste se u poslednje vreme osećali loše i bili do lekara ili...?“ i u zavisnosti od odgovora, zahvaliti se (ukoliko je u pitanju zdravstveni problem), ponuditi razgovor sa ekipom transfuziološke službe (ako je pitanje zdravstvene prirode) ili dati umirujuću poruku, ukoliko je strah u pitanju npr:</p> <p>„Nije cilj dati krv, cilj je da se uzeta krv primeni. Pri-meniće se samo krv potpuno zdravog davaoca. Neće vam sigurno uzeti krv ukoliko niste potpuno zdravi, jer se brine o zdravlju i davaoca i primaoca“.</p>
„Strah me je od igle.“	<p>„Ne morate da gledate, dođite na akciju da vidite kako izgleda.“ Ubod igle se vrši na pregibu lakta gde najmanje boli, ali to čak manje boli nego ubod iglice u prst. Koliko ste se puta udarili slučajno, a to nikome nije pomoglo? Ovaj zanemarujući bol ima svoju svrhu spasava ili produžava život.</p>
„Strah me je za sopstveno zdravlje.“ „Mogu da se zarazim.“	<p>Davanje krvi je potpuno bezbedno. Pre svega, prolazi se lekarski pregled, pa tek ako lekar proceni da je zdravlje potencijalnog davaoca dobro, pristupa se daljоj proceduri davanja krvi. Ceo sistem za uzimanje krvi je za jednokratnu upotrebu i otvara se pred očima davaoca. Davalac dolazi u kontakt isključivo sa sopstvenom krvlju i ni sa čijom drugom što bi na bilo koji način moglo da ugrozi njegovo zdravlje. Neće vam sigurno uzeti krv ukoliko niste potpuno zdravi, jer se brine o zdravlju i davaoca i primaoca.</p>

Izgovor	Odgovor
„Sportista sam, pa zato ne mogu da dajem krv.“	Upravo suprotno, davaoci krvi su pre svega zdravi ljudi, što važi i za sportiste. Možda trenutno ne možete da date krv, jer ste pod posebnim naporima, ali čim to prođe, možete i treba da date krv.
„Termini za davanje krvi mi ne odgovaraju.“	Organizacija Crvenog krsta u jednoj sredini planira akcije sa transfuziološkom službom. Ukoliko postoji potreba, akcije se prilagođavaju terminima što približnije želji davalaca krvi. Davaoci krvi mogu takođe van organizovanih akcija dati krv u službi transfuzije krvi. Treba dati konkretnе informacije kada i gde mogu dati krv. (Uputiti ih na sajtove transfuzioloških službi ili Crvenog krsta.)
„To mi je ceo dan izgubljen, posle ne mogu ništa da radim.“	Ako svakodnevno dižete tegove, to je tačno. Međutim, ako imate uobičajene aktivnosti kao i svaki drugi dan, sve možete raditi posle davanja krvi, a „izgubićete“ samo pola sata.
„Šta ja imam od toga?“	Davaoci krvi kažu da imaju lep osećaj zato što znaju da su nekom pomogli. Svaki pojedinac na taj način obezbeđuje dovoljne količine bezbedne, testirane krvi koje su siguran znak da će za svakoga kome bude potrebna biti primenjena. Iskustva govore da svaki četvrti čovek bude u situaciji da je njemu ili nekom njegovom najbližem potrebna krv. Davanje krvi možete posmatrati i kao životno osiguranje: dajte sada da biste imali ako bude potrebna.
„Što da dajem krv ja, što ne daju krv lekari?“	I lekari daju krv, ali ne samo oni. U populaciji lekara i uopšte medicinskog osoblja isti je procenat zastupljenosti davalaca krvi kao u opštoj populaciji. Trebalo bi da svi mi koji smo zdravi i imamo između 18 i 65 godina dajemo krv, bez obzira na profesiju.

NAJČEŠĆA PITANJA NA AKCIJI:

„Možeš li ti da mi popuniš upitnik?“

„Kad će mi stići knjižica davaoca?“

– pita me davalac krví. Ja se osmehnem i ljubazno mu odgovorim: „Upitnik treba da popunite Vi jer su to Vaši odgovori na pitanja i to je dokument koji Vi potpisujete.“

(Dušan, volonter Crvenog krsta Kovin)

– pita me davalac krví. Kažem: „Najbolje bi bilo da pitate operatera, a obično nam donesu knjižice kad dodu na narednu akciju“ – misleći na ekipu transfuzije

(Milan, volonter Crvenog krsta Kovin)

„Mogu li da dobijem potvrdu da sam danas dao krv?“

„Smem li da slažem da nisam pila lekove?“

– pitaju me. „Možete“ – kažem – „kad date krv, dobićete je od lekara.“

(Olga, volonter Crvenog krsta Kovin)

– pita me devojka. „Naravno da ne“ – uz osmeđenje odgovaram. „Posavetuj se sa lekarom ekipe, oni će ti tačno reći da li možeš da daš krv, i kada“ – i otpratim je do nekoga iz transfuzije.

(Petar, volonter Crvenog krsta Kraljevo)

„Koliko će to trajati?“

„Ja nisam nikad ništa dobio...“

– pita me neodlučna devojka. Osmehnem joj se i kažem: „Najduže traje popunjavanje upitnika.“ U stvari, izbegnem tačan odgovor, jer mnogo zavisi od toga da li je gužva, ne bih da je pokolebam, ali nastavim: „Verujem da će sve teći koliko god može brzo, ali procedura mora da se završi, pre svega zbog tvoje bezbednosti.“

(Milica, volonter Crvenog krsta Kraljevo)

– žali se davalac. Saslušam je i ljubazno uputim na prisutnog saradnika Crvenog krsta, i uz osmeđenje kažem: „Ja samo pomažem i nemam te informacije, ali sigurno će moći da vam odgovori...“

(Jelena, volonter Crvenog krsta Novi Beograd)

11. MAJ/NACIONALNI DAN DOBROVOLJNIH DAVALACA KRVI

U okviru Nedelje Crvenog krsta, 8–15. maja, Crveni krst u Srbiji 11. maja obeležava Nacionalni dan dobrovoljnih davalaca krvi. Ovaj dan se obično obeležava svečanom dodelom priznanja višestrukim dobrovoljnim davaocima krvi (prijemom davalaca krvi u Skupštini grada ili opštine, ili na sličan prigodan način) akcijom dobrovoljnog davanja krvi ili nekim događajem u vezi sa promocijom davalštva krvi (prigodan program, druženje u prirodi i sl.), uručenjem nagrada najboljim učenicima na umetničkom konkursu „Krv život znači”, a nekada se i svi ovi načini objedine i ceo dan posveti dobrovoljnem davalstu krvi. To je prilika da se uputi zahvalnost dobrovoljnim davaocima krvi na njihovom vremenu, humanosti i posvećenosti tom plemenitom činu. Nositac ove aktivnosti je Crveni krst u gradu ili opštini.

14. JUN/SVETSKI DAN DAVALACA KRVI

Svakog 14. juna širom sveta se održavaju aktivnosti u cilju iskazivanja zahvalnosti svim ljudima dobre volje, koji daju deo sebe za spas drugih. Ovaj datum se obeležava u čast rođendana Karla Landštajnera koji je otkrio ABO krvno-grupni sistem.

Međunarodni dan davalaca krvi, počevši od 1995. godine, a Svetski dan zdravlja od 2000. godine, tematski su uglavnom bili usredsređeni na bezbednu krv. Prvi Svetski dan davalaca krvi obeležen je 14. juna 2004. godine. Sve ranije sprovedene inicijative, kao i veoma rasprostranjeno interesovanje za ovu oblast, doveli su do usvajanja Rezolucije WHA58.13, na Svetskoj zdravstvenoj skupštini (World Health Assembly/SZS) održanoj 2005. godine, kada je Svetski dan davalaca krvi ustanovljen kao događaj koji će se obeležavati jednom godišnje. Tom prilikom upućen je i poziv svetskoj javnosti za najširu moguću međunarodnu podršku. Ova rezolucija je upućena svim međunarodnim organizacijama i agencijama koje se bave bezbednošću krvi na globalnom planu, kao poziv na saradnju i davanje podrške promociji Svetskog dana davalaca krvi.

Slično 11. maju, 14. jun, Svetski dan davalaca krvi, obeležava se svečano – uručenjem priznanja dobrovoljnim davaocima krvi, svečanstvima posvećenim davaocima, često sinhronim promotivnim aktivnostima, itd. Često je ovaj datum povod za druženje sa davaocima krvi, ali i da se sprovedu promotivne aktivnosti jer je veoma pogodan trenutak da se podigne svest građana da polako počinje period godine kada rezerve krvi budu značajno niže (leto) zbog odsustva ljudi, odlaska na godišnji odmor, visokih temperatura, itd. što sve utiče na manji odziv građana na akcije davanja krvi.



Karl Landštajner je bio austrijski biolog i fiziolog koji je živeo od 1868. do 1943. godine. Za svoje otkriće ABO krvno-grupnog sistema je 1930. godine dobio Nobelovu nagradu.



Primer ključne uloge volontera u promociji:
Institut za transfuziju krvi Srbije i Crveni krst Srbije organizuju posebno „vidljive” akcije tokom leta i tokom zime, tzv. „zimsku” i „letnju” kampanju dobrovoljnog davanja krvi da bi se predupredile nestaćice krvi tokom zime i tokom leta. Važno je da ove akcije budu posebno promovisane!



Pre angažovanja proveri da li je tvoj Crveni krst već preuzeo određene korake!

Povodom Svetskog dana dobrovoljnih davalaca krvi 14. juna uručuju se najviša priznanja u dobrovoljnem davalanstvu krvi „Najhumanija sredina” u Crvenom krstu Srbije: priznanja dobijaju predstavnici najuspešnija tri grada i sedam opština na osnovu rezultata iz prethodne godine. Kada god obaveze dozvoljavaju, ova priznanja u Crvenom krstu Srbije uručuje predsednik Republike Srbije.

DONATORI I SPONZORI

Ovakva dešavanja okupljaju veći broj ljudi na jednom mestu. Pre realizacije aktivnosti vezane za davalanstvo krvi ili neke druge humanitarne aktivnosti možete da kontaktirate sa lokalnim privrednim subjektima, koji bi potencijalno mogli da pomognu manifestaciju finansijski ili na neki drugi način. Pomaganjem u realizaciji aktivnosti, vezane za lokalno stanovništvo i njihovu dobrobit, privredni subjekti pokazuju svoju društvenu odgovornost prema zajednici u kojoj rade i ujedno grade svoj imidž i dobru reputaciju.

KOMUNIKACIJA S JAVNOSTIMA

Kad se obraćate, govorite ili pišete, npr. o 11. maju ili 14. junu, imajte na umu ključnih šest pitanja:

Ko? Kako se zovete?

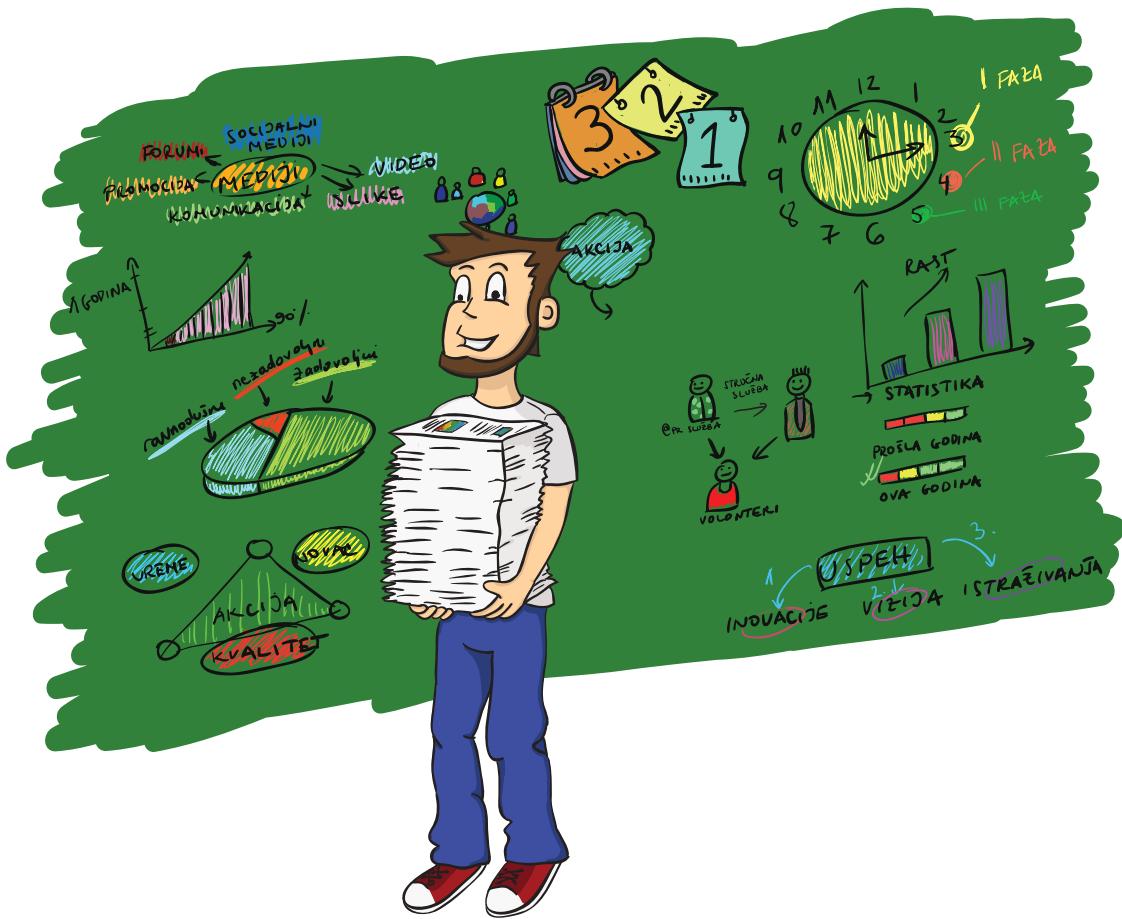
Šta? Koja je vaša organizacija?

Za koga? Za koga pravite programe?

Potreba? Koju potrebu ciljne grupe želite da zadovoljite?

Šta je drugačije? Zašto se vaš program izdvaja?

I – zašto bi nekog uopšte bilo briga za vaš program?



ŠTA TREBA DA ZNAŠ

KOMUNIKACIJA

Komunikacija je osnovni način sporazumevanja među ljudima. Ona je intenzivna, složena i različita. Čovek stalno komunicira, čak i onda kada ne govori. Svaki naš pokret, mimika lica, položaj tela ili stav šalje određenu poruku. Zato je važno razlikovati i uskladiti verbalnu (sporazumevanje rečima) i neverbalnu komunikaciju (počiva na pokretima, načinu izgovaranja reči, gestovima, do-diru, mirisu i sl.).

U komunikaciji sa budućim davaocima krvi potrebno je da pokažete entuzijazam, učitivost i ljubaznost. Važno je da se prilagodite različitim karakteristikama ljudi, ali da ne budete snishodljivi. Budite pažljivi i strpljivo odgovarajte na postavljena pitanja. Nemojte biti sigurni da ste razumeli pitanje nakon nekoliko reči. Pažljivo saslušajte sagovornika do kraja i onda formulirajte odgovor. Ponekad će biti potrebno da ponovite odgovor ili da ga preformulišete, ukoliko nije bio razumljiv.

NAJČEŠĆI OBLCI VERBALNE KOMUNIKACIJE MEĐU LJUDIMA:

1. AGRESIVNO – izražavamo misli i osećanja, ali pritom ugrožavamo prava druge osobe u želji da pokažemo svoju dominaciju, moć i kontrolu nad situacijom i ljudima.

2. PASIVNO – nemogućnost da se izraze sopstvene misli i osećanja, jer osoba ne poštuje svoje želje i potrebe, nesigurna je, njen cilj je da zadovolji drugog i da po svaku cenu izbegne konflikt.

3. ASERTIVNO – izražavamo misli, osećanja i uverenja na direkstan, otvoreni i jasan način, pri čemu uvažavamo prava i vrednosti drugih ljudi. Asertivna poruka izražava, opisuje osobu i izrečena je bez dominiranja, ponizavanja ili degradiranja druge osobe. Asertacija uključuje uvažavanje i poštovanje, ali ne i popustljivost ili priklanjanje drugoj strani iz ubeđenja da druga osoba ima veću vrednost i prava. Asertacija uključuje samopoštovanje, koje je jednak poštovanju prava i vrednosti druge osobe.

Svi smo mi u komunikaciji ponekad agresivni, ponekad pasivni, a ponekad asertivni. Važno je da znamo kako da prepoznamo ove vidove interakcije i da se trudimo da što manje komuniciramo na agresivan i pasivan način. Kada smo asertivni, osnažujemo svoje samopoštovanje, bolje se snalazimo u konfliktima, poštujemo druge, otvoreni smo za nova rešenja, ostvarujemo zdrave međuljudske odnose, razvijamo veći stepen odgovornosti.

ZABLUDU O ASERTIVNOSTI

- ASERTIVNOST NE ZNAČI USPEH PO SVAKU CENU, ODNOŠNO POBEDU U KOMUNIKACIJI.
„Ja sam u pravu, a ne ti.“
- ASERTIVNOST NE ZNAČI IZRAŽAVANJE SVEGA ŠTO MISLIMO PO SVAKU CENU.
„Što na umu to na drumu.“
- ASERTIVNOST NE ZNAČI ISTRAJNOST PO SVAKU CENU.
„Tvrdoglavo branim svoj stav.“

ASERTIVNA PRAVA

Asertivna prava omogućavaju uspešnu komunikaciju u kojoj jačamo svoje samopoštovanje. U situacijama kada ste Vi edukator, trudite se da poštujete sledeća asertivna prava:

PRAVO NA GREŠKU

Neki ljudi izbegavaju aktivnosti, situacije i komunikaciju samo da bi izbegli mogućnost da pogreše ili ne uspeju. Ukoliko pogrešite prilikom izlaganja, zapamtite – **svako može da pogreši**. Priznati to drugome nije slabost, već mogućnost zdravije komunikacije. Recite jednostavno: „*Izvinite, pogrešio/pogrešila sam...*“, i nastavite sa svojim izlaganjem.

PRAVO NA „NE ZNAM“

Možete se naći u situaciji da Vas u toku vašeg izlaganja pitaju nešto što ne znate i to je sasvim u redu. Niko od Vas ne očekuje, niti možete da znate apsolutno sve informacije u vezi sa dobrotvornim davalaštvom krvi. Nemojte misliti da ste loš izlagač ukoliko nešto ne znate. U takvoj situaciji možete odgovoriti na sledeći način: „*To je odlično pitanje koje ste mi postavili. Nisam razmišljao/razmišljala na taj način o tome. Nažalost, trenutno ne znam odgovor, ali ću se potruditi da ga saznam u što kraćem roku. Možete li mi ostaviti svoju email-adresu na koju mogu da Vam posljem odgovor na Vaše pitanje? Hvala Vam još jednom, i ja učim od Vas, kao i Vi od mene.*“ Na ovaj način izbegavate da budete izmanipulisani i kontrolisani od drugih.

PRAVO DA SE NE DOPADNEM

Ljudi „podešavaju“ ono što misle ili svoje postupke tako da se svima ili nekoj određenoj osobi dopadnu, da po svaku cenu zadobiju naklonost, pažnju, ljubav, da spreče i najmanji znak odbacivanja ili neprihvatanja. Ako se ljudi međusobno razlikuju, kakvi smo to mi ako se svima dopadamo? Ko

smo zapravo? Postoji mogućnost da se iz nekih razloga jednostavno ne dopadnete svima u publici i koliko god bili dobri motivatori i edukatori, takve osobe nećete pridobiti kao buduće davaoce krvi.

PRAVO NA SOPSTVENU LOGIKU

Ono što je nama logično ne mora da bude i drugima, ali naše je pravo da sami procenjujemo značaj i vrednost onoga čemu težimo, preuzimajući odgovornost za sopstvene izbore. Vama je možda logično da pomognete ljudima koji su u nevolji, da date krv nekome kome je potrebna, ali možete naići na ljudе koji ne dele sa vama to mišljenje, koji ne veruju ljudima, ne očekuju pomoć od drugih, pa je samim tim i ne pružaju. Vaš zadatak je da poštujete različita mišljenja, da im približite svoju logiku vezanu za dobrovoljno davalaštvo krvi, ali i da ne očekujete da će je nužno svako prihvatići.

SAMOOGOVORNOST

Samoodgovornost je kamen temeljac asertacije. Kada preuzmemos odgovornost za sopstveno mišljenje, osećanje i ponašanje, dajemo sebi slobodu izbora. Nasuprot tome, ukoliko sebi oduzmemos ovo pravo, tada najčešće odgovornost prebacujemo na nekog drugog (drugu osobu, okolnosti, višu silu). Posledica toga jeste da krivimo druge za to kako se mi osećamo ili ponašamo. „*Ti si me toliko iznervirao da sam se razbesnela!*“, „*Zbog tebe sam morala da se sramotim pred ljudima*“. Zapamtite, svako je odgovoran za svoja osećanja, mišljenja i ponašanje.

Svako ima pravo na sopstveno mišljenje i logiku, a samim tim i na kritikovanje. Ukoliko vam neko uputi kritiku, gledajte na to kao na mogućnost otvaranja prostora da pružite prave informacije, a ne kao poziv na svađu.



Izbegavajte da počnete rečenicu sa „ali“, jer na taj način pobijate sve prethodne izjave osobe sa kojom komunicirate.

PRINCIPI USPEŠNE KOMUNIKACIJE

- Ako način na koji komunicirate ne dovodi do očekivanih rezultata, promenite pristup.
- Komunikacija je daleko više od pukog pružanja informacija.
- Čovek se neće promeniti dok ne oseti da su ga razumeli.
- Otpor čoveka jeste znak nedostatka poverenja.
- To što mislite predstavlja vaše razumevanje sveta, a ne svet i ne insistirajte da se ljudi ponašaju logično ili po vašoj logici.
- Dopustite drugima da ne budu savršeni i da greše.

- Ne tražite od drugih ljudi, ma koliko se poznavali, da „čitaju“ vaše misli.
- Ne manipulišite odbacivanjem i naklonošću, da biste kontrolisali tuđe ponašanje.

JEDNOSTAVNIM KORACIMA DO USPEŠNIH TIMOVA

Da bi jedan tim bio uspešan, važno je da u njemu postoje ljudi koji su edukovani, motivisani i spremni da preduzmu aktivnosti kako bi ostvarili sebi postavljenje ciljeve. Kako biste formirali uspešan tim motivatora potrebno je da, u dogovoru sa sekretarom ili stručnim saradnikom u vašoj organizaciji Crvenog krsta, odaberete volontere koji su elokventni, kulturni, odgovorni, uredni, autoritativni, poseduju potrebna znanja i veštine i koji iskreno veruju u ideju o dobrovoljnom davalanstvu krvи. Da bi tim uspešno funkcionsao, važno je da dobro proučite komponenete koje čine temelj uspešnih timova.

KOMPONENTE KOJE ČINE TEMELJ USPEŠNIH TIMOVA SU:

- 1. Saradnja** – usklađivanje različitih znanja, veština i sposobnosti u celinu, radi postizanja zajedničkog cilja (sposobnost saradnje, usklađivanja, razumevanja razlika i tolerancije).
- 2. Poverenje** – međusobno verovanje jednih u namere i ponašanje drugih. Poverenje rađa poverenje, nepoverenje rađa nepoverenje.
- 3. Kohezivnost** – proces pomoću kojeg se neguje osećanje zajedništva. Članovi kohezivnih grupa se drže zajedno. Kohezija se odnosi na stepen međusobne privlačnosti među članovima tima, odnosno stepen u kojem se članovima dopada tim u celini.

KAKO ASERTIVNO UPUTITI KRITIKU?

Neretko u timovima nastaju konflikti zbog neadekvatnog načina upućivanja kritike. Najčešće, kada nekome želimo da uputimo kritiku, to radimo tako što ga optužujemo („uvek, stalno, ti si kriv, zbog tebe se osećam... ne mogu da podnesem, duboko si me razočarao“). Ponekad upućujemo uvrede i tako što ulazimo u nekonstruktivne konflikte. Kada želimo nekome da uputimo kritiku važno je da prvo damo:

- OPIS NJEGOVOG POSTUPKA koji nije ni vrednovanje ni ocenjivanje („*Kada mi upadaš u reč...*“),
- ASERTIVAN UVOD ukazujemo na naša osećanja, mišljenje, želje („*Ja imam utisak da ti moje mišljenje nije važno...*“),
- PLUS NA LIČNOST („*Ti si moja dobra drugarica, ali...?*“),
- MINUS NA PONAŠANJE (...ali mi smeta/ne dopada mi se/nezadovoljna sam/ne odgovara mi kada mi ne dozvoljavaš da kažem šta mislim...“),

- PREDLOG – („*Volela bih da me saslušaš, jer mi je tvoje mišljenje važno.*“),
- PROVERA – („*Da li je to u redu? Šta misliš o tome? Jesi li saglasan/saglasna sa tim?*“)

ADEKVATNO UPUĆENA KRITIKA:

- odražava naše (subjektivno) mišljenje,
- rečena je jasno, glasno, bez dvoumljenja,
- odnosi se na ponašanje, a ne na ličnost,
- poželjno je da sadrži i konstruktivno rešenje, tj. predlog za rešenje,
- rečnik assertivne kritike – odražava stepen našeg nezadovoljstva ili želje za promenom.

Na ovaj način se pokazuje vaša spremnost za razgovor i za traženje obostrano prihvatljivog rešenja situacije. Njime se usredsređujete na sebe, na to koje su vaše stvarne potrebe, želje i prava. Iskazujete ono što vam je stvarno potrebno, što želite ili što vam smeta, pri čemu ne izazivate odbrambenu reakciju druge strane.

Formulišite kritiku koja je usmerena ka rešenju, a ne ka problemu. Nemojte narušavati tuđe samopouzdanje. Pitajte šta je moglo bolje da se uradi, šta je bilo teško i zašto. Dajte mišljenje tek nakon što ste drugome dali priliku da razmisli o svemu. Rezimirajte tako što ćete saopštiti šta ćete preduzeti ako u budućnosti budete imali sličan zadatak.

KOMUNIKACIJA U VAŠOJ ORGANIZACIJI CRVENOG KRSTA

U realizaciji aktivnosti u oblasti dobrovoljnog davalanstva krvi neophodno je da blisko sarađujete sa sekretarom ili stručnim saradnikom vaše organizacije Crvenog krsta. Oni moraju biti obavešteni i uključeni u sve segmente aktivnosti koje želite da realizujete – od odabira mladih volontera (budućih motivatora) do saradnje sa medijima. Razgovarajte o ciljevima koje želite da postignete, predložite načine realizovanja aktivnosti.

Svaka osoba na početku svog volonterskog angažovanja treba da dobije kompletну informaciju o načinu kontaktiranja sa osobom koja je profesionalno zadužena za davalanstvo krvi u vezi sa svim pitanjima ili nedoumnicama koji mogu iskrasnuti tokom volonterskog rada.

Volonterima treba skrenuti pažnju da moraju da se potrude da što više nauče o onome što se od njih očekuje pre izvođenja volonterskog zadatka ili akcije.



Volonteri treba da pitaju saradnika Crvenog krsta o svemu što ih zanima ili oko čega imaju dilemu u vezi sa poverenim zadatkom.
Volonteri treba da budu dovoljno edukovani na obukama da kada dobiju instrukcije za zadatke od zaposlenih mogu da razumeju zadatak i sa uspehom ga realizuju.



**Nikad se ne oslanjajte
na pretpostavke. Nešto
što je vama jasno i
jednostavno ne mora
biti jasno i jednostavno
onome sa kim
razgovarate.**



**Jedina gora stvar od
neznanja jeste pružanje
pogrešnog odgovora ili
informacije.**



**Vaše samopouzdanje će
prijeti i sagovornicima
i drugim volonterima –
pored vas će se osećati
sigurnije i ugodnije.**

PRUŽANJE INFORMACIJA:

- **Pružajte isključivo tačne informacije.** Kada ne znate odgovor na neko pitanje koje vam upute građani, uvek možete da kažete sledeće: „Ne znam, ali ću se potruditi da saznam, pa ću Vam reći“. Posle toga, dajte sve od sebe da pronađete pravu informaciju ili odgovor!
- Budite određeni. Informacije koje dajete neka budu kratke, jasne i razumljive.
- Govorite polako i izražajno.
- Pružite dodatne informacije ako će to biti od pomoći. Potrudite se da ne unosite zabunu davanjem suvišnih informacija.
- Proverite. Ukoliko sumnjate da li vas je osoba dobro razumela, ljubazno zatražite da ponovi pružene informacije kako biste proverili da li je sve dobro shvaćeno, ili ponovite još jednom.
- Budite strpljivi i obazrivi, naročito prema onim ljudima koji imaju teškoće u govoru i jeziku. Samo zamislite kako biste se vi osećali da su uloge zamenjene.
- Održavajte stav da ste tu da biste pomogli. Budite prijateljski nastrojeni i ljubazni. Ne bi trebalo da požurujete davaoce.
- Govorite sa samopouzdanjem. Pravi profesionalci informacije i odgovore pružaju sa samopouzdanjem, jer su prethodno naučili šta je njihov zadatak i sigurni su u to da znaju svoj posao, budite „professionalci“ u svemu što radite.

Napomena 1: Osoba koja se žali na nešto je najverovatnije uznemirena što prema njoj nije postupano na korektan način. To ugrožava osećanje vlastite vrednosti. To osećanje možete povratiti ukoliko osobi pružite iskrenu pažnju i ophodite se prema njoj sa interesovanjem. Prihvativate realnost osećanja osobe i to da su ona njoj važna. Pokušajte da pomognete u rešavanju problema ili potražite osobu koja će to moći.

Napomena 2: Nikada ne dopustite da žalba ostane nerešena pre nego što osobi pokažate da ste pokušali da pomognete. Zar i sami ne očekujemo isto to kada imamo neki problem ili smo zbog nečega nezadovoljni?

Napomena 3: Volonterski programi moraju da se realizuju neprekidno. Ali, ni od koga se ne očekuje da ostane na svojoj poziciji zauvek. Životne okolnosti se menjaju i dešava se da u nekom trenutku ne možete više da obavljate svoju poziciju. Kada se bude desilo da morate da napustite program, bilo privremeno ili trajno, od vas se očekuje da obezbedite da drugi obučeni volonteri imaju dovoljno iskustva i potrebne lične karakteristike i da nastave da funkcionišu, bez obzira na vaše odsustvo.

KODEKS ODEVANJA ZA VOLONTERE

Svi volonteri su u obavezi da tokom izvođenja aktivnosti Crvenog krsta budu jasno obeleženi kao volonteri organizacije. Identifikacione kartice, bedževe, majice, prsluke, pantalone ili drugu vrstu uniforme obezbeđuje vaš Crveni krst. Volonteri moraju biti adekvatno obeleženi.

Od volontera koji predstavljaju Crveni krst seočekuje da se odevaju shodno svom volonterskom radnom zadatku i da vode računa o ličnoj higijeni i pristojnom izgledu. Profesionalni izgled se očekuje sve vreme bez izuzetaka.

Tokom određenih aktivnosti, sâm program u koji je volonter uključen određuje i posebna pravila odevanja koja mogu postavljati različite zahteve, npr. učešće u akciji dobrovoljnog davanja krvi ili delovanje u nesrećama ili učešće u edukativnim programima koji se sprovode u školama i slično. Volonteri će pre svake akcije dobiti instrukcije o ovim pravilima od saradnika Crvenog krsta. Od volontera se traži da uniforme i druga obeležja organizacije ne nose na drugim mestima u javnosti, osim kada izvode svoje volonterske dužnosti. Ne želimo da javnost stekne utisak da su na dužnosti i da zvanično predstavljaju Crveni krst izvan svojih dodeljenih zadataka.

- Nikada se i ni pod kakvim uslovima uniforma ili drugo obeležje ne pozajmljuje nekome koji nije volonter Crvenog krsta.
- Nije dozvoljeno nošenje provokativne odeće kao što su šortsevi, prekratke sukњe, preveliki dekoltei.
- Iscepana i neuredna odeća nije dozvoljena.
- Papuče i obuća sa otvorenim prstima nisu bezbedni i nisu prikladni akcijama i aktivnostima Crvenog krsta.
- Odeća sa eksplicitnim političkim, religioznim ili kontroverznim porukama nije dozvoljena.
- Korišćenje teške šminke i teških parfema takođe nisu primereni ciljevima aktivnosti organizacije.
- Duga kosa mora biti uredno počešljanja i prikladno vezana.



Zamisli da tebi neko pomaže: šta je ono što bi ti najviše pomoglo, a šta bi ti eventualno najviše smetalo, te se shodno tome i prilagodi situaciji.



Na Beogradskom univerzitetu studenti su volonteri u DDK. Oni se prethodno edukuju na obukama Crvenog krsta Srbije i Instituta za transfuziju krvi Srbije i odmah dobijaju priliku da pokažu šta su naučili – na svojim fakultetima oni su nosioci akcije DDK!

KOMUNIKACIJA DAVALAŠTVA VAN CRVENOG KRSTA

Komunikacija davalaštva krvi van Crvenog krsta je moguća, poželjna i potrebna. Ona je lična: u okviru porodice, prijatelja i kolega, ali odnosi se i na komunikaciju sa građanima, medijima, preko društvenih mreža (dato u delu „Šta treba da znaš“).

Veoma je važna i komunikacija sa partnerima: transfuziološkim službama, naravno sa školama, fakultetima, itd.

KOMUNIKACIJA SA TRANSFUZILOŠKOM SLUŽBOM

Tvoj Crveni krst ima saradnike sa kojima sarađuje na polju DDK, a koji rade u transfuziološkoj službi. Neka te upoznaju sa svima sa kojima sarađuju pre bilo kakvog tvog angažmana. Kad se upoznate, budi ljubazan, predstavi se i potrudi da zapamtiš uloge osoba iz transfuziološkog tima. Oni rade važan posao, tu su kao i Crveni krst, zbog davalaca krvi. Ti si tu da pomogneš.

Pažnja: ne treba da radiš posao ekipe, niti da se uplićeš u stvari stručne medicinske prirode! Pomozi, nemoj da smetaš. Budi na raspolaganju, ali ne zanemaruj prvo bitno definisan zadatak.

Zaposlenom iz Crvenog krsta skrenućeš pažnju ukoliko ti se učinilo da su određeni zahtevi članova ekipe transfuziološke službe prema tebi van poznatih zadataka volontera u DDK i okvira za koje se sam/sama ne osećaš kompetentno ili sigurno.

KOMUNIKACIJA SA ŠKOLAMA I FAKULTETIMA

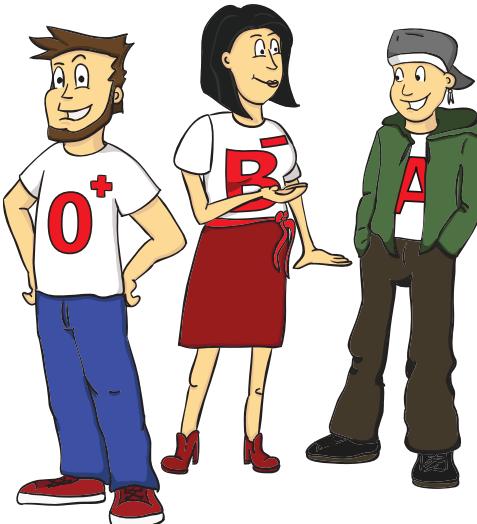
Organizacije Crvenog krsta, uglavnom, dobro i kontinuirano sarađuju sa školama i u njima realizuju najviše aktivnosti. Takođe, iz škola dolazi najviše novih volontera. Iz tih razloga prosvetni radnici predstavljaju dragocene saradnike organizacije Crvenog krsta. Komunikacija sa predstavnicima škola uvek mora biti prijatna, jasna i direktna. Trudite se da date sve potrebne informacije, kao i to da naglasite koliko nam je važna njihova saradnja i uključivanje u humanitarne aktivnosti. Istanaknite dobit škole i fakulteta ukoliko budu otvoreni za saradnju na polju dobrovoljnog davalaštva krvi. Ukoliko neko bude u komunikaciji neprijatan ili/i odbije saradnju, zahvalite se na njihovom

izdvojenom vremenu za razgovor sa vama. U takvim situacijama ne trudite se da namećete svoje stavove i da protivrečite, jer možete ući u konflikt sa vašim sagovornikom.

Sa školama se sarađuje na više planova: organizuju se akcije u srednjim školama za učenike 4. razreda, ali se i promoviše davalanstvo krvi: umetnički konkurs Crvenog krsta Srbije „Krv život znači”, u kom učestvuju učenici i osnovnih i srednjih škola u pisanju, crtanju, slikanju, snimanju videomaterijala i drugim vidovima umetničkog izražavanja. Ovo je način da se senzibiliju mladi na temu dobrovoljnog davanja krvi, ali i da se kroz ove aktivnosti nađu novi volonteri koji bi mogli da doprinesu širenju kulture dobrovoljnog davanja krvi, ne samo među vršnjacima već i u lokalnoj zajednici.

Posebno je značajno na akcijama dobrovoljnog davanja krvi pronaći nove volontere i saradnike, ali preporuka je poštovati princip akcije dobrovoljnog davanja krvi – na fakultetima treba da organizuju pre svega volonteri sa tih fakulteta!

Postoji i razlika u organizaciji akcija na fakultetima – na državnim fakultetima ključni su volonteri, studenti tih fakulteta u organizaciji akcija, ali i pripremi, najavi uprave fakulteta, kreativnim porukama i načinima animacije studenata za davanje krvi, dok na privatnim fakultetima veliku ulogu u pripremi akcije imaju same uprave fakulteta.



**Saradnju sa školama
ne započinjete sami
kao volonteri, ona je
davno uspostavljena
između Crvenog krsta i
škola – volonteri se u
nju uključuju.**



**Pre uspostavljanja
saradnje sa
fakultetima,
proverite sa svojim
Crvenim krstom ili
transfuziološkom
službom da li
je saradnja već
uspostavljena.**



ZARADOZNALE

VRŠNJAČKA EDUKACIJA

77
MOTIVACIJA GRAĐANA
ZA DOBROVOLJNO
DAVANJE KRVI

O vršnjačkoj edukaciji mladih govorimo kada mladi prenose informacije vršnjacima. Uspešna vršnjačka edukacija doprinosi razumevanju i sticanju znanja o različitim temama, u sigurnom okruženju i u kome se mladi osećaju prihvaćeno. Mladi često imaju više poverenja u vršnjake nego u odrasle edukatore. Obučeni vršnjački edukatori predstavljaju pouzdaniji izvor informacija za mlađe – oni komuniciraju na razumljiv način i služe kao pozitivni modeli.

PREZENTACIJA

Na koliko prezentacija ste prisustvovali, a da vas nisu dotakle i da su bile, jednostavno, zamorne i dosadne? Da li ste se pitali koju poruku, uopšte, prezenter želi da prenese?

Od načina na koji će, u toku prezentacije, izložiti priču o davalanstvu mnogo zavisi i dobijeni rezultat.

SADRŽAJ PREZENTACIJE

Sadržaj prezentacije treba da bude koncipiran da obuhvati sve zbirne aspekte u datom trenutku. Sama struktura treba da sadrži:

Uvodni deo – u kom kroz priču, vaše predstavljanje i navođenje razloga zašto ste tu polako uvodite publiku u materiju u vezi sa davalanstvom krvi.

Tema prezentacije – deo u kome govorite o konkretnim informacijama koje se odnose na davalanstvo, a za koji ste se spremali. Ukoliko postoji više delova prezentacije, svaki deo treba sumirati i u dve do tri ključne rečenice obuhvatiti sve što je prethodno izneto.

Šta možete da uradite kako biste zadržali pažnju publike dok pričate? Nudimo vam nekoliko konkretnih rešenja:

1. skoro svako sluša u početku; ovo je trenutak da iznesete činjenice koje će biti tema tokom čitave prezentacije,
2. glavnu poruku kažite na početku i ponovite je na kraju prezentacije,

3. najbolje je da u središnjem delu, koji čini sužinu prezentacije, svaku celinu završite za-klučkom; ukoliko pažnja vaših slušalaca i popusti, na ovaj način ćete ih podstićati da nastave da slušaju, posebno ako, u početku najavljenog, struktura povezuje sve ključne tačke.

Završetak – deo u kome treba da sumirate, kroz ključne tačke, materiju koju ste prešli u toku prezentacije, nakon toga ostavite vreme za diskusiju i pitanja, **obavezno najavite da ste došli do zaključka/završetka svoje prezentacije**, tada je pažnja slušalaca ponovo na najvišem nivou.

CILJNA GRUPA

Unapred se informišite o grupi kojoj ćete držati prezentaciju, kako biste mogli da izaberete i prilagodite način izlaganja predviđenog sadržaja.

PROSTOR/TEHNIČKI USLOVI

Prostor u kome ćete držati prezentaciju bi trebalo da je prozračan i svetao, sa mogućnošću da se zamrači ukoliko se koristi *Power Point* prezentacija. Takođe, dobro je kada imate dovoljno prostora ispred publike, posebno ako koristite *Flip Chart*. **Trudite se da unapred saznate broj prisutnih ljudi**, kao i veličinu prostorije kako se ne bi desilo da bude previše ljudi, čime se stvara neprijatna atmosfera za slušaoce.

METODE

S obzirom na to da nam vreme u kome živimo i tehnološki razvoj nude veliki opseg prezentacionih metoda, posebno u tehničkom kontekstu, na Vama je da odlučite koje ćete izabrati u situacijama koje su pred vama.

POWER POINT

Ovo je veoma rasprostranjena metoda koja uključuje snažan vizuelni efekat sa pričom. Ukoliko se odlučite za *Power Point*, trudite se da broj slajdova bude sveden na dvadesetak po prezentaciji. Koristite boje i drugačiji dizajn slajdova pri svakoj prezentaciji.

Slika pre teksta – koliko je god moguće izbegavajte tekst na prezentacijama. Publika će se zamarati čitanjem, neće se usredsrediti na poruku koju želite da im prenesete.

S obzirom na to da se prezentacija ovim putem oslanja, delom, i na tehničke uslove, koliko god banalno zvučalo, proverite računar i projektor pre same prezentacije. Napravite tzv. ček-listu koja

će vam služiti za svaku sledeću prezentaciju. Ona treba da sadrži elemente i uslove koji treba da budu ispunjeni pre same prezentacije:

1. prenosni računar,
2. projektor,
3. platno (ili beli zid),
4. mogućnost da se prostorija zamrači, ukoliko je svetla,
5. pokazivač (ukoliko ga koristite),
6. produžni kabl.

Koristiti Power Point za prezentaciju kada:

1. izlažete pred većim grupama (više od 20 slušalaca),
2. želite snažan vizuelni efekat prezentacije,
3. izlažete u velikim salama,
4. uključujete i prikazivanje filmova.

Pored *Power Point-a* postoje i drugi alati za pravljenje prezentacija poput *Prezzi*, *Pautun* (*Powtoon*) itd.

FLIP CHART

Flip Chart vam nudi mogućnost da budete kreativni i da prezentovani sadržaji prate vašu priču. Ovaj metod zahteva mnogo vežbe i pripreme pre nego što odlučite da ga koristite. Ovde, pre svega, mislimo na crtanje raznih oblika, vežbanje crtanja slova i upotrebu boja u kontekstu što boljeg prezentovanja sadržaja.

Koristiti Flip Chart za prezentaciju kada:

- izalažete pred manjim grupama (do 20 slušalaca),
- uključujete radionice,
- radite manje prezentacije u okviru sajmova i sličnih priredbi,
- radite prezentacije na otvorenom.

RAZGOVORI 1 NA 1 ILI RAZGOVORI SA GRUPOM

Svaki razgovor je neki vid prezentacije. Probajte unapred da napravite koncept kako biste predstavili davanje krvi, tj. *Zašto bi neko dao krv*, u 3–5 minuta. Pored koncepta, sastavite i potencijalna pitanja, koja bi mogla da se pojave tokom razgovora. Sa takvom pripremom sigurno ćete postići dobar rezultat.



Ponekad izadite iz svoje „zone komfora“ i uradite nešto neočekivano za vašu publiku. Izazovite ih novim idejama.

Koristiti razgovore/predavanje za prezentaciju kada:

- imate ograničeno vreme (5–10 minuta),
- u susretu sa potencijalnim davaocima, kao i sa onima koji to već jesu,
- je predavanje takođe zgodno za velike grupe (npr. pre većih predavanja na fakultetu ili u školi).

ŠTA ČINI KVALITETNU PREZENTACIJU?

Poželjno je da su prezentacije interaktivne i da dozvolite polaznicima da vas prekinu ukoliko im nešto nije jasno. Usredsredite se na sebe kao prezentera, ne kao predavača.

Pažnja vaše publike će, nakon 10 minuta, polako početi da opada. Na vama je da „prvo glasom, pokušate da ih „razdrmate“. Započnite diskusiju. Pitajte ih za mišljenje, kako njima zvuči/izgleda ono što ste im izneli. Da li su svi saglasni? Napravite grupnu dinamiku i njihova pažnja će biti na visokom nivou sve vreme.

Ukoliko iznosite neke podatke, budite spremni da ih potkrepite konkretnim činjenicama, time dobijate kredibilitet kod publike. Ne možete i ne treba sve da znate. Važno je da ste spremni da odgovorite na pitanja, koja se tiču onoga što ste izneli na prezentaciji.

Emocije su uvek jak pokretač na akciju – trudite se da deo prezentacije bude protkan i emotivnim nabojem.

I UVEK – MANJE JE VIŠE!

NA KOJI NAČIN VODITI RADIONICU/PREDAVANJE

Prvi kontakt s publikom je veoma važan, jer će odrediti dalji tok izlaganja. Radionicu/predavanje možete početi na primer, rečenicom: „Zdravo, ja sam volonter Crvenog krsta (*ime i prezime*) i danas ćemo ispitivati profesora fizike... (*osmeh*). Ne naravno, ovde sam da vam prenesem znanje kako da sačuvate nečiji život...“.

1. BUDITE DOBRO PRIPREMLJENI

Najbolje je da radionice realizuju dva edukatora. Dogovorite se sa svojim parom ko će šta prezentovati. Bitno je da svako pripremi svoj deo, ali i da poseduje znanja o delu koji ne predaje. Na taj način ćete moći da pomognete svom paru ukoliko nešto zaboravi da kaže, zbuni se, „zablockira“. Nemojte upadati jedno drugome u reč. Ukoliko želite nešto da dodate, zamolite svog para za dozvolu da ga prekinete.

2. POČNITE NA VРЕМЕ

Ukoliko edukaciju realizujete u školi ili na fakultetu, potrebno je da dodete pola sata ranije kako biste pronašli nastavnika sa kojim ćete sarađivati, prostoriju u kojoj ćete biti i da biste postavili projektor i laptop. Ukoliko ima potrebe, provetrite prostoriju pre edukacije. Pokušajte da se nавикните na prostor u kojem se nalazite tako što ćete zamisliti publiku u njoj.



Prvi utisci su veoma
snažni, a kašnjenje
ostavlja veoma
negativan utisak.

3. OSTVARITE DOBAR PRVI UTISAK

Na formiranje prvog utiska utiče mnogo toga. Dobar prvi utisak ćete ostaviti na publiku ukoliko budete uredni, nasmejani, pozitivnog stava, uspravnog i relaksiranog držanja tela – takvo držanje govori da imate samopouzdanja.

4. KONTAKT POGLEDOM

Trudite se da održavate kontakt očima sa svakim učenikom/studentom, naročito sa onima koji vam se obraćaju. Za vreme izlaganja tražite pogled onih koji vam se učine najviše prijateljski raspoloženi, to će vam pomoći da se prijatnije osećate. Nemojte predugo zadržavati pogled na jednoj osobi. Pratite reakcije publike. Uočite kada im je pažnja popustila, kada ste ih zainteresovali, nasmejali, jer će vam te informacije značiti u vašem daljem usavršavanju, kao edukatora u oblasti dobrotljivog davalaštva krvi.

5. POKRETI I GESTOVI

Nesvesni i/ili nepotrebni pokreti, kao što su mahanje rukama, hodanje tamo-amo ili kršenje prstiju dekoncentrisaće publiku. Ako ne znate šta da radite sa rukama, uzmite olovku, naravno, ne usmeravajući je prema ljudima. Svest je ključ pomoću koga se možete oslobođiti nepotrebnih pokreta, a ona se najbolje stiče posmatranjem sebe, na primer, u ogledalu. Uvek se trudite da uskladite verbalnu i neverbalnu poruku koju šaljete publici. Izbegavajte da držite ruke u džepovima ili da ih preplićete ispred sebe ili iza leđa. Poželjno bi bilo da imate osmeh na licu, da ste odmorni, da pratite izlaganje publike blagim klimanjem glave, da poštujete lični prostor drugih.

6. GLAS

Obratite pažnju na tonalitet glasa tokom izlaganja. Bitno je da ne govorite suviše tiho, prebrzo ili nerazgovetno. Glasom možete istaći ono što je važno tako što će blago povisiti ton. Menjajte tonalitet tokom izlaganja, jer na taj način održavate pažnju publike.

7. PONOVICE ONO ŠTO JE VAŽNO

Publika najčešće pamti momente koji su više puta ponovljeni, pritom treba voditi računa da ne preterate sa ponavljanjem.

8. PUBLIKU UKLJUČITE AKTIVNO U RAD

Trudite se da ne držite monologe. Uključivanje publike, kroz pitanja i razvijanje diskusije, pomaže da predavanja ostanu u dugom živom sećanju – tako se ostvaruje i veći stepen povezanosti sa publikom.

9. KORISTITE LIČNE PRIMERE

Činjenica je da pružanje ličnih primera predstavlja jako motivaciono sredstvo. Ljudi koji nikada nisu dali krv, najviše veruju samim davaocima krvi. Pri navođenju primera iz iskustva izbegavajte one sa neprijatnim sadržajem. Koncentrišite se na one koje izazivaju prijatne emocije, zanimljive, sadrže brojčane podatke i slično.

10. POENTIRAJTE NA KRAJU

Pamćenje je uvek aktivno na kraju izlaganja. Iz tih razloga završetak izlaganja treba da bude snažan i jasan. Naglasite još jednom bitne informacije, jer je to poslednja prilika da vaša publika nauči i usvoji ono o čemu ste govorili.

A ŠTA AKO...

- me uhvati trem... Pomislite na to, da vi sigurno znate daleko više o dobrovoljnem davalашtvu krvi nego bilo ko od ljudi koji će vas slušati. Setite se asertivnih prava na grešku i na neznanje i poštujte ta prava. Sastavno je normalno da imate tremu, ne izlažete svaki dan učenicima ili studentima o dobrovoljnem davalашtvu krvi. Tremu je dobar znak, jer govorи о tome da vam je stalo do toga kako će izgledati vaše predavanje/radionica i da ste motivisani da date sve od sebe.

- učesnici ne budu hteli da učestvuju... Pokušajte da ih animirate postavljanjem pitanja, humorom, nekim ličnim primerom. Nezainteresovanost publike ne mora nužno da ima veze sa vama kao predavačima. Oni mogu da zevaju i gledaju unaokolo jer su umorni, imaju neko propitivanje taj dan, pa ne mogu da se koncentrišu na vaše izlaganje i slično.

- se javljaju stalno jedni te isti... Zahvalite im se na aktivnom učestvovanju i izrazite želju da čujete i drugačija mišljenja. Često ćete biti u situaciji da imate jednog ili više glasnogovornika, zbog kojih se drugi ne javljaju da kažu svoje mišljenje. Nemojte se osećati loše ukoliko ih ne prozovete. Na taj način dajete priliku drugima da se iskažu.

- me ne budu slušali... Pokušajte da učenicima privučete pažnju nekom zanimljivom informacijom iz dobrovoljnog davalštva krvi ili nekim ličnim iskustvom sa kojim bi mogli da se identificuju. Ne trudite se da nadglasate publiku. Možete povиenim tonom zamoliti za tišinu, ali nikako nemojte učutkivati publiku i vikati. Kako biste izbegli ovakve situacije, dogovorite se prethodno sa nastavnicima da prisustvuju. – time ćete obezbediti i bolju disciplinu.

- me budu pitali nešto što nije vezano za davalаштvo... Recite da to nije vaša današnja tema i nastavite sa svojim izlaganjem. Ohrabrujte postavljanje pitanja koja su, isključivo, vezana za dobrovoljno davalаштvo. Nemojte da vas zbuni ako vas budu pitali, na primer, gde ste kupili majicu, da li imate momka ili devojku, na koja mesta izlazite i slično.

- me neko provocira... Ne ulazite sa slušaocima u konflikt. Može se desiti da vas nekolicina učenika svojim komentarima i upadicama namerno ometa. Najčešći razlog tome niste vi, već njihova potreba da budu u centru pažnje. Trudite se da ignorisete njihove komentare, zamolite ih za pažnju i koncentrišite se na one učesnike za koje ste sigurni da vas prate i slušaju. Tu ste zbog njih i ukoliko samo jedan od njih ode da dâ krv, vi ste učinili veliku stvar.

AKTIVNOSTI ODNOSA SA JAVNOSTIMA PR I MARKETING

Poruka koja se šalje – *Ja sam bitan, ono što ja mislim i želim jeste važno, tvoja osećanja i mišljenja su nebitna. Ja sam u pravu, ne ti.*

Primer: „**Ako nećete da date krv, ne morate, to samo govorи o tome kakav ste čovek!**“

Poruka koja se šalje – Ti si u pravu, ono što ja mislim nije važno.

Primer: „**Hm... zнате, lepo je pomagati drugima...**“

Poruka koja se šalje – *Svi smo u komunikaciji jednaki.* Time se naglašava kooperativnost, timski rad, međusobno podsticanje, otvorena komunikacija, uvažavanje sebe i drugih ljudi.

Primer: „**Svако давање крви је драгоцено, јер може некоме да спаси живот. Од ваше слободне воље зависи да ли ћете да помогнете другима на тај начин. Ми smo ту да вам пружимо све потребне информације о добровољном давалаштву крви.**“

DEFINISATI CILJEVE – jasne, izazovne, ali dostižne i jednakе za sve članove tima.

IMATI MOTIVACIJU, želju da se postigne uspeh i veru u ostvarenje ciljeva.

PODJEDNAKO UČESTVOVATI u ostvarenju ciljeva tima.

PRIHVATITI NESLAGANJA – bez prečutnih konflikata među članovima.

GRUPNO ODLUČIVATI – prihvatanje svih ideja, postizanje kompromisa.

JASNO DEFINISATI ULOGE – jasna raspodela posla među članovima, u skladu sa njihovim sposobnostima i znanjima.

OTVORENO KOMUNICIRATI – komunikacija mora biti iskrena, stalna i da podrazumeva slobodno izražavanje mišljenja u toku rada.

OSTVARITI MEĐUSOBNU POVEZANOST ČLANOVA – mobilisati resurse svih članova u timu.

UNUTRAŠNJA KONTROLA periodična provera uspeha, uz identifikovanje mogućih problema u radu koji smanjuju efikasnost tima.

DA: smeta mi, ne sviđa mi se, nezadovoljan sam, ometa me, ne odgovara mi

NE: uvek, stalno, nikad, zbog tebe, ti si kriv, ne mogu da podnesem da, duboko sam razočaran

PROJEKTI

U radu na promocijama i planiranju aktivnosti organizovanja davanja krvi bićete u prilici da smišljate različite strategije kako biste došli do vama bitnih ciljeva. Jedan od način da dobro osmislite strategiju i akcione korake jeste da napravite projekat. U ovom poglavlju ćemo vam dati kratke smernice na koji način biste to najbolje mogli da uradite i na šta sve treba da obratite pažnju.

DEFINISANJE CILJA

Pre početka planiranja projekta, potrebno je da definišemo cilj kako bismo znali da isplaniramo neophodne korake. Ukoliko na projektu radi više ljudi, potrebno je da svi učestvuju u definisanju cilja, kako bi ga uključili u svoj sistem vrednosti, osećali obavezu i strast za njegovo ispunjenje i jednostavno, funkcionalisali kao tim.

ŠTA ČINI DOBRO DEFINISAN CILJ?

SPECIFIČNOST

Definišite svoj cilj konkretno u vidu rezultata koji želite da postignete. Koliki je obim posla neophodan da bi se realizovao projekat i koji su to koraci koje treba preduzeti da bi se ostvario cilj?

MERLJIVOST

Kako ćete znati da ste postigli cilj? Da li ćete koristiti ankete, testove ili druge pokazatelje i u kom obliku će biti iskazan rezultat?

DOSTIŽNOST

Koliko ste spremni da se angažujete da biste došli do cilja? Ukoliko date članovima svoga tima da urade neki deo, koji nije moguće ostvariti, „poljuljaće” se čitav projekat.

REALNOST

Koliko vam je bitan cilj? Koliko je svima u timu postavljeni cilj realan? Članovi tima će sigurno imati različita iskustva u realizaciji projekata. Iskusniji članovi će lakše moći da realizuju i složenije zadatke, dok manje iskusni članovi mogu imati poteškoća sa realizacijom sasvim jednostavnih

zadataka. Zato je potrebno obaviti više pripremnih sastanaka tima na kojima će se napraviti realan plan aktivnosti projekta i podeliti zadaci u odnosu na iskustvo i sposobnosti članova tima.

VREMENSKA OGRANIČENOST

Koja je vremenska odrednica vašeg cilja?

Jednostavno, potrebno je da vidite, čujete i osetite svoj cilj i sebe na tom cilju! Tako definisan cilj će vam podići motivaciju i omogućiti da lako definišete akcione korake.

PLANIRANJE

Kada smo definisali cilj, potrebno je da vidimo šta sve treba da bude uključeno u ostvarenje cilja i kako ćemo doći do njega. Svaki projekat ima faze i potrebno je da one budu dobro isplanirane kako biste vi upravljali događajima, a ne događaji vama.

Postoji mnogo važnih informacija koje treba prikupiti pre nego što se i počne razmišljati o planu. Ukoliko ne znamo kuda smo se uputili, kako da znamo kako ćemo tamo stići, zar ne?

STRUKTURA PODELE ZADUŽENJA

Struktura podele zaduženja predstavlja prvi korak u planiranju. **Akcioni koraci** su delovi opštег plana koje prate određene aktivnosti samih učesnika u realizaciji projekta. Projekat delimo na zadatke, koji sadrže informacije o potrebnom radu i trajanju. Zaduženja članova tima treba da budu jasno i precizno definisana, sa konkretnim rezultatima do kojih treba da se dođe.

Kada napravimo listu ovih zaduženja, sledeći korak jeste da definišemo vremenski okvir, odnosno **vremensko ograničenje** potrebno za obavljanje te aktivnosti.

Struktura podele zadataka nam služi da se prikažu i grupišu zaduženja članova tima na projektu i ono što nam u ovom delu nedostaje jeste međusobna zavisnost zadataka i njihov redosled.

Gantogram, kao deo kontrole projekta

Nakon definisanja ciljeva i podele zadataka korisno je da vidimo celokupnu sliku projekta, tj. kako se svi delovi uklapaju u celinu projekta. U tu svrhu možemo da koristimo Gantov vremenski dijagram koji nam prikazuje vremenske odrednice projekta, kao i međusobnu zavisnost aktivnosti na projektu.

Zadaci mogu da budu povezani na više različitih načina i u izvesnim okolnostima, možda ćete morati definisati različite odnose vremenske međuzavisnosti. Može, na primer, da postoji fiksni interval između kraja jednog zadatka i početka sledećeg i taj interval može da bude pozitivan (zavisan zadatak počinje nešto posle završetka prethodnog zadatka) ili negativan (zavisan zadatak može da počne u određeno vreme pre završetka prethodnog zadatka).

	15.04–01.05.	02.05–15.05.	16.05–01.06.	02.06–13.06.
Kontakti sa učesnicima				
Kontakti sa gostima				
Formiranje liste gostiju i učesnika				

Kada su svi zadaci usklađeni na osnovu pravilnih odnosa zavisnosti, shvatićete da se projekat grana na više nizova ili redosleda aktivnosti i da se te grane ujedinjuju na kraju svake faze.

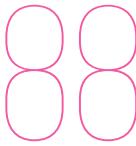
Timski sastanak

Timski rad je veoma bitan kako bi se ostvario zajednički definisan cilj projekta. Ovaj vid rada daje vam širi uvid u celokupni projekat i dobro je da se saslušaju svi članovi tima.

Pre sastanka sastavite **agendu sastanka**, tj. ono o čemu ćete pričati u vezi sa projektom. Sastanak bi trebalo da ima **vremensko ograničenje**, koje će isto biti unapred najavljen, kako bi članovi tima mogli da planiraju svoje druge obaveze. Na vama je da kao moderator pazite na ovo ograničenje. U toku sastanka potrebno je ohrabriti sve članove da daju komentare, jer ti komentari često mogu da daju uvid u neki deo projekta koji treba da se modifikuje. Na kraju sastanka treba **ponoviti sve što je rečeno** i šta ste se dogovorili, a navažnije jeste da se **definišu konkretni akcionici koraci i zaduženja**. Ovo je potrebno da uradite kako bi svaki član tima dobio obavezu.

Timski rad je veoma važan za ispunjenje svih ciljeva, i od vaših kolega će zavisiti i vaši rezultati. Stoga:

- odluke donosite zajednički,
- odluke zahtevaju i odgovornost onih koji ih donose,
- budite oči i uši celog projektnog tima,
- obratite pažnju, posebno, na povratne informacije,
- ništa ne prepostavljajte.

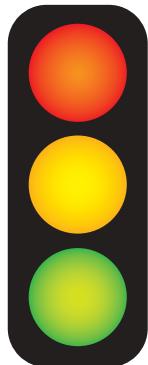


PRIRUČNIK
ZA VOLONTERE
CRVENOG KRSTA

Nakon završenog projekta

Korisna stvar jeste da, nakon svakog završenog projekta, okupite ponovo tim koji je radio kako bi se u opuštenoj atmosferi popričalo o svim aspektima organizacije događaja. Zajedno analizirajte postavljene ciljeve kako biste utvrdili da li su svi bili ispunjeni.

Tehnika semafora:



Šta treba da prestanemo da radimo?

Sa čime treba da nastavimo ili možda da prestanemo?

Šta je dobro, a što bi trebali preneti drugima?

Usredsredite se na ono što je bilo dobro u projektu i napomenite šta bi moglo bolje da se uradi u nekim sledećim projektima. Članove tima je potrebno na neki način nagraditi za njihovo angažovanje i naglasiti važnost njihovog učešća u projektu.

Postoji nekoliko načina na koje se može sprovesti revizija projekta, pri čemu ćemo ovde pomenuti pitanja, odnosno tzv. *tehnika semafora*.

Zapitajte sebe, tim i eventualne sponzore projekta:

1. Šta je bilo dobro u projektu?
2. Šta nije bilo dobro u projektu?
3. Šta bismo promenili u sledećem projektu?
4. Šta je nedostajalo, a šta nismo predvideli?

USPEŠNE PRIČE

ORGANIZOVANJE 14. JUNA

Svetski dan davalaca krvi jeste 14. jun i obeležava se u svim većim gradovima. Zaposleni u Zavodu za transfuziju krvi Vojvodine su 2011. godine želeli, malo drugačije, da obeleže ovaj dan i postavili su sebi cilj: 14. jun je i mi smo na Šstrandu (novosadska plaža) gde, u saradnji sa organizacijom Crvenog krsta, organizujemo više aktivnosti, čiji će rezultat biti povišena svest građana značaju dobrovoljnog davalštva krvi. Direktni troškovi bili su, kao i uvek do tada – 0 dinara. Napravljen je plan aktivnosti, podeljeni su zadaci i započeta je realizacija. Tog 14. juna 2011. godine organizovano je sledeće:

1. u 18 časova je počeo revijalni odbojkaški meč – poznati sportisti i javne ličnosti (Lee Man, Ivana Španović, Vasa Mljić...),
2. u pauzi su prijatelji iz lokalnog fitnes centra održali javni čas zdravlja,
3. volonteri Crvenog krsta su sve vreme delili osveženja za posetioce i promotivni materijal,
4. uz obezbeđenu muzičku podlogu i ozvučenje, atmosfera je bila opuštena,
5. kako se veče približavalо, i pored vetra, broj posetilaca se povećavaо,
6. u 20 časova je na glavnoj bini počeo rok koncert (obezbeđeni su besplatan nastup i besplatno ozvučenje),
7. u 21.30 je bio organizovan besplatan vatromet za sve posetioce.

Zadatak	Organizacija 14. juna	Tim/Osoba	Trajanje
1	Obezbeđivanje prostora za sve aktivnosti	Promo tim	
1.1	Prostor za binu	Dragana	2 dana – do 13.06.
1.2	Prostor za info pult	Dragana	
2	Kontakti	Marketing tim	
2.1	Kontakti učesnika	Petar	2 nedelje
2.2	Kontakti gostiju	Milan	3 nedelje



Više o konkursu videti
na Google + stranici –
Krv život znači.

KONKURS „KRV ŽIVOT ZNAČI“

Crveni krst Srbije svakog proleća raspisuje umetnički konkurs pod nazivom „Krv život znači“ čiji je cilj promocija dobrovoljnog, nenagrađenog i anonimnog davalštva krvi. Konkurs se sprovodi kroz organizacije Crvenog krsta u Srbiji koje u komunikaciji sa osnovnim i srednjim školama raspisuju konkurs za najbolji likovni, literarni, video-rad i fotografiju u kategorijama nižih, viših razreda osnovne škole i srednjih škola.

Na ovaj način se vrši senzibilizacija najmlađih na temu dobrovoljnog davanja krvi, a radovi se koriste za promociju davalštva tokom godine. Uspeh svakog pojedinca zavisi od njegove pripremljenosti za učešće u konkursu – radovi koji odišu bolničkom atmosferom osuđeni su na to da nikada ne uđu u konkurenčiju za najbolje, a najkvalitetniji učesnici se nagrađuju. Ukoliko pripremite učenike svoje škole ili nastavnike koje će namlađima preneti poruku lepote življenja i darovanja, kreativnost mlađih će doći do izražaja. Radovi sa ovog umetničkog konkursa koriste se u promotivne svrhe (pozivni plakati, promo displeji, lifleti, kalendari...).



Postoje radne sveske o
tome kako se realizuje
simulacija akcije
DDK kao vid obuke
volontera. Interesuj se
u svojoj organizaciji
Crvenog krsta

„SIM - TIM“

Predstavlja skraćeni naziv „tim za simulaciju akcije dobrovoljnog davanja krvi“. Ovaj vid obuke predstavlja novi, savremeni i atraktivni način prenošenja znanja i veština u oblasti pripreme, realizacije i evaluacije jedne akcije dobrovoljnog davanja krvi. Koncipirali su ga mladi volonteri Crvenog krsta Kovin i primenjuje se već nekoliko godina kao metod obuke mlađih volontera u davalštvu krvi.

Obuka se vrši putem realističnog sprovođenja svih segmentata jedne akcije dobrovoljnog davanja krvi. Obučeni mlađi volonteri – simulanti, taj SIM TIM, ovom prilikom imaju ulogu transfuziološke ekipe koja inače na akcijama davanja krvi prikuplja krv od davalaca. SIM TIM sa sobom ima svu potrebnu opremu, liči na pravu transfuziološku ekipu, tako se i ponaša, i obavlja sve funkcije koje vrši transfuziološka ekipa osim punktiranja vene i uzimanja krvi. Realizatorima obuke iz oblasti davalštva krvi je na ovaj način pružena mogućnost da približe polaznicima temu dobrovoljnog davanja krvi i da ih na atraktivan i zanimljiv način pripreme ih za volontiranje na akciji i zainteresuju za volontiranje u davalštvu krvi.

Kroz iskustveni doživljaj, razbijaju eventualne predrasude o davanju krvi i do detalja uče i razumeju što je sve potrebno planirati i kako realizovati akciju dobrovoljnog davanja krvi. Ulaženjem u „tuđe cipele“ SIM TIM koji čine volonteri, bolje razume transfuziološku službu i njenu ulogu, volonteri davaoce krvi, a svi polaznici sve uloge u procesu regrutovanja i zadržavanja davalaca krvi i realizacije jedne akcije dobrovoljnog davanja krvi.

„KLUB 25“

Ideja da se okupe mladi ljudi u okviru organizacije Crvenog krsta i da se bave promocijom DDK nastala je u Africi 80' godina 20. veka. S obzirom na to da su zemlje kao Zimbabve, Bocvana i Mali na ovaj način uspešno dostigle 100% nemomenskog davanja krvi, proširila se kao dobra ideja i u Evropu, pod nazivom „Klub 25“.

„Klub 25“ cilja na mlađe ljude između 18 i 25 godina starosti. Polazna tačka jeste promocija dobrovoljnog, nenagrađenog i anonimnog davanja krvi. Međutim, reč je i izvanrednoj prilici da se kroz ovu ideju promovišu zdravi stilovi života, pozitivan stav prema životu, altruizam, humanost i građanska solidarnost. Danas, u Jugoistočnoj Evropi Crveni krst Hrvatske i Crveni krst Srbije imaju formirane „Klubove 25“ a rezultati o broju mlađih ljudi koji su dali krv su izvanredni.

„Klub 25“ promoviše ideju da mlađi ljudi budu okupljeni oko ideje dobrovoljnog davanja krvi, po principima dobrovoljnosti, nenagrađenosti i anonimnosti. Oni treba da žele da sami daju krv 25 puta u životu, da svaki član Kluba motiviše dodatnih 25 mlađih i da ih učlani u klub, a svi oni treba da imaju između 18 i 25 godina.

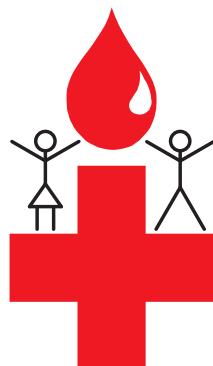
Mlađi daju krv zato što to žele, za osobu koju ne poznaju, ne očekujući za akt davanja krvi nagradu jer je jedino na taj način dolazi do bezbedne krvi za sve pacijente koji bez ovog tikva ne mogu preživeti ili se ne mogu lečiti.



Poseti gugl+ stranicu
„Klub 25“



Raspitaj se u svojoj
organizaciji Crvenog
krsta kako da osnujete
„Klub 25“



BUDI DAVALAC KRV!!

Praksa je pokazala da samo nenagrađeni, dobrovoljni davaoci krvi mogu obezbediti dovoljne količine bezbedne krvi zato što su u najmanjem riziku da prenesu potencijalno životno ugrožavajuće bolesti kao što su HIV i hepatitis.

INFORMIŠI DRUGE!**Zastupaj nenagrađeno, dobrovoljno davaoštvo krvi za nepoznatu osobu!**

Mnogi ni ne znaju u kojoj meri je davanje krvi neophodno za lečenje mnogih bolesti. Potrebno je širenje pravilnih informacija, pozitivan stav i podsticanje i jačanje svesti i savesti građana. Ti to možeš!

MOTIVIŠI VRŠNJAKE DA DAJU KRV!**Podstakni ih da preuzmu društvenu odgovornost.**

Mladi koji žele da se bave humanitarnim radom mogu postati najbolji promotori davaoštva krvi. Svojom idejom i znanjem na način na koji ti inače komuniciraš možeš uticati na ponašanje zajednice, pre svega na svoje prijatelje i porodicu.

PROMOVIŠI ZDRAV STIL ŽIVOTA!

Samo zdrava osoba može biti dobrovoljni davalac krvi! Promocija zdravlja znači da ćeš učiniti da bude manje zloupotrebe psihoaktivnih supstanci, rizičnog ponašanja, a time i više zdravlja u tvojoj sredini!

POHVALI, PODRŽI I PRIHVATI DOBRU IDEJU!

Samo timskim radom možemo postići dovoljne količine bezbedne krvi!



SVAŠTARA

ETIČKI KODEKS

ZA VOLONTERE I ZAPOSLENE U CRVENOM KRSTU SRBIJE

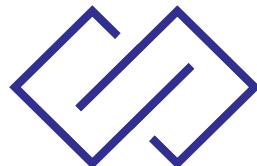
95

MOTIVACIJA GRADJANA
ZA DOBROVOLJNO
DAVANJE KRVI

Zaposleni i volonteri u Crvenom krstu Srbije i njegovim sastavnim delovima su obavezni:

- da poštuju, primenjuju u svim aktivnostima i promovišu Osnovne principe Međunarodnog pokreta Crvenog krsta i Crvenog polumeseca: humanost, nepristrasnost, neutralnost, nezavisnost, dobrovoljnost, jedinstvo i univerzalnost,
- da šire znanje o međunarodnom humanitarnom pravu i promovišu humanitarne vrednosti za koje se zalaže Međunarodni pokret,
- da doprinose ostvarenju misije Međunarodnog pokreta i misije Crvenog krsta Srbije,
- da se staraju o pravilnoj upotrebi znaka Crvenog krsta i da se angažuju na sprečavanju njegove zloupotrebe ili pogrešne upotrebe,
- da doprinose jačanju ugleda i informisanju o aktivnostima i akcijama Crvenog krsta Srbije,
- da zastupaju ugrožena lica i štite integritet i ljudsko dostojanstvo svih lica kojima Crveni krst Srbije pruža bilo kakvu pomoć i da čuvaju kao najstrožu tajnu sve podatke o njima do kojih dođu u toku akcija i aktivnosti Crvenog krsta Srbije,
- da doprinose usavršavanju i primeni najviših standarda u aktivnostima i akcijama Crvenog krsta Srbije,
- da se neprekidno lično usavršavaju i stiču nova znanja neophodna za obavljanje konkretnih poslova i zadataka u mandatu Crvenog krsta Srbije,
- da unapređuju rad organizacije i posebno način obavljanja poslova za koje su neposredno zaduženi,
- da poštuju nadležnosti i ovlašćenja organa i pojedinaca utvrđene Statutom i drugim propisima Crvenog krsta Srbije i da se bave poslovima i zadacima koji im budu dodeljeni u skladu sa tim nadležnostima i ovlašćenjima,
- da doprinose razvoju solidarnosti među ljudima i dobrovoljnosti kao principa rada u Crvenom krstu Srbije,
- da razvijaju prijateljske odnose među članovima i volonterima Crvenog krsta Srbije,
- da uvažavaju mišljenja drugih i razvijaju visok stepen tolerancije u komunikaciji među članovima Crvenog krsta Srbije, sa korisnicima usluga Crvenog krsta Srbije i javnosti,
- da se upoznaju sa pravilima koja važe u Međunarodnom pokretu, da ih dosledno i upotpunosti primenjuju i poštuju u svim aktivnostima i akcijama u kojima učestvuju,

- da poštjuj ljudska prava svakog pojedinca i svih društvenih grupa, bez bilo kakve diskriminacije po bilo kom osnovu i da se zalažu za njihovo opšte poštovanje,
- da štite i pravilno koriste imovinu Crvenog krsta Srbije koja im je poverene za obavljanje zadataka, da poštjuj propise o nabavkama i drugim načinima sticanja imovine,
- da ne vrše povrede zakona i drugih propisa, međunarodnih i unutrašnjih,
- da ne zloupotrebljavaju u bilo kom vidu članstvo u Crvenom krstu Srbije za ličnu korist ili za sticanje imovinske ili bilo koje druge koristi ili prednosti,
- da ne primenjuju bilo koji oblik diskriminacije pri zapošljavanju ili drugim oblicima angažovanja lica u Crvenom krstu Srbije i da ne favorizuju pojedince u tom pogledu, na osnovu bliskih rođačkih, prijateljskih i drugih sličnih odnosa,
- da ne zaključuju bilo kakve poslove sa ugroženim licima, bilo da su korisnici pomoći Crvenog krsta Srbije ili nisu,
- da se ne angažuju na bilo koji način u obavljanju poslova koji nisu u skladu sa zakonom,
- da ne nose oružje ili eksplozivna sredstva bilo koje vrste za vreme angažovanja u aktivnostima ili akcijama Crvenog krsta Srbije,
- da se uzdržavaju od bilo kakvog političkog delovanja i ispoljavanja političkih stavova za vreme dok su angažovani u aktivnostima ili akcijama Crvenog krsta Srbije,
- da ne prihvataju bilo kakvo javno istupanje u ime Crvenog krsta Srbije, bez ovlašćenja nadležnih organa,
- da sve sporove sa Crvenim krstom Srbije ili pojedincima u Crvenom krstu Srbije rešavaju u okviru organa Crvenog krsta Srbije i da ne iznose ili komentarišu te sporove u javnosti,
- da ne primaju bilo kakve poklone ili usluge za zadatke obavljene u okviru Crvenog krsta Srbije, osim simboličnih: olovka, rokovnik, kalendar i sl,
- da ne omogućavaju bilo kom trećem licu ostvarivanje materijalne ili druge lične koristi protivno Statutu i interesima Crvenog krsta Srbije,
- da se upoznaju sa sadržajem Etičkog kodeksa u celini i prihvate svaku odgovornost u skladu sa Statutom i drugim propisima Crvenog krsta Srbije u slučaju povrede Etičkog kodeksa Crvenog krsta Srbije.



KODEKS DOBROVOLJNOG DAVAOCA KRVI

U želji da davanjem krvi pomognem u spasavanju života i lečenju bolesnih i povređenih, odlučujem se da dam krv:

DOBROVOLJNO:

Svesno sam doneo odluku da dam krv. Upoznat sam sa činjenicom da davanje krvi ne ugrožava zdravlje, ne ostavlja posledice, ne stvara naviku i ne menja fizičke i umne sposobnosti. Odluku sprovodim u transfuzijskoj ustanovi koja se stručno bavi prikupljanjem i ispitivanjem krvi. Znam da će moja krv biti prethodno ispitana, da bi mogla biti primenjena. U davanju ličnih podataka i podataka o svom prethodnom zdravstvenom stanju biću potpuno iskren. Obavezujem se da ću svoje lične interese uvek podrediti zahtevima zdravstvene službe i da nikada neću prečutati nijedan podatak iz mog zdravstvenog stanja. Ako znam da pripadam bilo kojoj rizičnoj grupi čija krv može da naškodi pacijentu (primaocu), reći ću to ili ću odustati od davanja krvi.

BESPLATNO:

Za ponuđenu krv ne tražim nikakvu novčanu naknadu. Ukoliko moja organizacija u kojoj radim, mesna zajednica, Crveni krst ili moja zemљa smatraju da treba da mi se oda priznanje za pokazani gest humanosti, prihvatiću to kao znak pažnje i uvažavanja.

ANONIMNO:

Očekujem da se krv, koju sam dao preko službe transfuzije, najsvršishodnije i najpravilnije upotrebii. Nikada neću uslovjavati primenu moje krvi pacijentu iz nekog klasnog, verskog, nacionalnog ili rasnog razloga. Krv koju dajem posvećujem svim bolesnicima kojima je potrebna.

KRITERIJUMI ZA PRIVREMENO ODBIJANJE DAVALACA

Sistem organa/ organ/ kategorija	Naziv oboljenja/ stanja	Trajanje (dani)
Srce	Hipotenzija <13,3/8,66 (100/60 mmHg)	*
	Benigna hipertenzija >24/13,3 (180/100 mmHg)	*
Akutne infektivne i zapaljenske bolesti (posle izlečenja)	Akutni glomerulonefritis	(5 g) 1800
	Akutna toxoplazmoza	180
	Bruceloza	730
	Gastrointestinalne infekcije	14
	Gnojna kozna oboljenja	14
	Gonoreja	180
	Herpes simpleks	14
	Herpes zoster	120
	Infektivna mononukleoza	360
	Lajmska bolest	360
	Lakše infektivne bolesti (rinitis, prehlada, grip i sl.)	7
	Osteomijelitis	730
	Respiratorne infekcije	14
	Reumatska groznica	730
	Rubeola, parotitis	21
	Tireotoksikoza	180
	Trihinelzoza	730
Akutne infektivne i zapaljenske bolesti (posle izlečenja)	Tuberkuloza pluća i drugih organa	730
	Urinarne infekcije	21
	Zapaljenje pluća	90
	Zarazna žutica tipa A	360

Sistem organa/ organ/ kategorija	Naziv oboljenja/ stanja	Trajanje (dani)
Posle uzimanja lekova	Antibiotici	7
	Antikoagulansi	14
	Aspirin (zamene), Naproxen, Piroxicam	5
	Brufen, Voltaren/Diklofen i slično	2
	Diuretici i antihipertenzivi	1 do 5
	Cilazapril - antihipertenziv	10
	Amlodipin - antihipertenziv	7
	Steroidi	***
Vakcinacije	Živim mikroorganizmima (rubeola)	28
	Živim atenuiranim mikroorganizmima: BCG, rubeola, morbili, zauške, polio-oralno, žuta groznica, tifus, kolera	28
	Mrtvim mikroorganizmima kao kolera, tifus	0
	Protiv besnila	360
	Toksoidi (difterija, tetanus)	0
	Vakcine sa inaktivisanim virusima (influenca, poliomijelit i.m.)	0
	Vakcine protiv hepatitisa A i B, date kao posledica izlaganja virusima	180
	Druge vakcine date preventivno (hepatitis A i hepatitis B)	0
Prevencija	Akupunktura	180
	Inokulacione povrede	180
	Kontakt (u kući) sa obolelim od zarazne žutice tipa A	90
	Seksualni odnos ili krvni kontakt sa osobom oboleлом od HBV i/ili HCV ili osobom koja je HBsAG+ i/ili HCV+	180
	Kontakt sa obolelim od sifilisa	90
	Kontakt sa obolelim od zaušaka	28
	Seksualni odnos sa HIV + osobom	*****180
	Tetoviranje i probadanje tela, kože (pirsing)	180
	Vakcinisanje i/ili primena seruma zbog kontakta sa obolelim od zarazne žutice tipa B	180
	Vakcinisanje zbog kontakta sa obolelim od zarazne žutice tipa A	42

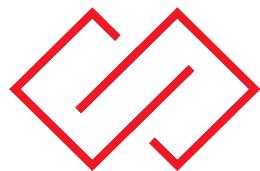
Sistem organa/ organ/ kategorija	Naziv oboljenja/ stanja	Trajanje (dani)
Ostalo	Ambulantne hirurške intervencije	7
	Endoskopija sa biopsijom	180
	Menstruacija	*****
	Pobačaj	180
	Porodaj	180
	Tkvini i ćelijski transplantati	180
	Trudnoća	180
	Transfuzija krvi	180
	Vađenje zuba i manje stomatološke intervencije	7
	Veće hirurške intervencije	180
	Nizak hemoglobin	7
	Akutni etilizam	1
	Varices cruris velikog obima	60
	Akutna alergija	15
	Žučni i bubrežni kamenci – akutni napad	15
	Akutni holecistitis	30
	Epilepsija bez terapije	(3g)1095
	Astenija	*****
*	do normalizacije	
**	ako se plazma uzima isključivo za frakcionisanje	
***	prema farmakokinetici leka	
****	od poslednjeg seksualnog kontakta	
*****	za vreme trajanja	



KRITERIJUMI ZA TRAJNO ODBIJANJE DAVALACA

Sistem organa/ organ/ kategorija	Naziv oboljenja/ stanja
Svi sistemi i organi	Hronična sistemska oboljenja sa insuficijencijom organa Maligna oboljenja svih sistema i organa
Srce	Maligna hipertenzija
	Angina pectoris
	Apsolutna aritmija i VES
	Koronarna bolest
	Operacije na srcu
	Srčane mane
Pluća	Astma
	Hronična opstruktivna bolest pluća
	Emfizem pluća
Digestivni trakt	Hronična oštećenja jetre neinfektivnog porekla
	Hronična oštećenja pankreasa neinfektivnog porekla
	Ulcerozni colitis
Hronične infektivne i zapaljenske bolesti	Hepatitis C
	Sifilis
	CJD i druge spongiformne encefalopatije
	Prionska oboljenja
	Malaria
	Hronična toxoplazmoza

Sistem organa/ organ/ kategorija	Naziv oboljenja/ stanja
Hronične autoimmune bolesti	Hronični ekzem Kronova bolest Multipla skleroza Psorijaza Reumatoidni artritis Sarkoidoza Sistemski lupus Trombocitopenija
Rizično ponašanje	Visoko rizično seksualno ponašanje Hronični alkoholizam Narkomanija
Ostalo	Ponovljeni kolapsi pri davanju krvi Primaoci transplantata



KRV I KRVNI KOMPONENTI

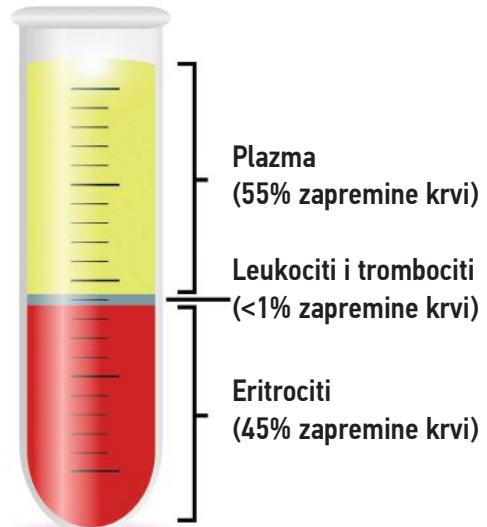
Krv je mešavina ćelija i tečnosti od kojih svaki deo ima specifičnu funkciju:

- Crvena krvna zrnca (eritrociti) prenose kiseonik do ćelija i tkiva i iz njih otklanaju ugljen-dioksid. Čine 40%–45% krvi svake osobe i žive u cirkulaciji 120 dana.
- Bela krvna zrnca (leukociti) su deo imunog sistema i glavna uloga im je da štite od infekcije. Čine manje od 1% krvi zdravog čoveka.
- Krvne pločice (trombociti) su ćelijski fragmenti koji stvaraju ugrušak i pomažu u sprečavanju i kontroli krvarenja. Čine oko 5% naše krvi i žive u cirkulaciji oko devet dana.
- Plazma je žućkasta mešavina vode, belančevina, elektrolita, ugljenih hidrata, holesterola, hormona i vitamina. Čini oko 55% krvi svake osobe.

Krvne ćelije se stvaraju u koštanoj srži, u spongioznoj supstanci koja se nalazi u mnogim kostima u našem telu. Odrasla osoba ima oko 5 litara krvi. Količina krvi kod dece zavisi od uzrasta i telesne mase i iznosi od 70 ml (odraslo dete) do 100 ml (novorođenče) po kilogramu telesne mase.

Krv omogućava prenos važnih sastojaka do i od ćelija. Cirkulišući kroz telo ona predaje tkivima i ćelijama kiseonik i druge hranljive materije neophodne za njihovo pravilno funkcionisanje. Od ćelija i tkiva preuzima štetne nusprodukte poput ugljen-dioksida i dalje ih odnosi do organa zaduženih za njihovo razlaganje.

SASTAV KRVI



ULOGE KRVI	
♥ Transport kiseonika i ugljen-dioksida	♥ Termoregulacija
♥ Transport hranljivih materija	♥ Odbrana (imunitet, fagocitoza)
♥ Transport raspadnih produkata metabolizma	♥ Hemostaza
♥ Transport hormona	♥ Održavanje acido-bazne ravnoteže

Šta se sve od krvnih produkata koristi u transfuzijskom lečenju bolesnika?

„Cela krv“ označava produkt dobijen uzimanjem krvi u antikoagulantni rastvor. Volumen standardne doze cele krvi je $450 \text{ +/- } 45 \text{ ml}$.

Koncentrat eritrocita – produkt krvi koji se priprema odvajanjem većeg dela plazme iz centrifugirane ili sedimentirane doze krvi. Razdvajanje eritrocita i plazme sedimentiranjem može da se izvrši u bilo koje vreme pre isteka roka upotrebe krvi, a centrifugiranjem do 6 dana nakon uzimanja krvi. Volumen koncentrata eritrocita prosečno iznosi $280 \text{ +/- } 60 \text{ ml}$.

Koncentrat eritrocita u aditivnom rastvoru – produkt koji se priprema odvajanjem većeg dela plazme nakon centrifugiranja doze krvi. Eritrocitima se dodaje aditivni rastvor. Volumen koncentrata eritrocita u aditivnom rastvoru je $350 \text{ +/- } 70 \text{ ml}$.

Koncentrat zamrznutih eritrocita – eritrociti moraju biti zamrznuti najkasnije 6 dana nakon uzimanja krvi. Oni se zamrzavaju uz dodatak kroptektornih rastvora. U koncentratu zamrznutih eritrocita pripremljenih za transfuziju mora biti najmanje 80% eritrocita u odnosu na broj pre zamrzavanja, a 24 sata nakon transfuzije u cirkulaciji bolesnika mora se nalaziti više od 70% transfundiranih eritrocita. Volumen je viši od $185 \text{ +/- } 10 \text{ ml}$.

Koncentrat opranih eritrocita – priprema se odvajanjem gotovo sve plazme od eritrocita, te pranjem eritrocita fiziološkim rastvorom. Zavisno od metode pripremanja, u dozi ostaju razne količine leukocita i trombocita. Volumen je $280 \text{ +/- } 60 \text{ ml}$.

Koncentrat eritrocita sa smanjenim brojem leukocita – priprema se filtriranjem jedinice cele krvi ili produkata eritrocita.

Koncentrat eritrocita 0 krvne grupe u AB plazmi – priprema se mešanjem eritrocita 0 krvne grupe jednog davaoca sa sveže smrznutom plazmom AB krvne grupe drugog davaoca, uglavnom za potrebe izmena krvi u novorođenčadi.

Koncentrat trombocita – priprema se diferencijalnim centrifugiranjem cele krvi ili citaferezom. Trombociti iz jedne jedinice cele krvi čuvaju se u 50 ml plazme, a mogu se pripremati samo iz krvi koja nije starija od 24h. U posebnim plastičnim vrećicama mogu se čuvati do 5 dana.

Koncentrat trombocita može se pripremiti i postupkom citafereze, od jednog davaoca na posebnom aparatu.

Koncentrat trombocita sa smanjenim brojem leukocita – priprema se filtracijom ili diferencijalnim centrifugiranjem koncentrata trombocita dobijenog iz 500 ml krvi ili aferezom.

ŠTA SU AFEREZNI TROMBOCITI?

Afereza je specijalna procedura kojom se iz krvi izdvaja samo jedan sastojak krvi davaoca (trombociti, plazma, leukociti, eritrociti) uz istovremeno vraćanje ostalih delova krvi. Procedura se izvodi uz upotrebu aparata – separatora krvnih ćelija. Pošto davalac daje samo jedan sastojak krvi (jednu komponentu), on može da bude davalac mnogo više puta nego kada standardno daje krv. Tako dobrovoljni davalac može da da trombocite na separatoru 24 puta u toku jedne godine, a krv samo 3–4 puta. U našoj zemlji se ovako proizvode trombociti za lečenje transplantiranih bolesnika i bolesnika retkih krvnih grupa kod kojih nije moguće obezbediti dovoljan broj koncentrata trombocita uobičajenim davanjem krvi.

S obzirom na to da u našoj zemlji nema dovoljno davalaca u registru dobrovoljnih davalaca afereznih trombocita, može biti neophodno da porodica bolesnika u slučaju potrebe sama okupi davoce trombocita.

Koncentrat leukocita – priprema se leukocitaferezom ili diferencijalnim centrifugiranjem jednice cele krvi.

Koncentrat leukocita i trombocita – priprema se aferezom.

Sveže smrznuta plazma – krvna komponenta izdvojena iz pojedinačne doze krvi ili procesom afereze, zamrznuta u roku od 8 sati na temperaturi -18 C, a po mogućnosti ispod -30C, koja će održati labilne faktore koagulacije u funkcionalnom stanju.

Plazma – smrznuta plazma priprema se izdvajanjem plazme iz konzervisane krvi stare 8 sati do 5 dana nakon uzimanja krvi i zamrzavanjem na temperaturi nižoj od -18C.

Krioprecipitat – priprema se polaganim otapanjem sveže smrznute plazme i sterilnim odvajanjem plazme od neotopivog taloga. Talog sadrži najveći deo činilaca koagulacije iz jedne cele jedinice krvi.

Imunoglobulini – ili gamaglobulini, proizvode se od humane plazme i upotrebljavaju za poboljšanje imuniteta. Obično se daju bolesnicima kada nisu u stanju da se izbore sa infekcijom, pogotovo u situaciji kada je imuni sistem zbog bolesti ili upotrebe hemioterapijskih lekova oslabljen. Pored toga, imunoglobulini se upotrebljavaju za lečenje brojnih autoimunih oboljenja. Specijalni imunoglobulini se prepisuju za lečenje virusnih infekcija, za lečenje tetanusa i besnila.

Iz sveže jedinice krvi mogu se izdvojiti delovi (komponente) krvi i primeniti u terapiji. Kao posebni produkti koriste se: sveža plazma, zamrznuta sveža plazma, deplazmatisani (koncentrovani) eritrociti, koncentrovani trombociti, oprani eritrociti, plazma bogata trombocitima, krioprecipitat i modifikovana krv (krv iz koje je izdvojena samo jedna komponenta). Iz plazme se posebnim postupcima izdvajaju derivati plazme (stabilni produkti krvi), koji mogu dugo da se čuvaju u određenim uslovima: albumin, gamaglobulin za intramuskularnu i intravensku upotrebu, specifični gamaglobulini (antitetanusni, antirabični, anti-D, antihepatitis B), koncentrovani factor VIII, koncentrovani factor IX, koncentrat antitrombina III, protein C i dr.

Veštačka krv ne postoji. Krv je živo tečno tkivo koje se dobija samo od živog, zdravog čoveka. U laboratorijskim uslovima, do danas, još нико nije veštački uspeo da proizvede takvo tkivo. Postoji zamena za plazmu i ona se u određenim situacijama i uslovima koristi, ali je ograničenog dejstva. Pošto krv ima više funkcija, jedina na kojoj se sada, pri istraživanjima, radi je prenošenje kiseonika.



PLANIRANJE I REALIZACIJA SASTANAKA SA VOLONTERIMA

Kada	Ko i šta
1 Pre sastanka	<p>Definisati zašto organizujemo sastanak, tj. o kojoj vrsti sastanka je reč (informativni, donošenje odluka, kreativni, ili sl).</p> <p>Odrediti dnevni red, (tj. agendu ili pojedinačne teme sastanka).</p> <p>Ukupno vreme radnog dela sastanka, u normalnim oklonostima, ne bi trebalo da traje duže od jednog sata.</p> <p>Odrediti ko će prezentovati koju temu i koliko će svaka od tema trajati.</p> <p>Odrediti ko će rukovoditi sastankom (saradnik zadužen za rad sa volonterima, koordinator volontera ili neko od iskusnijih volontera).</p> <p>Odrediti ko će brinuti da se sastanak odvija unutar dogovorenog vremena (<i>time keeper</i>).</p> <p>Definisati datum sastanka, vreme početka i završetka sastanka.</p> <p>Proveriti raspored korišćenja prostorija CK i upisati sastanak u raspored.</p> <p>Pozvati volontere na sastanak i tražiti da potvrde prisustvo.</p> <p>Pripremiti sve potrebne materijale (napraviti kopije potrebnih materijala, formular za spisak prisutnih, druge materijale).</p>
2 Pred sastanak	<p>Saradnik zadužen za rad sa volonterima i koordinator volontera treba da stigne najmanje 15 minuta pre dogovorenog vremena kako bi napravio adekvatan razmeštaj stolica u prostoriji i sav potreban materijal za rad složili po redu korištenja.</p>

Kada		Ko i šta
3	Početak sastanka	Osmisliti dobrodošlicu i aktivnosti za zagrevanje. Prvih petnaestak minuta sastanka služi za socijalizaciju i zagrevanje, a time se takođe pruža prilika onima koji eventualno kasne da ne propuste sâm sastanak.
4	Dnevni red	Onaj ko je određen da rukovodi sastankom to čini po utvrđenom dnevnom redu. Osoba zadužena za vreme, opominje na dogovorene vremenske odrednice.
5	Odluke	Odluke i dogovore koji se postižu u vezi sa predstojećim aktivnostima zapisničar odmah zapisuje. Određuje se ko je odgovoran za svaki planirani zadatak ili aktivnost, kao i osoba koja će proveravati napredak realizacije tog dogovora i termin kada će proveriti. Smisao nije puko proveravanje, već pružanje prilike da se, ukoliko iz bilo kog razloga ne budu mogli da budu ispoštovani rokovi, dâ podrška i zadatak ipak obavi uspešno.
6	Završetak sastanka	Zahvaliti svima na prisustvu i saradnji. Planirati na kraju sastanka određeno vreme za neformalno druženje volontera. Sa sastanka poslednji odlazi saradnik zadužen za rad sa volonterima, a pre izlaska iz prostorija sve vraća u prvobitno stanje.
7	Posle sastanka	Zapisničar ima obavezu da u elektronskoj formi dostavi odluke i dogovore svima na koje se odnose (na email ili zatvorenu FB grupu), kako bi mogli da ih unesu u svoje rasporede.



LIČNE POTREBE DAVALACA

Za zadovoljavanje ličnih potreba davalaca i unapređenje rada u toj oblasti neophodne su tri vrste sposobnosti:

- Očuvanje i jačanje osećanja samopoštovanja;
- Sposobnost da se sasluša pitanje i pruži ljubazan odgovor;
- Iznalaženje novih ideja i predloga.

U tabeli koja sledi opisuje se način ponašanja osoblja kojim se mogu zadovoljiti ovakve potrebe, a predlažu se i neke fraze koje se uobičajeno koriste.

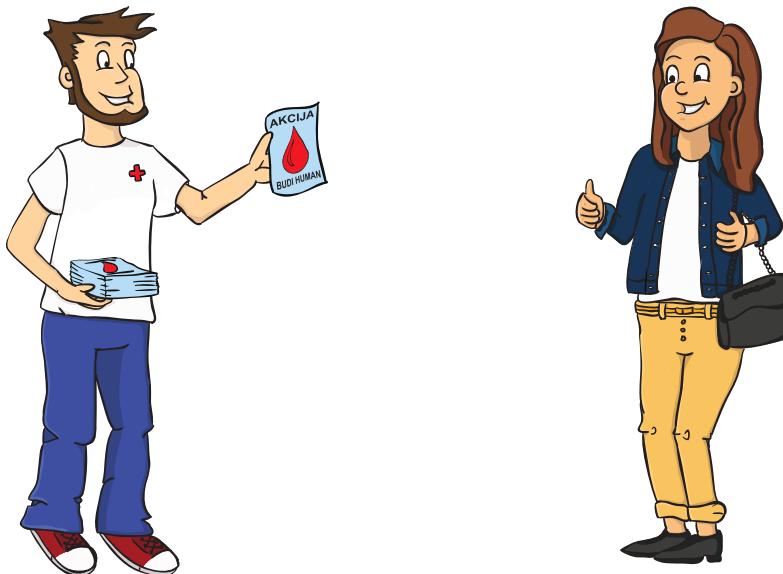
Osnovne osobine	Delovanje	Korišćenje fraza
Očuvanje i jačanje osećanja samopouzdanja	Ponašajte se prema davaocu kao prema značajnoj osobi. Pohvalite i dodelite neki kompliment davaocu u trenutku kada je to potrebno.	To je dobra ideja. Ja to veoma cenim... Milo mi je što Vas vidim. Hvala Vam što ste došli. Čestitam Vam. Milo mi je što čujem da... Baš je lepo da popričamo ponovo.
Sposobnost da se sasluša pitanje i da pruži ljubazan odgovor	Obratite pažnju na činjenice i osećanja čoveka s kojim razgovarate	Mogu da zamislim kako se osećate... Razumem što se tako osećate...i meni bi bilo isto. I meni se to dogodilo. Razumem kako Vam je. Čini mi se da ste danas (lepo, rđavo) raspoloženi.
Iznalaženje novih ideja i predloga	Pitajte da li ima novih ideja, čak i ako već imate pogodno rešenje. Koristite ideje davaoca kad god je to moguće. Izbegavajte da to zatražite na zapovedan način. Uključite davaoca u pronalaženje rešenja.	Šta ste time mislili? Šta bi Vam pomoglo? Kako mislite da to možemo uraditi? Imate li Vi neku ideju? Kako biste voleli da nastavimo? Mogu li nešto da predložim? Šta ako... Mada mislim da je nemoguće, možemo probati. Mogu li nešto da predložim? Šta biste više voleli? Evo šta možemo uraditi.

Predlozi iz tabele će vam pomoći u prevazilaženju teških situacija i rešavanju manjih problema, a uticaće i na sticanje rutine u vašem ponašanju TOKOM rada.

Pokušajte da ovlastate pomenutim sposobnostima i time pružite visok kvalitet usluga u zadovoljanju ličnih potreba davalaca.

Koristite se frazama u uvežbavanju ovih sposobnosti. Dodajte neke nove rečenice za koje mislite da mogu naročito da pomognu.

Ako imate prilike, radite zajedno sa kolegama i to tako što ćete podeliti uloge i vežbati korišćenje pomenutih fraza.



PRAKTIČNE POTREBE DAVALACA

Uvažavanje i zadovoljavanje praktičnih potreba davalaca od suštinskog je značaja u radu sa ljudima. U tom smislu treba da preduzmete četiri naredna koraka:

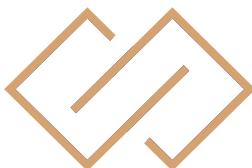
- Da se sa uvažavanjem ophodite prema licu sa kojim radite;
- Da razjasnите situaciju;
- Da zadovoljite potrebe klijenta ili da učinite više od očekivanog;
- Da se uverite da je klijent zadovoljan.

Osnovne osobine	Delovanje	Korišćenje fraza
Uvažavanje osobe sa kojom radite	Ophodite se prema davaocima ljubazno i uviđavno. Objasnite postupak. Iskažite svoje poštovanje prema davaocu. Nasmešite se.	Dobro jutro, dan, veče... Dobrodošli... Ja se zovem.. Milo mi je što Vas vidim. Žao mi je što malo kasnimo, ali ćemo se potruditi da ne čekate puno, a u međuvremenu, hoćete li... Nasmešite se.
Razjasnite situaciju	Utvrđite ili razjasnite šta je potrebno Pokažite razumevanje i blagonaklonost.	Kako mogu da Vam pomognem? Šta mogu da učinim za Vas? Recite mi detaljnije šta Vam treba. Sačekajte da pogledam da li to imam.
Da zadovoljite potrebu klijenta ili da učinite više od očekivanog	Ako je moguće, učinite više nego što je klijent očekivao. Na davaoca treba da mislite na početku, na kraju i uvek.	Sada ću se za to pobrinuti. Uradiću (to i to), da li se Vi slažete? Evo šta ću uraditi. Evo šta još mogu uraditi... javiću Vam se ponovo.
Uverite se da li je klijent zadovoljan	Proverite da li je klijent zadovoljan.	Da li mogu da učinim još nešto? Da li ste ovim zadovoljni? Treba li Vam još nešto? Pitajte slobodno ako Vas još nešto zanima.



Dodajte svoje ideje za
koje smatrate da mogu
da budu od pomoći

PRAVILNO POPUNJAVANJE DOPISNICE



KORISNI LINKOVI

Crveni krst Srbije

Crveni krst Vojvodine

Institut za transfuziju krvi Srbije

Zavod za transfuziju krvi Vojvodine

Budi davalac krvi

Zavod za transfuziju krvi Niš

Jutjub kanal - Crveni krst Srbije

Klub 25

Konkurs „Krv život znači“

Jutjub kanal „Krv život znači“

Crveni krst Srbije, fejsbuk stranica

Crveni krst Vojvodine, fejsbuk stranica

www.redcross.org.rs

www.ckv.org.rs

www.nbti.org.rs

www.transfuzija.org.rs

www.budidavalackrvi.com

www.transfuzijanis.rs

www.youtube.com/channel/UC7K6NEncqKKCybnkn4AcAg

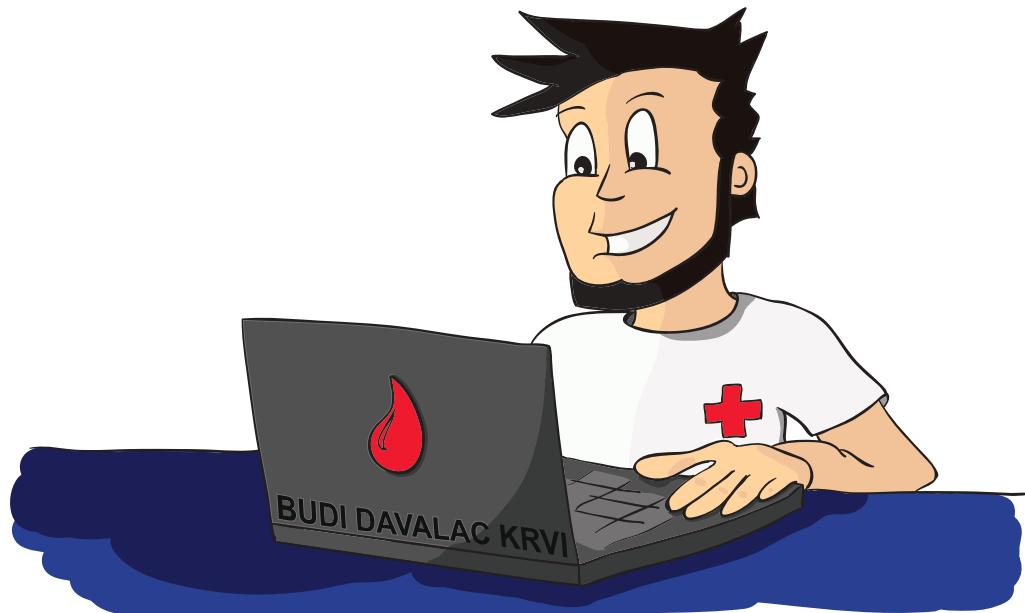
plus.google.com/107912190254147634587

plus.google.com/101163206320907384610

www.youtube.com/channel/UCq3ByE-uf0U9n8ey20wtGjQ

www.facebook.com/redcrossosserbia

www.facebook.com/crvenikrstvojvodine



REFERENCE

Lično iskustvo

autori

- Josip Bošnjaković – Zavod za transfuziju krvi Vojvodine
- Sofija Jovanović – Crveni krst Vojvodine
- Jelena Milić Šućur – Crveni krst Vojvodine
- Marija Čukić – Crveni krst Srbije
- Milan Lupšić – Crveni krst Kovin

Savetnici, saradnici i konsultanti

- Dr Milutin Mihajlović, načelnik transfuziološke službe Opšte bolnice Valjevo
- Slavica Musić, Crveni krst Palilula

LITERATURA

Knjige

- Međunarodna federacija društva Crvenog krsta i Crvenog polumeseca, 2000. Ostvariti programu. Beograd, Međunarodna federacija društva Crvenog krsta i Crvenog polumeseca
- Belić B. 2008. Postanite i vi davalac krvi – priručnik za dobrovoljne davace krvi. Novi Sad: Skupština AP Vojvodine
- Tončev Lj, Jovanović R. 2003. Priručnik volonterima dobrovoljnog davalštva krvi. Novi Sad: Crveni krst Vojvodine.
- Theaker A. 2004. The Public Relations Handbook. Bodmin
- Ministarstvo zdravlja RS. 2011. Vodič za primenu, korišćenje i obezbeđenje kvaliteta komponenata krvi. Beograd,
- Posner K, Applegarth M. 1998. The Project Management Pocketbook. Alresford: Alresford Press Ltd.
- Williamson D. 2009. Marketing & Communications in Nonprofit Organizations: It Matters More Than You Think. Washington: Center for Public and Nonprofit Leadership, Georgetown University.

- Godin S. 2007. Svi marketinški stručnjaci su lažovi : moć kazivanja verodostojnih priča u sumnjičavom svetu. Beograd: Logos Art
- Crveni krst Palilula. 2016. Priručnik za koordinatora volontera 2016/2017. Beograd: Crveni krst Palilula
- Crveni krst Palilula, 2016. Priručnik za volontere Crvenog krsta Palilula. Beograd: Crveni krst Palilula.

Internet izvori

- Veljković D.. Krv i krvni komponenti. Beograd: Institut za zdravstvenu zaštitu majke i deteta „Dr Vukan Čupić“. Raspoloživo na: www.nurdor.org/InfoDetalji.aspx?url=transfuzija-krvi&kid=1. [pristupljeno 27.03.2017.]
- Porter's Five Forces. 2010. QuickMBA: Strategic Management/marketing. [internet]. Raspoloživo na: www.quickmba.com/marketing. [pristupljeno 27.03.2017.]
- Recklies D, Recklies O. 2017. The Manager Org. [internet]. Raspoloživo na: www.themanager.org. [pristupljeno 27.03.2017.]
- Bullas J. 2016. Win at business and life in a digital world. Raspoloživo na: www.jeffbullas.com. [pristupljeno 27.03.2017.]
- Social Media Today. 2016. Social Media Today. Raspoloživo na: www.socialmediatoday.com. [pristupljeno 27.03.2017.]
- Cooper B. B. 2016. 16 Top Tips from Blogging Experts for Beginners. Raspoloživo na: blog.bufferapp.com/blogging-advice-for-beginners-from-16-experts. [pristupljeno 27.03.2017.]

CIP - Каталогизација у публикацији - Народна библиотека Србије, Београд
614.885:615.38(035)

PRIRUČNIK za volontere Crvenog krsta : motivacija građana za dobrovoljno давање крви / [автори Josip Bošnjaković ... et al.]. - Beograd : Crveni krst Srbije, 2017 (Beograd: Presscode). - 115 str. : илустр. ; 21 x 21 cm

Podaci o autorima preuzeti iz kolofona. - Тираž 600. - Bibliografija: str. 114-115.

ISBN 978-86-80205-58-8

1. Бошњаковић, Јосип, 1978- [автор]

а) Црвени крст - Волонтерски рад - Приручници б) Добровољни даваоци крви - Психолошки аспект - Приручници

COBISS.SR-ID 231728908