

Овој документ е целосен извештај од истражувањето реализирано за Првата детска амасада МЕЃАШИ кое вклучува: **преглед и анализа (деск-анализа)** на некои од постојните веб страници на СОС линии во регионот и во светот; **онлајн истражување** на примерок на деца и млади на возраст од 11 до 18 години за навиките и преферираните начини на комуникација при барање совет, областите за кои имаат потреба од совет и поддршка, како и темите од нивни интерес; **предлог концепт** на содржини и комуникациски канали што ќе ги содржи идната веб-страница.

Ова истражување е дел од проектот „Да ги земеме правата во наши раце“, во партнерство со Save the Children Kosovo што е финансиски поддржан од Владата на Шведска.

Крајната придобивка на ова истражување е изработка на **предлог концепт на содржини и комуникациски канали што ќе ги содржи идната веб страница**, со цел модернизација на комуникацијата, дигитализација на СОС услугата преку дизајнирање посебна веб страница што ќе нуди повеќе онлајн можности за комуникација, како што се чет со психолог; ресурси за прашања поврзани со Ковид-19, менталното здравје, или други прашања важни за децата и младите во развој; блогови на различни теми; едукативни содржини за подигнување на свеста и унапредување на правата на детето и сл.

Подготовката, спроведувањето на истражувањето и пишувањето на извештајот како што беше предвидено со планот се спроведе во периодот од 15. март до 31. април, 2021 година.

Истражувањето беше реализирано од страна на Проф.д-р Елеонора Серафимовска и Проф.д-р Маријана Марковиќ, Универзитет Св.Кирил и Методиј, ИСППИ, Психолошка Лабораторија.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Професор Серафимовска и Професор Марковиќ се оснивачите на првата Психолошка Лабораторија на Универзитетот Св.Кирил и Методиј, Скопје. Повеќе од 25 години како тим работат во областа на комуникациите, медиумската психологија и психологијата на новите медиуми. Заедно имаат спроведено повеќе од 90 теренски истражувања. Магистри се на психолошки науки, а доктори на науки во областа на комуникациите. Во истражувањата проф.Серафимовска повеќе ја опфаќа социјалната и методолошката страна, а проф.Марковиќ повеќе развојната страна на истражувачкиот проблем.


## ИЗВЕШТАЈ од деск-анализата

Во рамки на планираното сеопфатно истражување со цел подготовка на предлог концепт на содржини и комуникациски опции на идната веб- страница на СОС службата за деца и млади на Меѓаши, во првата фаза беше предвидена и се спроведе деск анализа, односно разгледување на постојните веб страници на слични служби – СОС линии во регионот и пошироко и нивна анализа и проценка на соодветноста во контекст на нашата земја и таргетираната целна група.


Освен деск-анализата беа спроведени дополнително две фокус групи, една со училишни психолози, а друга со студенти по психологија. Целта на фокус групите беше дознавање на ставовите и мислењата на психолозите вработени во основните училишта, како и идните психолози за тоа како треба една веб- страница да изгледа за да го сврти вниманието на децата и младите, да остави впечаток на сигурна и безбедна средина во која децата и младите би ги довериле своите размислувања/проблеми/дилеми и би ги восприемиле информациите кои таму се понудени.

### Деск-анализа: Анализа на Веб страни на СОС телефонски линии за деца и млади

Податоците за СОС телефонските линии за деца и млади беа селектирани од два извора:

 Frequently asked questions on Child helplines  
[https://www.childlineindia.org/uploads/files/20200316113751\\_FAQs-Child-Helpline.pdf](https://www.childlineindia.org/uploads/files/20200316113751_FAQs-Child-Helpline.pdf)

и

 Voices of children and young people in Europe looking back ten years of 116 111  
<https://www.childhelplineinternational.org/wp-content/uploads/2017/11/VOC .pdf>

Во табела 1 даден е преглед на СОС линиите кои беа анализирани со цел да се направи потесен избор на веб- страници кои ќе бидат предмет на понатамошна подетална анализа од повеќе важни аспекти. Со боја се обележани редовите со СОС линиите кои влегоа во потесен избор.

Табела 1. Список на СОС линии за деца и млади

Australia : Kids Help Line	<a href="https://kidshelpline.com.au/">https://kidshelpline.com.au/</a>
Austria : Rat AUF Draht	<a href="https://www.rataufdraht.at/">https://www.rataufdraht.at/</a>
Belgium : Tele Accueil	<a href="https://tele-accueil.be/">https://tele-accueil.be/</a>
Belgium : Kinder en Jogerentelefoon	<a href="https://www.awel.be/">https://www.awel.be/</a>
Canada : Jeunesse J'Ecoute (Kids Help phone)	<a href="https://jeunessejecoute.ca/">https://jeunessejecoute.ca/</a>
Croatia : Hrabri telefon	<a href="https://hrabritelefon.hr/">https://hrabritelefon.hr/</a>
Czech Republic : Linka Bezpeci	<a href="https://www.linkabezpeci.cz/">https://www.linkabezpeci.cz/</a>
Czech Republic : Rozova Linka	<a href="https://www.rodicovskalinka.cz/">https://www.rodicovskalinka.cz/</a>
Denmark : Bornetelefonen	<a href="https://bornetelefonen.dk/">https://bornetelefonen.dk/</a>
Finland : Lasten ja nuorten puhelin (LNP)	<a href="https://www.mll.fi/vanhemmille/toimintalapsiperheille/lasten-ja-nuorten-puhelin/">https://www.mll.fi/vanhemmille/toimintalapsiperheille/lasten-ja-nuorten-puhelin/</a>
France : Allo Enfance Maltraitee	<a href="https://www.allo119.gouv.fr/">https://www.allo119.gouv.fr/</a>
Germany : Kinder und Jugendtelefon	<a href="https://www.nummergegenkummer.de/kinder-und-jugendberatung/kinder-und-jugendtelefon/">https://www.nummergegenkummer.de/kinder-und-jugendberatung/kinder-und-jugendtelefon/</a>
Germany : DKSB Bundesverband	<a href="https://www.dksb.de/de/startseite/">https://www.dksb.de/de/startseite/</a>
Hungary : Kek Vonal	<a href="https://kek-vonal.hu/">https://kek-vonal.hu/</a>
India : CHILDLINE	<a href="https://www.childlineindia.org/a/fc/">https://www.childlineindia.org/a/fc/</a>
Ireland : Childline	<a href="https://www.childline.ie/">https://www.childline.ie/</a>
Italy : Telefono Azzurro	<a href="https://azzurro.it/en/">https://azzurro.it/en/</a>
Japan : Childline	<a href="https://childline.or.jp/en/">https://childline.or.jp/en/</a>
Latvia : Vaiku Telefono Linija	<a href="https://www.vaikulinija.lt/ieskantiems-pagalbos/vaikams-ir-paaugliams/pagalba-telefonu/">https://www.vaikulinija.lt/ieskantiems-pagalbos/vaikams-ir-paaugliams/pagalba-telefonu/</a>
Netherlands : Kindertelefoon	<a href="https://www.kindertelefoon.nl/">https://www.kindertelefoon.nl/</a>
New Zealand : What's up	<a href="https://whatsup.co.nz/">https://whatsup.co.nz/</a>
Pakistan : Madadgar	<a href="http://madadgaar.org/">http://madadgaar.org/</a>
Russia : Moscow Helpline for Children	<a href="https://childhelpline.ru/">https://childhelpline.ru/</a>
South Africa : Childline	<a href="https://www.childlinesa.org.za/">https://www.childlinesa.org.za/</a>
Spain : Telefono Del Menor Anar	<a href="https://www.anar.org/necesitas-ayuda-telefono-ninos-adolescentes/">https://www.anar.org/necesitas-ayuda-telefono-ninos-adolescentes/</a>
Sweden : Barnens Ratt I Samhallet (BRIS)	<a href="https://www.bris.se/#">https://www.bris.se/#</a>
United Kingdom : Childline	<a href="https://www.childline.org.uk/">https://www.childline.org.uk/</a>
United Kingdom : Bullying Helpline	<a href="https://www.bullying.co.uk/">https://www.bullying.co.uk/</a>
USA : ChildHelp	<a href="https://www.childhelp.org/advocacy-centers/childrens-center-of-arizona/">https://www.childhelp.org/advocacy-centers/childrens-center-of-arizona/</a>
USA : National Child Abuse Hotline	<a href="https://www.iwf.org.uk/?gclid=CjwKCAjwu5CDBhB9EiwA0w6sLaVmvaK8ftyC63FKGYqexCpHlI20dxO-FEA3TvV7MsM0EC8OzqJJERoCsn8QAvD_BwE">https://www.iwf.org.uk/?gclid=CjwKCAjwu5CDBhB9EiwA0w6sLaVmvaK8ftyC63FKGYqexCpHlI20dxO-FEA3TvV7MsM0EC8OzqJJERoCsn8QAvD_BwE</a>

#### Причини за селекција на веб страните

Иако примарно беа селектирани 30 веб-страници, во потесен избор влегоа само 6, кои понатаму подетално се анализираа.

Зошто не беа селектирани 24 веб страни:

1. Културолошка несоодветност (Индија, Јапонија). Веб- страницата на Индија на пример главно содржи информации за малолетнички бракови, злоупотреба на детски труд, киднапирање на деца. Страната на Јапонија е „ладна“ статична и формална.



Слика бр.1 Јапонија

2. Несоодветност на слики кои се употребени. Наместо сликите да бидат во функција на поттикнување на капацитетите за справување, постоеа веб-страници во кои се прикажуваат слики на деца кои се во улога на жртви или, уште понеприфатливо-дека нивното однесување не е социјално соодветно. Пример, на веб-страницата на СОС линијата во Чешка доминира фотографија на тинејџери кои како да се сликани во дом за воспитно запуштени деца.



Слика бр.2 Чешка

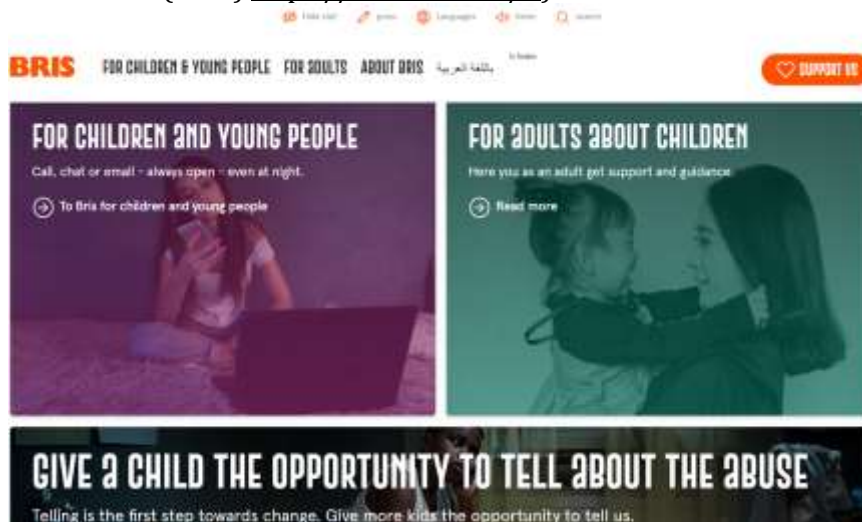
3. „Бука“ во просторот. Пожелно е веб страната да биде јасна, едноставна за користење, да биде информативна, но истовремено да не содржи премногу линкови кои може да го збунат корисникот.
4. Определени страници беа наменети само за една проблем (на пр. да се пријави сексуално злоставување на деца- USA : National Child Abuse Hotline ) или само за една возрастна категорија (или само за деца или само за тинејџери).

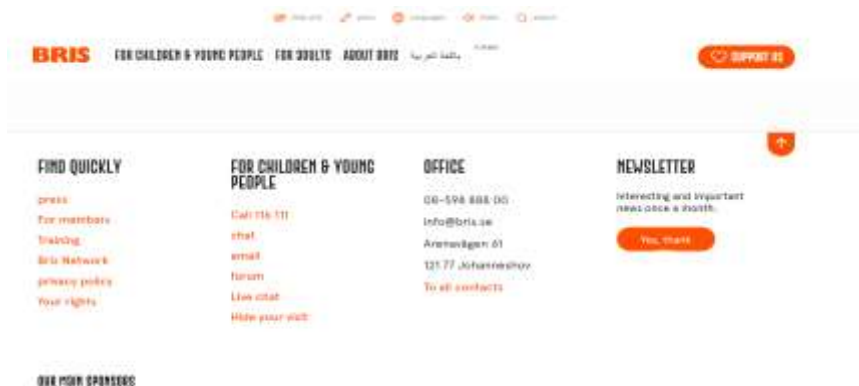
5. Кај други страни беше забележано присуство на потребни информации, но страницата во целост делува ладна, техничка и формална, како да кај неа се забележува отсуство на емпатија (Ирска: <https://www.childline.ie/>).



Слика бр.3 Ирска

6. Прикажување на телефонскиот број е несоодветно. Бројот не е прикажан јасно, видливо на првата страна и нема подетални информации за работно време (Шведска Barnens Ratt I Samhallet (BRIS) <https://www.bris.se/#>)





Слика бр.4 Шведска

Од страна на експертките беше подготвен еден образец во функција на добра основа и водич за анализа на веб страните: Образецот се состои од 7 делови, поточно еден дел кој се однесува на општи податоци и 6 делови кои се однесуваат различни аспекти од анализата. Во продолжение следи образецот.

Образец за анализа на веб страни	
Општи податоци	
Држава	
Оригинален јазик на веб- страницата	
Дали има превод на веб-страницата	
Дали и каде (во кој дел од насловната страна) го има импресумот: сите потребни податоци	
Веб страна	
За кого е наменета страницата	
Има ли потстраници?	
Деца (возраст)	Да/Не
Млади (возраст)	Да/Не
Родители	Да/Не
Волонтери	Да/Не
Други	Да/Не (ако да, кои)
На кој јазик е страницата	Само на официјалниот јазик
	Друго. Кој?
Структура и изглед – кои елементи ги содржи веб страната и какви се	
ЛОГО	Има/нема Ако има какво е логото
Слоган	Има/нема Ако има каков е слоганот
Боја која доминира на насловната страна	
Букви –гоемина, изглед	
Дали има слика/и (фотографија/и)	Да/не...доминираат или не?
Цртеж/и	Да/не...доминираат или не?

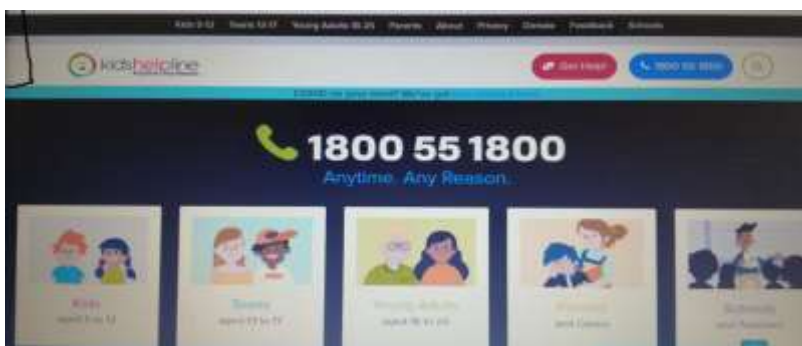
Геометиски фигури	Да/не...доминираат или не? Кои геометериски фигури
Статичност или динамичност на насловната страна- дали има некои предмети кои се движат...	
Дали има информации за анонимност	
<b>Отвореност на страницата и интерактивност</b>	
<i>Дали страната е отворена за:</i>	
за разни видови и канали на комуникација- телефон/чет/меил/порака смс	Да/Не
Социјални мрежи (фб, твитер, Инстаграм)	Да/Не
За донирање За партнерства За лајкнувања, пофалби, забелешки, критики	Да/Не
Дали страната нуди директна или одложена интерактивност	Да/Не
<b>Информативност и едуктивност на страницата</b>	
<i>Дали страната нуди потребни и корисни информации за:</i>	
телефони/веб страни/линкови за/до релевнати институции: амбуланти, училишта, полициски станици...	Да/Не
работно време, информација за колку време ќе добијат повратен одговор	Да/не
<i>Дали страната нуди потребни и корисни едукативни содржини:</i>	
Развојни периоди Родители Болести (ковид) Права на децата .....	Да/не
<b>Соодветност на страницата на таргет популацијата</b>	
соодветност на изгледот/структурата на страницата	Да/не
соодветност на понудените информации	Да/не
Соодветност на понудените комуникациски канали	Да/не
<b>Едноставност и безбедност на страната</b>	
Дали страната е едноставна за користење и разбирање	Да/не
Дали страната е безбедна за користење	Да/не
Дали страната има податоци за начинот на користење и разбирање на истата	Да/не



Дали страната има податоци за начинот на кои може да се провери безбедноста за нејзино користење	Да/не
<b>Креативност и забавност на страницата</b>	
Дали страната содржи креативни информации, содржини	Да/не
Дали страната има содржини за забава	Да/не

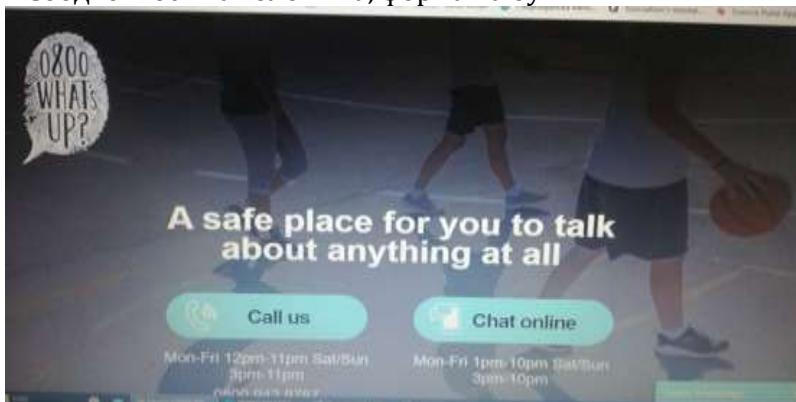
Зошто беа избрани бте веб страни:

1. Јасност во приказ на телефонскиот број



Слика 5. Австралија

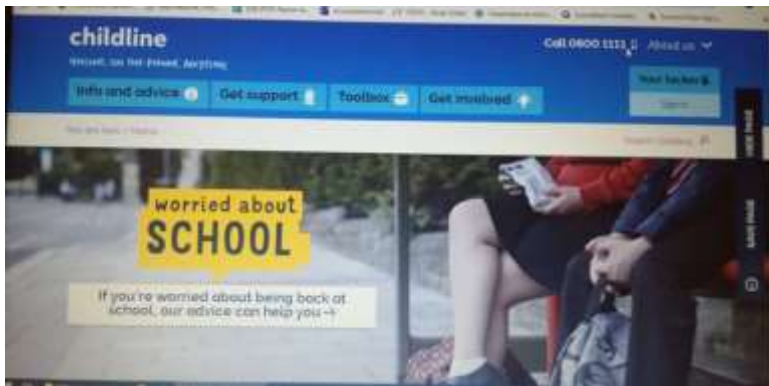
2. Соодветност на големина, форма на букви



Слика 6. Нов Зеланд

3. Соодветност на употреба на бои (доминираат сината и виолетовата)





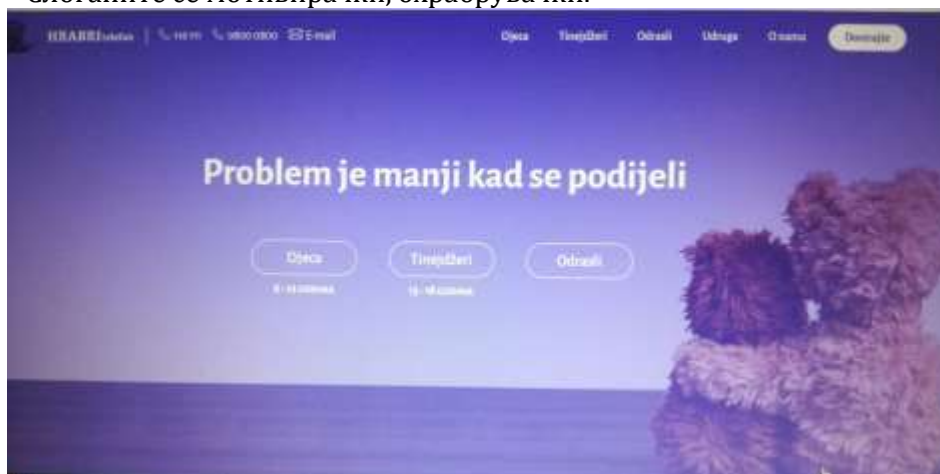
Слика 7. Англија

4. Сликите и фотографиите се привлечни, делуваат охрабрувачки, поддржувачки.



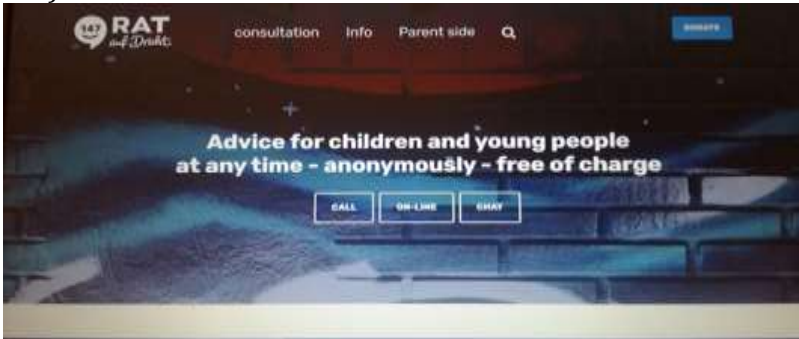
Слика бр.8

5. Слоганите се мотивирачки, охрабрувачки.



Слика 9. Хрватска

6. Имресум прикажан на почеток на веб страната
7. Јасен приказ на начинот на кој може да се побара помош (да се јави, онлајн разговор, чет)



Слика бр.10 Германија

Забележани потребни и релевантни елементи од неселектираните страни (оние кои не влегоа во потесен избор):

- ✓ Моожност да се даде повратна информација за реализираниот разговорСнимени разговори со експерти
- ✓ Снимена дискусија на експерт со деца/млади
- ✓ Анимиран филм како се одвива разговорот
- ✓ Како може да води разговор дете/младинец кој има проблеми со слух
- ✓ Податоци за безбедно користење на интернет

#### Сумирани податоци од фокус групи

Самоиницијативно беа спроведени две фокус групи: групата со училишни психолози беше спроведена со учество на 9 психолози вработени во основни училишта во Македонија, а фокус групата со студенти беше спроведена со 13 студенти (од 2ра и 3та година), членови на Психеско. Сите учесници во двете фокус групи го добија истиот образец неколку дена пред одржувањето на фокус групата. Образецот им беше понуден на учесниците во фокус групите како добра основа за анализа на веб страните, поточно да знаат што се треба да следат кога ги отворат страните.

Најголем број од учесниците во двете фокус групи истакнаа дека до сега не анализирале (стручно пред се) некоја веб-страница за СОС телефон, но дека со голем интерес пристапиле кон анализата на посочените 6 веб-страници.

Како добри веб-страници беа избрани оние на Австралија, Нов Зеланд и до некаде Англија. Во продолжение следат неколку моменти што беа истакнати како важни.

- ✓ Слоганот е многу важен, тој е нешто што се примарно се забележува. Можни предложени слогани: *Еден повик поблиску до она што ти треба; Вашиот глас ќе биде слушнат!*
- ✓ Страната на Нов Зеланд делува избалансирано во однос на сите потребни карактеристики
- ✓ Веб страната на Хрватска на многумина не им се отвараше што само го отвори моментот на безбедноста на страната
- ✓ Потребно е да има видео во кое едно дете/деца се јавуваат на телефонот; разликата во психичката состојба да биде видлива кај детето

- ✓ Веб- страницата на Англија има многу корисни и потребни информации
- ✓ На Австриска веб-страница истакнат е моментот на донации
- ✓ Австралиската страница има дел за наставници, што се смета за потребно
- ✓ Потребно е да се употребуваат топли или пастелни бои; да се избегнува црвената; жолтата е добра зошто нуди веселост и забава; сината е пожелна но, не да преовладува премногу.
- ✓ Не е пожелно да се употребуваат остри линии. Пожелни се поовални/заоблени фигури.
- ✓ Мора да има потстраници уште на насловната- да се нуди посебен простор за деца, посебно за тинејџери/адољсенти. Корисно е да има и за родители, наставни и волонтери.
- ✓ Италијанската веб-страница е добра дека има: *пријави случај*
- ✓ На неколку страници има директно прашање како се чувствуваат, а откако ќе изберат да се понудат одредени содржини- што се смета како интересно, привлечно, корисно.

***Предлог концепт на содржини и комуникациски канали  
што ќе ги содржи идната веб страница***



## Општи препораки за промовирање и одржување на веб-страницата

### *1. Активности за промовирање на веб-страницата:*

Со цел да се дојде во контакт до потенцијалните корисници на услугите потребно е информирање на децата и младите, родителите и наставниците.

Начини на кои може да се постигне голема достапност на информацијата до корисниците:

А) Живиот контакт секогаш има предност пред останатите форми на дистрибуција на информација, па затоа може да се организираат информативни состаноци и тоа со здруженија на психолози, педагози, дефектолози, социјални работници, наставници, здруженија на средношколци и доколку има со здруженија од основно училиште. Добро е да се стапи во контакт и со здружение на семејни лекари и педијатри.

Б) Изготвување на информативни флаери кои ќе бидат дистрибуирани физички или онлајн.

В) Медиумска присутност.

### *2. Воспоставување на мрежа на соработка и заедничко дејствување*

Воспоставување двонасочна соработка со психолошко-педагошката служба со цел заедничко дејствување во функција на пружање соодветна и адекватна помош на децата, младите.

Организирање заеднички активности, форуми.

### *3. Презентација на добри примери и практики*

Довербата за користењето на услугата ќе биде интензивирана доколку потенцијалните корисници бидат запознаени со експертизата на лицата кои работат на СОС линијата, како и со позитивните примери, како се постапило во одредени конкретни ситуации и како тоа влијаело врз разрешувањето на проблемот, конкретниот случај.

*4. Веб-страницата мора да „живее“ со точно однапред утврдена динамика (како сите би знаеле кога точно можат да позборуваат со некого, за колку време ќе им се врати на напишаниот меил, чет..), мора да се ажурира постојано со нови содржини (како сите би имале чувство дека „таму“ позади има постојано некој „буден“ и „таму за нив“, како и постојано да ги вклучува самите млади/тинејџери во постоењето на страницата (во смисла „малдите за младите“, разни содржини што самите млади ќе го подготват)*


*5. Правење на поголема волонтерска група на поддршка од стручни лица од најразлични области: наука, култура, уметност, туризам, образование, занетчиство... Оваа група би функционирала со одредена динамика, волонтерски, и најмногу во функција на препораки*

за младите, нудење на корисни информации од разни сфери на животот, професионална ориентација..

## Препораки за изготвување на веб страницата СОС телефон за деца и млади

### Структура и организација на веб-страницата

1. Страницата пожелно е да има три, односно четири дела:
  - А) Првиот дел да се однесува на децата, односно овој дел да се состои од два подделови: деца, тинејџери
  - Б) Вториот дела да се однесува на родители/старатели
  - В) Третиот дел да се однесува на наставници/професори

	<p>Можеби би било корисно доколку се креира заедничка „соба“ за разговор каде би се можеле да пристапат сите: родителите, децата, тинејџерите, наставниците и да разменуваат искуства, мисли, идеи.</p> <p>Па така еден проблем би бил презентираан од различни страни, а различното гледање на нештата нуди креативно решение и надминување на бариерите.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ <i>Придобивка: праќаме порака дека сите се грижиме за децата/младите, како и порака дека сме заедно, можеме да соработуваме!</i></li></ul>
---	---

Пример за вакви страници:

COVID on your mind? We've got you covered here.

 **1800 55 1800**  
Anytime. Any Reason.

 <p><b>Kids</b> aged 5 to 12</p> <p>Enter!</p>	 <p><b>Teens</b> aged 13 to 17</p> <p>Enter!</p>	 <p><b>Young Adults</b> aged 18 to 25</p> <p>Enter!</p>	 <p><b>Parents and Carers</b></p> <p>Enter!</p>	 <p><b>Schools and Teachers</b></p> <p>Enter!</p>
---	---	--	--	--

[Children 6-12](#) [Teenagers 13-18](#) [Adults](#) [About Us](#) [What we do](#) [Support Us](#)

**Coronavirus: how Telefono Azzurro can help you**

#vinciamoinsiemealapaura

[See more](#)

Questo sito fa uso di cookie per migliorare l'esperienza di navigazione degli utenti e per raccogliere informazioni sull'utilizzo del sito stesso. Accetti l'utilizzo dei cookie? [Accetta](#)

[Offerta](#) [Leopoldo Lenti](#)



### Изглед на почетна страница

Изгледот на почетната страница, она што прво ќе се појави кога ќе се стартува страницата е многу важен сегмент, ако не и најважен. Тоа е првиот контакт, првиот „допир“ со некој кој може да помогне.

### Примери за видови на слики

			
ДЕЦА	ТИНЕЈџЕРИ	РОДИТЕЛИ	НАСТАВНИЦИ




привлечно

Сликите се препорачува да бидат стимулативни, да поттикнуваат поддршка, надеж, слобода, креативност. Да се избегнува употреба на слики каде ликот е прикажан (асоцира на) како жртва или како некој кој врши насилство. Да се избегнуваат лични фотографии со оглед дека до сега секој си има своја асоцијација на негативни лица. Сликите да се светли и можат да бидат знак (како што е пример со сликата за наставници) или симбол. Категориите родители и наставници дури може да бидат и заменети со една категорија: возрасни (како што е кај хрватската веб страница), иако наставниците и родителите немаат сосема иста функција во детскиот развој, иако голем дел од функциите им се поклопуваат. Придобивка: На овој начин првата страница (она што прво ќе се отвори) ќе асоцира на нешто позитивно, мило, топло. Може


Примери за „добар“ изглед:



← <https://whatup.co.nz>




# A safe place for you to talk about anything at all



**Call us**

Mon-Fri 12pm-11pm Sat/Sun  
3pm-11pm  
0800 942 8787



**Chat online**

Mon-Fri 1pm-10pm Sat/Sun  
3pm-10pm

[Leave a message](#)

← <https://www.childline.co.nz>

**Childline**  
Call . Chat . Text

[About Us](#) [Your Rights](#) [Info & Advice](#) [Ask Pat](#) [Login](#) | [Register](#)

How I Feel

Friends

Home & Families


Sexuality & Relationships

Bullying, Abuse, Safety and Your Rights

Education & Work


About Me

Online Safety




**Sexuality**

our sexuality is who you are sexually or



**Sexual and gender identity**

Our individual sexual and gender



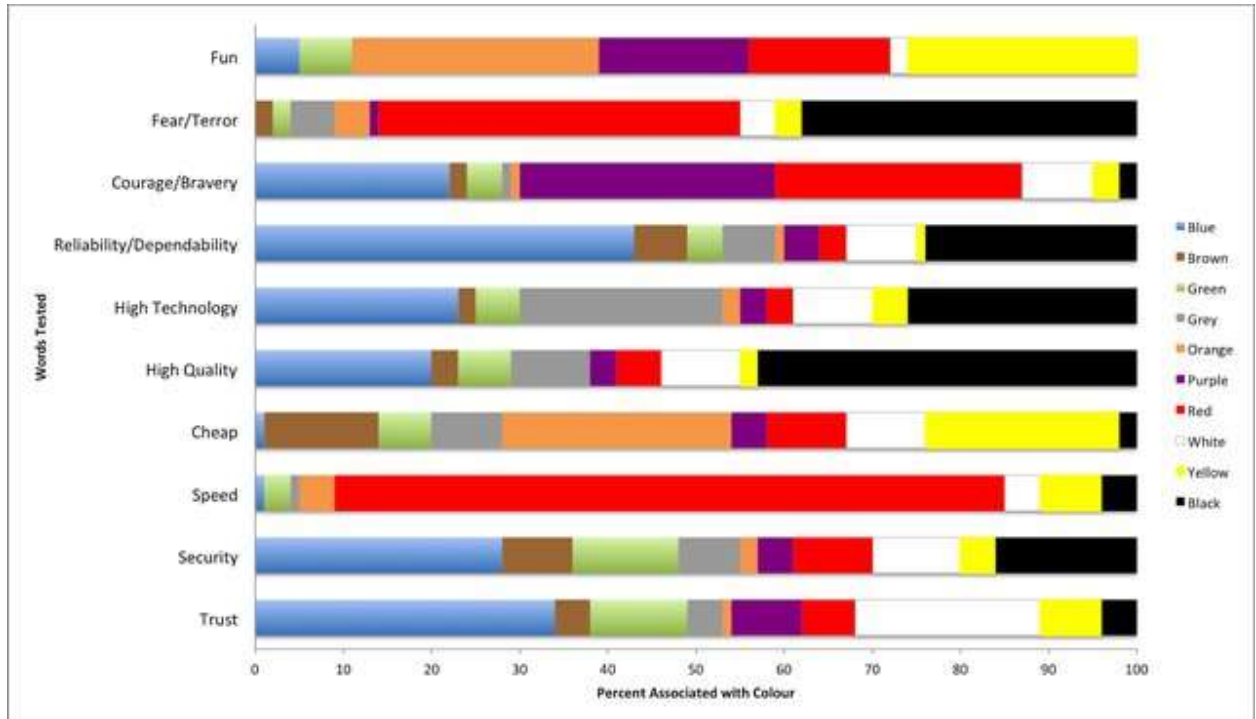
**Gender Identity**

When we talk about gender identity, we

[Leave message](#)

## Употребени бои за позадината

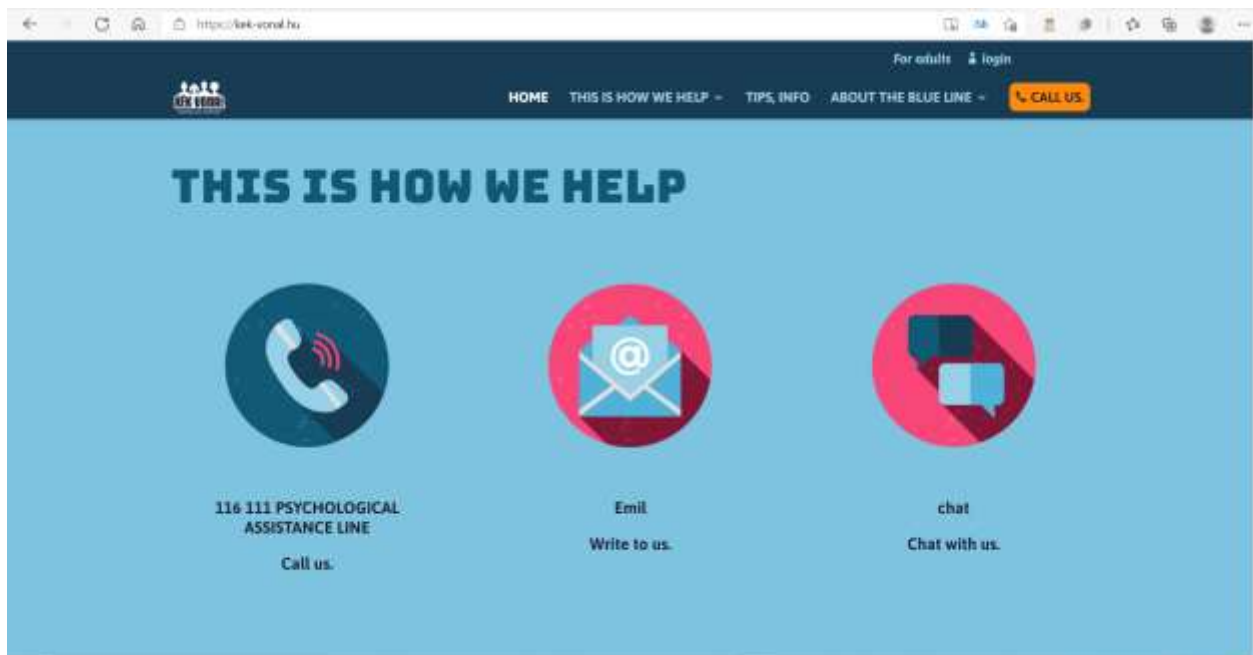
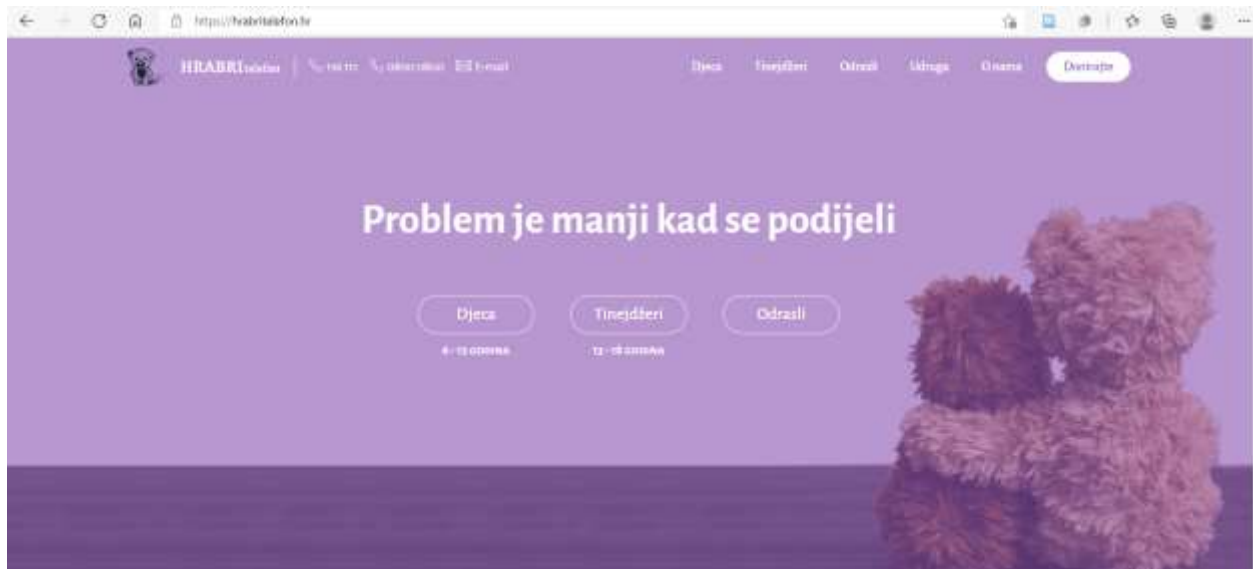
Како бои кои би ја определиле страницата се препорачуваат: сината, виолетовата и белата, жолта



Слика 1. Графички приказ, изразен во проценти, на податоците од истражувањето на Hallock (2003) каде испитаниците ја поврзувале бојата со специфичните зборови според Imtiaz, 2016

Како што може да се види од слика 1 светло сината боја се поврзува најмногу со доверба и безбедност, кои се главните предуслови за едно дете (тинејџер) да побара помош. Виолетовата најмногу се поврзува со доверба.

Да се внимава на нијансите и заситеноста од употребата на боите. Доколку сината или виолетовата ја презаситат позадината може да се предизвика чувство на тага, меланхолија (како што е случајот со хрватската веб страна (<https://hrabritelefon.hr/>)).




**Кои информации ТРЕБА задолжително да бидат присутни и КАДЕ**

ГОРНА ПОЛОВИНА/или ПРВА ТРЕТИНА

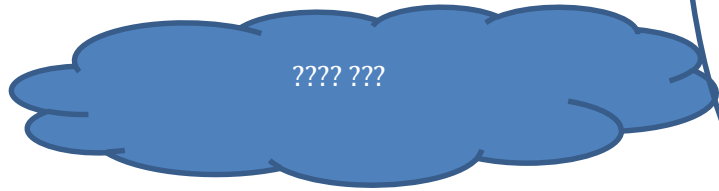

Основните информации што треба да ги има во горната половина (третина) на страницата:

- името на организацијата
- главен слоган
- на кој начин е обезбедена приватноста
- можноста да се даде коментар за добиената помош
- мапа на страницата (што сè може да се најде) и
- можнот за донација треба да бидат прикажани во горниот дел од страницата.

<b>ЛОГО</b>	<b>Информација за Организацијата</b> 	<b>Информации за приватност</b>	<b>Повратна информација за задоволство од добиената помош</b>	<b>Мапа на страницата</b>
				<b>Донација</b>

Тука кога ќе се кликни да се наведе за што ќе бидат употребени средствата  
Пример: Хрватска

Основен Слоган:



СРЕДИШЕН ДЕЛ/или ВТОРА ТРЕТИНА





Централно треба да е прикажан **телефонскиот број**

**SOS Helpline 02 2465 316**

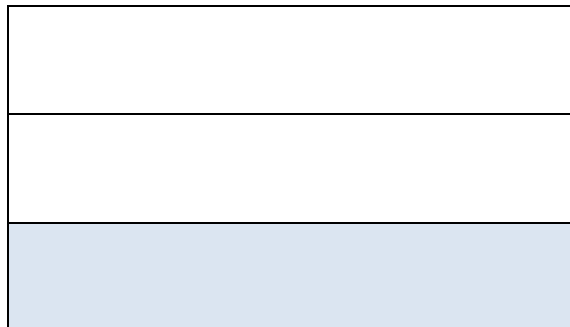
**Работно време:**

Секој ден 09-15ч за телефонска линија

Па следи делот **за кого е наменета страницата**

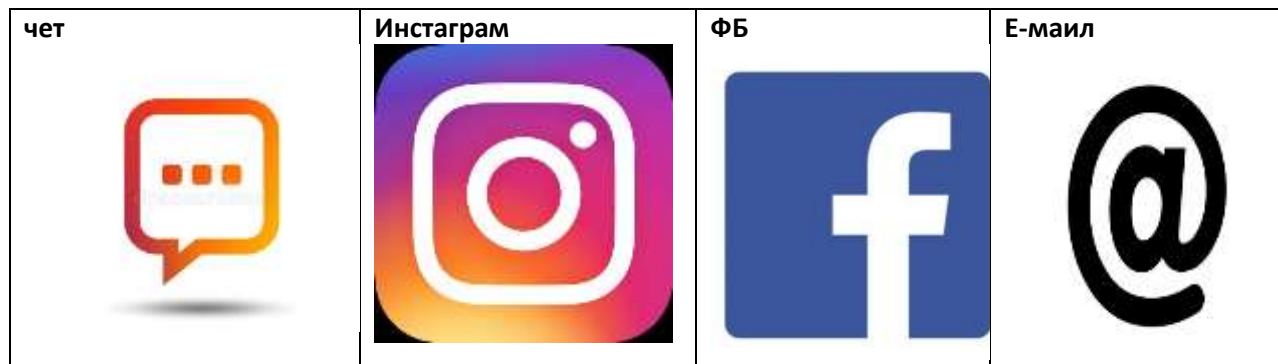
			
ДЕЦА	ТИНЕЈЏЕРИ	РОДИТЕЛИ	НАСТАВНИЦИ

ДОЛНА ПОЛОВИНА или ТРЕТА ТРЕТИНА



Во овој дел да се наведени начините на кој корисниците можат да добијат помош. Тоа се тие комуникациски алатки кои најчесто ги користат децата, младите, родителите и наставниците. Знали, откако корисникот ќе добие прво запознавање со она што го нуди страницата, телефонско јавување, како, кога и слично, на долната половина треба да се стават главните комуникациски алатки. Прво му се создава доверба на корисникот дека може да се јави, дека е безбедно, а после да му се нуди и КАКО може да врти на телефонот, да пишува пораки и сл.

Треба да се користат стандардните ознаки.



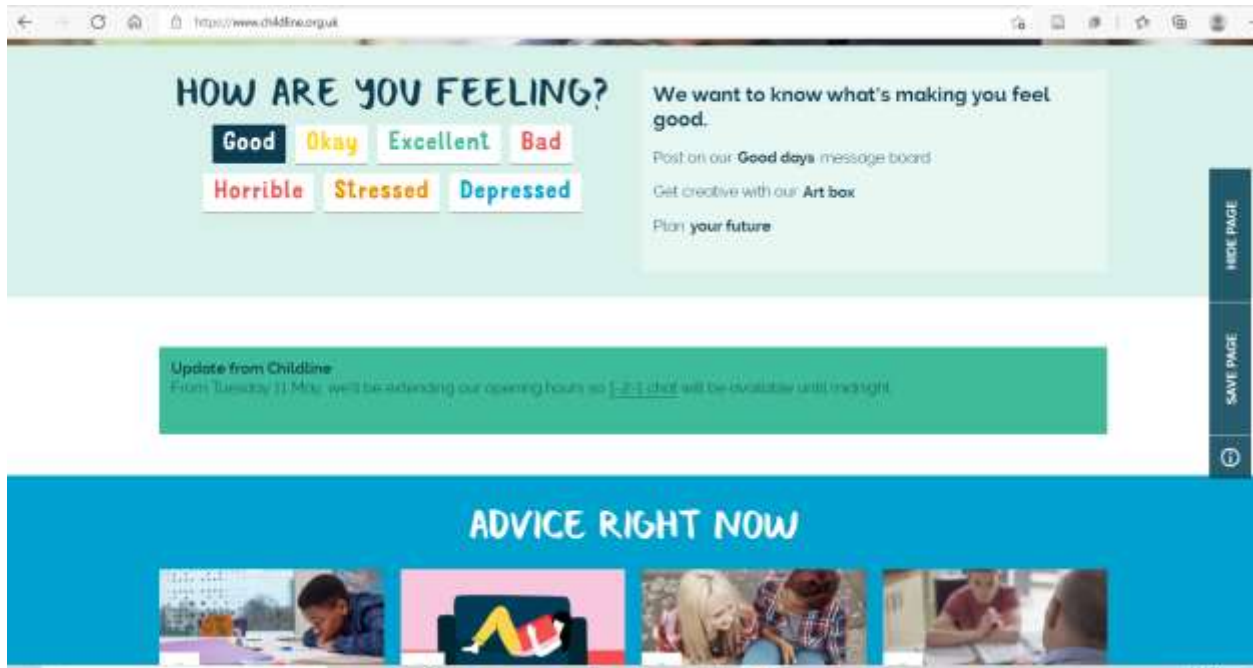
Во овој долен дел на почетната страница, пожелно е на анимиран начин да биде прикажан начинот на кој децата можат да се јават и како тоа изгледа. Таквиот начин ќе им ја намали анксиозноста од неизвесноста што ќе се случува откако ќе се јават.

Пример: <https://www.youtube.com/watch?v=MSv-qm7GwZ4&feature=youtu.be>

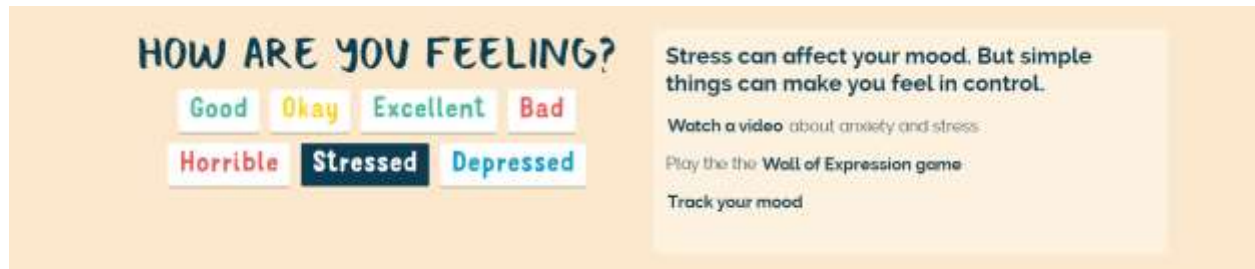
Содржини кои МОЖАТ (пожелно е) да се најдат на страницата:

- 1. Кратки анкети,** кои траат одреден временски период и кога ќе завршат задолжително да се прикажат резултатите.  
*Придобивка: Со ова остануваме блиску и запознаени со новите трендови и размислувања на младите, современите случувања во околината на младите, нивните моментални проблеми, прашања, идеи..*
- 2. Едукативни игри за рекреација**  
*Придобивка: Веб-страницата мора да остане првиот, позитивниот и охрабрувачкиот момент од стартот на комуникацијата СОС телефон-млади. Затоа мора постојано да нуди и едукативни но и рекреативни содржини.*
- 3. Содржини кои поттикнуваат емоционална писменост:**

Прв чекор: да се понуди „барометар на емоции“ (препознавање на емоцијата и можеби интензитетот); втор чекор: да се констатира од каде доаѓа емоцијата (семејство, другари, училиште...); трет чекор: да се понудат кратки совети, кратки видеа, приказни, при што може да се употребуваат сегменти од детски емисии, филмови. Овој „барометар на емоции“ може да има и функција на прва психолошка помош особено во моменти кога веб-страницата не е во работните часови.







4. Корисни информации за:

-настава/онлајн настава (корисни линкови)

-развијните периоди во развојот на децата/младите

-различни (едукативни) теми: креативни начини за решавање проблеми, онлајн безбедност и многу други теми внимателно избрани во консултација со психолози, педагози, лекари, уметници, наставници, спортисти...

