

Miért van szükség tagokra és fiatalokra?

Nem is annyira felesleges feltenni ezt a kérdést, mint gondoljuk. Vannak olyan szervezetek – divat őket fantomszervezeteknek nevezni –, amelyek csak papíron léteznek. Vannak, akik úgy gondolják, elég, ha néhány fővel megalakul az egyesület, bejegyezhető, és már indulhat is a (rendszerint támogatások, pénzforrások felkutatásából álló) szorgoskodás, lehet pályázni, támogatót keresni. Ha azonban valódi céljaink vannak, tényleges tennivalók várnak ránk, akkor minél többen vagyunk, annál többet tudunk végezni. Annál jobban tudatosulnak a csoportban az embereket érdeklő és érintő kérdések, s annál erősebb a csoport a közös cselekvéshez. A szervezetet a nagyobb létszám valóban reprezentatívvá, egy létező társadalmi csoport érdekének kifejezőjévé és érvényesítőjévé teszi. Az egyesület ereje a tagjainak számától függ.

A tagság lehet formális és informális, azaz a hivatalosan nyilvántartott tagok mellett lehet nagyobb, a rokonszenvezőkből álló holddudvarunk is. A szervezet bejegyzéséhez, a pályázatokhoz szükséges a formális tagság megléte és nyilvántartása. Figyeljünk arra, hogy a formális tagság jóval erősebb kötődést jelent, és nem mellékesen tagdíjfizetési kötelezettséggel is jár! Ne mondjunk le ugyanakkor azokról sem, akiket távol tart a részvétel rendszeressége, az elköteleződés, és akik csak alkalmilag szeretnének vagy tudnának segíteni!

A szervezetben különbséget lehet tenni rendes, tiszteletbeli és pártoló tag között, azonban az egyes osztályokhoz tartozó jogokat és kötelezettségeket az alapszabályban nagyon pontosan körül kell írni. A rendes tag általában teljes jogkörrel rendelkezik és tagdíjat fizet, a tiszteletbeli és a pártoló tagnak nincs döntési jogosítványa, pusztán tanácskozási joggal vehet részt az üléseken. Ha új tagokat kívánunk toborozni, gondoljuk végig, milyen hatósugarú a szervezetünk! Csak a saját településünkről szervezzünk be tagokat, vagy nagyobb földrajzi területet is át tudunk fogni? A földrajzi terület nagysága módosítja a kampány eszközeit: másként tudjuk elérni a szomszéd utcában, mint a szomszéd megyében lakókat. Legyen összhang a céljaink és a lefedett földrajzi terület nagysága között! Ha ez az összhang hiányzik, a továbbiakban ne lepődjünk meg azon, ha a tagság egy része csak papíron létezik. Gondoljuk át, mik a szervezet legfontosabb céljai! Minél több embert kell bevonni valamilyen kérdés megoldásába, vagy elegendő kisebb, mozgékony és nagyon tevékeny csapattal dolgozni? Egy adott földrajzi terület vagy egy jól körülhatárolható embercsoport érdekeit képviseljük? Egy adott probléma köré szerveződünk? Konkrét projektben gondolkodunk, esetleg valamilyen szolgáltatást akarunk beindítani? Mindezen kérdések átgondolásával árnyalhatjuk és sikeresebbé tehetjük a toborzást.

A tagtoborzásnál saját szándékaink átvilágítása mellett meg kell próbálnunk mások fejével is gondolkodni. Ki akar majd belépni a szervezetbe? Valóban azt a tagságot tudjuk elérni, amelyik eszményi a célok megvalósításához? Azokat az eszközöket, médiumokat használjuk, amely az elérni kívánt csoport keze ügyébe kerül, amelyet néz, hallgat vagy olvas? Gondoljunk az esetleges befurakodók kiszűrésének lehetőségeire! Milyen más, bújtatott célok elérésére akarhatnak bennünket felhasználni? *A tagok toborzása* nem korlátozódik a szervezet megalakítása előtti időszakra, hanem *folyamatos tevékenység*. Akármilyen széles körben hirdetjük meg az alakuló összejövetelt, egészen bizonyos, hogy nem lesz még ott mindenki, akit a részvétel érdekkelhet.

Toborzómunka

A toborzás sikere attól függ, mennyire tudjuk eljuttatni üzenetünket az emberekhez, és milyen bekapcsolódási lehetőségeket kínálunk nekik.

Ha a szervezet most alakul, és (a kisebbségi ideartozáson kívül) valamilyen speciális képzettségre, tulajdonságra nincs szükség, széles körű toborzással célszerű élnünk. Ha a munkával, tevékenységgel kapcsolatban speciális elvárásaink vannak, ez célzott toborzást igényel. Ha viszont nagyon rövid az idő a megszervezésre, vagy pedig valamilyen bizalmi feladat esetén egyáltalán nem mindegy, kit vonunk be, akkor a koncentrikus toborzást kell alkalmazni, azaz a szervezethez már kötődő személyeket kell mozgósítani, hogy saját körükben segítsenek megtalálni a szükséges embereket.

A célcsoportot írásban vagy szóban próbálhatjuk meggyőzni a csatlakozás fontosságáról. *Az írásos forma* előnye, hogy pontos szóhasználattal, gondos fogalmazással részletes és árnyalt bemutatkozásra nyújt lehetőséget. Fontos, hogy már a nyitó mondatok felkeltsék az érdeklődést. A szöveg semmiképpen ne legyen terjengős! Kérjünk meg valakit, aki nem sokat hallott még rólunk, hogy olvassa el a szöveget, s értékelje, mit mond számára ez a hirdetés, és milyen kérdések merültek fel benne olvasás közben! Így ellenőrizhetjük fogalmazásunk érthetőségét. Semmiképp se maradjon ki, hogy milyen címen, s kihez lehet bővebb tájékoztatásért fordulni. Az írásos formának hátránya ugyanakkor, hogy manapság olyan mennyiségben bombáznak bennünket szórólapokkal, hirdetésekkel és plakátokkal, hogy könnyen előfordulhat: az anyag egyenesen a papírkosárba kerül. Hasznosabb lehet, ha a médiában, a helyi sajtóban, rádióban, televízióban sikerül helyet kapnunk. A kommunikáció azonban mindegyik esetben egyirányú, nagymértékben a leendő tag aktív válaszára épít.

A szóbeli meggyőzés során nem az írásos terjedelem, hanem az idő szab számunkra kereteket. Ennek a formának az az előnye, hogy a személyes érintkezés során a félreértések azonnal tisztázhatók, a felmerült kérdésekre pedig azonnal választ lehet adni. Beszélgetőtársunk érdeklődését, a társalgás alakulását figyelemmel követve, mondandónk sokkal személyre szabottabb lesz. A szóbeli, személyes kapcsolatfelvételen alapuló toborzás rendszerint eredményesebb. Léteznek olyan formák is, amelyeknél az írásos és személyes meggyőzés ötvöződik. Vásárokon, rendezvényeken, s más hasonló összejöveteleken írásos anyagainkkal és képviselőinkkel egyaránt jelen lehetünk a standokon. Használjuk ki ezeket a nagyszámú közönséget vonzó rendezvényeket tagtoborzásra is! *Derítsük ki, hogyan vélekednek a kívülállók a csoportról! Az emberek hajlamosak arra, hogy egy-egy csoportot teljesen homogénnek higgyenek, s ez elriaszthat egyeseket („oda csak fiatalok járnak”, „ott mindenki vallásos”, stb.).*

Fiatalítás

Sok szervezetnél problémát jelent a tagság, az aktív korosztály elöregedése. A fiatal nemzedéket már más érdekli, és minél idősebb a tagság, annál kevésbé találja vonzónak a bekapcsolódást. Számos civil szervezetnél néhány év elteltével az alapító tagok elmaradoznak a foglalkozásokról. Mindez megnehezíti a működést, sőt akár a szervezet létét is veszélyeztetheti. Minden szervezetnél fontos időről időre áttekinteni a kor szerinti szerkezetét. A korösszetétel a tagsági adatok alapján még az érzékeltnél is rosszabb lehet, hiszen a legidősebb tagok már ritkán jelennek meg. Nem lehet elég erőteljes egy olyan szervezet, amelynek csak idős tagjai vannak. A fiatalítás azonban nem lehet kampányszerű. A tagságot nem lehet az egyik napról a másikra lecserélni, a folytonosságot kell biztosítani. A folyamatos megújulás friss szemléletet, új energiát hoz a tevékenységbe (ami persze nem jelenti azt, hogy a régi látásmódtól teljes egészében meg kell szabadulni).

A fiatalítás néha kényelmetlenséget is jelent. A fiatalok gyakorlatlanok, kevésbé ismerik a szervezet múltját, útvesztőit, kapcsolatrendszerét. Türelemmel „be kell tanítani”, beavatni a működés titkaiba őket, s segíteni kell abban, hogy megtalálják a szervezetben elfoglalt helyüket, alkalmat kell adni a próbálkozásaikra. A lehetőségektől függően az idősebb, tapasztaltabb vezető egyes tárgyalásokra, szerződés kötésekre vigye magával a fiatalot, beszélje meg vele a szervezet terveit! Ebben a nevelési folyamatban nincs helye a féltékenységeknek. *A fiatalok megnyeréséhez gyűjtsünk komoly érveket! Miért érdemes tagnak lenni a szervezetben? Mi jelent értéket a tagok számára? Milyen szolgáltatásokat nyújt (könyvtár, adatbázis, szakmai előadások, képzési programok)? Milyen kedvezményeket lehet igénybe venni (táborok, kirándulások, szakmai rendezvények, tagdíjkezdvezmény)? Milyen szakmai előnyökkel járhat a tagságuk, egyesületi tevékenységük?*

A fiatalokat akkor ösztönözheti ugyanis a bekapcsolódás, ha valamilyen formában elősegíti önmegvalósításukat, személyes életútjukat. A szervezetben

lehetőség szerint mindenki a saját jellegzetes tudását kamatoztassa (honlap szerkesztése, hírlevél készítése, médiafeladatok, rendezvényszervezés, klubélet stb.)! Ne csak olyan feladatokat kapjanak, ahol lótni-futni kell, merjünk olyanokat rájuk bízni, ahol szellemi képességeiket is kamatoztathatják, és amelyeket sajátjuknak éreznek! A tevékenység akár a fiatal leendő szakmai életpályáját is megalapozhatja. Komoly hatással lehet jellemének fejlődésére, hiszen bekapcsolódik a döntéshozatalba, elsajátítja ennek technikáit, megtanul felelősséget vállalni. Teljesítményéért elismerik, lehetőséget kap arra, hogy kitűnjön a tulajdonságaival. Építi személyközi kapcsolatait és érzi, hogy valamilyen közösségbe tartozik. Bevonásukhoz élő kapcsolatot kell tartanunk az iskolákkal, az egyetemi és főiskolai hallgatói szervezetekkel, a fiatalokat nagyobb számban foglalkoztató munkahelyekkel. Keressük meg az önkormányzatoknál dolgozó ifjúsági referenseket, akik koordinálják az ifjúságot segítő önkormányzati, hivatali, intézményi, civil és informális szervezetek tevékenységét! Feladataik közé tartozik az ifjúság önszerveződésének elősegítése is.

A fiatalok megtalálásának és bevonásának írásos módszerei közül egyes vizsgálatok szerint a legkevésbé hatékony a személytelen szórólap, valamivel eredményesebb a hirdetés, az újságfelhívás és a nyílt levél, a leghatékonyabb pedig a személyes levél. A szóbeli formák közül valamivel kevésbé hatékony a programokon való toborzás, az információs sátor felállítása, míg a személyesebb eszmecsere (kiscsoportos vagy négy szemközti beszélgetés) rendszerint eredményesebbnek bizonyul.

A fiatalítás során simítsuk el az „öregek” és a fiatalok között kialakulható feszültségeket! Kerüljük el azt a csapdát is, amikor a munkába felelősen „belenövő” fiatal még évek múltán is ifjúságiként könyvelik el, és idősebb tagtársai nem tekintik egyenrangú partnernek!

A tagok megtartása

A tagokat nem csak toborozni, hanem megtartani is tudni kell. Sokszor előfordul, hogy a kezdeti érdeklődés, a magas kezdőlétszám hamarosan lepad. Ennek elkerülésére a tagokkal folyamatosan élő kapcsolatot kell tartani. Hasznos lehet egy hírlevél rendszeres kiküldése, de ne feledjük, hogy ez egyirányú kommunikáció. A legjobb módszer itt is a személyes kapcsolattartás. Ismerjük meg és vegyük figyelembe elvárásait, motivációjukat! Tartsunk rendszeres összejöveteleket! Figyeljünk a munkamódszerekre! Bármilyen tevékeny a szervezet, akármennyire fontos munkát végez, ha nem tanácskozik a tagokkal, nem ad nekik a tevékenységéről tájékoztatást és nem vonja be őket a döntésekbe és a munkába – a tagok elveszítik érdeklődésüket. Ne engedjük, hogy lelkesedésük lelohadjon: ha például egy tevékenység megvalósítása külső okok miatt későbbre toódik, addig is keressünk és javasoljunk más tevékenységet a számukra! A varázsszavak: a lehető legtöbb feladat megosztása a tagsággal.

Solymosi Judit összeállítása