

**Некоммерческая организация
«Фонд Социальное партнерство»**

**ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ
ДОБРОВОЛЬЧЕСКИМИ
РЕСУРСАМИ**

Сыктывкар
2008

При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 30 июня 2007 года № 367-рп

С о с т а в и т е л ь:

А. Ф. Чернавский, председатель правления НКО
«Фонд Социальное партнерство»

Р е д а к ц и о н н ы й с о в е т:
О. С. Мазурова, В. Н. Корсакова

В учебник включены учебно-методические материалы, использованные при подготовке к созданию в Республике Коми Центра добровольческой помощи. При составлении сборника учитывались пожелания специалистов, работающих с добровольцами. Целевая направленность нашей работы – помощь лидерам-организаторам добровольческого движения в создании Добровольческого центра любого уровня. Логика построения учебника родилась во время деловой игры «Работа добровольческого центра». Предложенные материалы будут полезны всем, кто стремится к развитию добровольческой активности граждан и общественных организаций.

Разрабатывая методические рекомендации для преподавателей, которые будут готовить инструкторов-методистов по работе с добровольцами, мы опирались прежде всего на профессиональную подготовленность и компетентность специалистов, работающих с молодежными лидерами. Видя в пользователе учебника уже готового профессионала, мы опустили многие второстепенные детали, пытаясь сосредоточиться на главном – как имеющийся опыт тренинговой, преподавательской, методической работы применить для подготовки лидера-организатора добровольчества, которым должен стать инструктор-методист, первичный наставник для начинающих добровольцев.

При подготовке учебника учитывался многолетний опыт социального служения, тренерской и методической работы с активом и лидерами НКО г. Москвы, г. Вологды, г. Сыктывкара, проведение международных семинаров по проблемам развития личности и лидерства.

**Обращение к Главе Республики Коми
участников республиканской конференции
«Проблемы развития добровольческого движения
в Республике Коми»
(8 февраля 2007 г.)**

Уважаемый Владимир Александрович!

Мы, участники республиканской конференции «Проблемы развития добровольческого движения в Республике Коми», собрались, чтобы обсудить возможности возрождения в нашем регионе традиций общественного служения, милосердия исторически характерных для России, вопросы развития и поддержки добровольческих инициатив.

Для целенаправленного и широкомасштабного решения социальных проблем, стоящих перед государством, требуются огромные людские и материальные ресурсы. Вот почему необходимо наряду с деятельностью государственных социальных учреждений эффективно использовать имеющиеся ресурсы гражданского общества, в том числе потенциал добровольцев. С учетом неизбежного изменения статуса государственных учреждений в связи с принятием федерального законодательства о некоммерческих автономных организациях, труд добровольцев будет все более активно востребован в новых некоммерческих организациях.

По данным опроса ВЦИОМ более 40% населения России хотели бы участвовать в безвозмездной общественной деятельности. Выборочные исследования Общественной палаты РФ показали, на 15 тысяч оплачиваемых сотрудников 1321 неправительственных организаций приходится 109 тысяч добровольцев, работающих на бесплатной основе.

В нашей республике зарегистрировано более 1000 общественных и некоммерческих организаций, которые в своей деятельности также активно опираются на помощь добровольцев. В республике есть немало примеров бескорыстного служения:

– Ольга Мазурова и Татьяна Селиванова признаны лучшими добровольными помощниками «Российского Красного Креста» по итогам конкурса по Северо-Западному Федеральному округу РФ по итогам 2006 года.

– Общественная организация «Феникс», объединяющая студентов добровольцев факультета психологии и социальной работы СыктГУ оказывает, в течение трех последних лет социально-бытовые услуги пожилым людям и инвалидам, проживающим в пригородах Сыктывкара.

– С успехом прошла Ярмарка социально-значимых проектов НКО РК.

– Создана сеть педагогических отрядов, работающих на добровольческих началах.

– Существует сеть социальных учреждений, которые опираются на труд добровольцев.

И таких примеров в Республике немало.

Вместе с тем потребность в добровольных помощниках опережает предложение. Десятки тысяч пожилых людей и инвалидов в РК ждут социальной помощи. Около 6000 детей воспитывается без попечения родителей. 25% детей биологические сироты, 75% сироты при живых родителях - все они нуждаются в сердечной теплоте и участии. Пропаганда здорового образа жизни, борьба с социальными болезнями, преступностью, наркоманией, алкоголизмом, помощь страждущим, работа с детьми, организация досуга молодежи, защита природы – вот только малый перечень дел, где добровольцы могут более активно помогать в решении государственных задач.

Мы, участники республиканской конференции, не только глубоко осознаем и понимаем серьезные социальные проблемы, но и сделаем все, что в наших силах, для их решения.

Наряду с этим, участники конференции предлагают Вам, Владимир Александрович, придать добровольческому движению в нашей республике системный и организованный характер.

Во-первых, считаем, целесообразным разработать закон «О поддержке добровольческих усилий в Республике Коми», который определит перспективную политику взаимодействия добровольческих усилий с государственными учреждениями и ведомствами.

Во-вторых, для эффективной работы добровольцев во всех сферах социальной жизни республики назрела необходимость разработки Целевой республиканской программы по развитию добровольчества.

В-третьих, предлагаем при Главе Республики создать Ресурсный центр поддержки добровольческих усилий. Данную работу могло бы осуществить КРО «Российского Красного Креста», деятельность которого в данном направлении поддержало Управление делами президента Российской Федерации.

Реализация программы будет способствовать объединению усилий ответственности, Русской Православной Церкви с государственными органами здравоохранения, социальной защиты населения, образования при решении задач обеспечения здоровья и социального благополучия для всех.

Уважаемый Владимир Александрович! Мы выражаем надежду, что наше обращение будет услышано. Надеемся также, что оно будет способствовать дальнейшему прогрессу в области совершенствования государственной политики в социальной сфере.

*Через несколько месяцев после обращения при поддержке Главы РК
в Сыктывкаре был создан Центр добровольческой помощи*

СОДЕРЖАНИЕ

Обращение к Главе Республики Коми участников республиканской конференции «Проблемы развития добровольческого движения в Республике Коми» от 08.02.2007 г.

1. Г. П. Бодренкова. Развитие механизмов поддержки добровольчества	7
2. Семинар «Формы и методы работы по управлению добровольческими ресурсами»	10
2.1. Программа семинара «Формы и методы работы по управлению добровольческими ресурсами»	10
2.2. Деловая игра – интенсивная форма обучения.	13
2.3. Групповая динамика	16
Приложение	21
3. Методы и формы привлечения добровольцев	22
3.1. Методы и формы привлечения добровольцев	22
3.2. Советы координатору добровольческих программ по работе со СМИ	26
3.2.1. Что такое журналистика?	26
3.2.2. Что такое пресс-релиз?	32
3.2.3. Что такое информационный пакет для прессы и как его составить?	34
3.2.4. Что такое пресс-конференция?	35
4. Подготовка публичного выступления о добровольчестве	39
4.1. Какова цель публичных выступлений	39
4.2. Что надо учитывать при подготовке публичных выступлений	39
4.3. Как применять ораторское искусство при публичных выступлениях	40
4.4. Как написать выступление	41
4.5. Как подготовить текст для публичного выступления	42
4.6. Что отличает удачное выступление	44
5. Методология набора добровольцев	46
5.1. Планирование программы по набору добровольцев	46
5.2. Описание работы добровольцев	47
5.3. Принципы работы с добровольцами	49
5.4. Отбор добровольцев	53

5.5. Оформление договорных отношений между организацией и добровольцем	54
5.6. Основы ориентации и обучения добровольца	54
Приложения	56
6. Планирование работы с добровольцами	60
6.1. Планирование добровольческой программы	60
6.2. Взаимодействие сотрудников организации с добровольцами	64
6.3. Создание рабочих мест для добровольцев	69
Приложения	72
7. Тренинг – лучшая форма обучения добровольца	78
7.1. Кто берет на себя организационную часть тренинга	78
7.2. С кем и когда лучше организовать семинар	79
7.3. Где лучше проводить семинар и какое оснащение может понадобиться	80
7.4. Проверка готовности к семинару	84
7.5. Эффективность тренинга	85
Приложение	89
8. Советы добровольцу по управлению собственным поведением в конфликтной ситуации	90
8.1. Сложности, с которыми сталкивается доброволец	90
8.2. Основные факторы конфликта	92
8.3. Индивидуальные особенности личности	92
8.4. Диагностика конфликта	93
8.5. Общие рекомендации организатору добровольческой работы по управлению конфликтом	94
8.6. Советы добровольцу по управлению собственным поведением в конфликтной ситуации	96
9. Опыт добровольческой работы с детьми-инвалидами	105
9.1. Речевой этикет: излишество или необходимость?	105
9.2. Добро – Добрая воля – Добровольчество	108
Литература	112

РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ ПОДДЕРЖКИ ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

Благотворительность, милосердие, добровольчество (общественно полезная безвозмездная деятельность, осуществляемая гражданами индивидуально или коллективно на основе свободного выбора и доброй воли) на протяжении всей истории России занимали важное место в системе ее общественных ценностей, являясь примером высокого нравственного служения людям и обществу.

Отношения в сфере добровольческой деятельности в Российской Федерации регулируются Федеральным Законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (закон принят в 1995 г.), иными федеральными законами, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации. В указанном законе дано определение понятия «добровольцы», которое трактуется как «граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя, в частности в интересах благотворительной организации».

На базе действующего федерального и регионального законодательства за последние годы в наибольшей степени потенциал добровольчества проявляется через деятельность некоммерческих, общественных, благотворительных организаций. Накоплен значительный опыт работы НКО с участием добровольцев практически во всех социально значимых сферах жизни общества. Это образование, здравоохранение, спорт, культура, экология, защита прав и интересов граждан, помощь детям и другим социально уязвимым группам населения, урегулирование социальных, национальных и иных конфликтов, профилактика наркомании и алкоголизма, ВИЧ/СПИД, решение экологических проблем и многое другое. Добровольчество становится все более популярным среди молодого поколения, являясь эффективным способом получения новых знаний, развития навыков активной общественной жизни и демократических ценностей. Получают свое развитие инновационные программы корпоративного добровольчества в бизнес-организациях. Возрастает социальная значимость и экономическая эффективность добровольческой деятельности.

За последние несколько лет наблюдается положительная динамика развития добровольческого движения и рост числа добровольцев, участвующих в социально значимой деятельности. Во многом этому способствовали целенаправленные усилия по развитию добровольчества самих неправительственных некоммерческих организаций и реальная поддержка добровольческих усилий органами государственной власти и местного самоуправления. Важным примером может служить государственная поддержка некоммерческих организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества (Распоряжение Президента Российской Федерации В. В. Путина № 628-рп от 15 декабря 2006 года), в рамках которой поддержан ряд проектов, непосредственно реализующихся с уча-

ствием добровольцев или направленных на развитие волонтерских инициатив в регионах России (создание системы добровольчества в Нижегородской области, Республике Коми, Республике Бурятия, др.). В декабре 2006 года Правительством РФ была одобрена Стратегия государственной молодежной политики, одним из приоритетных направлений которой является организация добровольческого труда молодежи, вовлечение молодых людей в многообразную общественную деятельность, направленную на улучшение качества жизни россиян. В контексте реализации Программы социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 гг.), утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 января 2006 г. № 38-р, добровольчество признается одним из эффективных способов самоорганизации, привлечения граждан, общественных объединений и некоммерческих организаций к реализации социальной политики и развития институтов гражданского общества.

Тем не менее, следует отметить, что, наряду с развитием положительных тенденций, все еще продолжает сохраняться существенный разрыв между уровнем вовлеченности граждан в добровольческую, благотворительную деятельность, в деятельность НПО (5%) и степенью их готовности (более 49%, в том числе 22% на альтруистической основе) участвовать в общественной жизни, что свидетельствует о значительном недоиспользовании потенциала добровольчества. В этой связи развитию системного подхода к стимулированию добровольческой деятельности может быть эффективным инструментом вовлечения общественной инициативы в решение социально значимых проблем общества.

Актуальность добровольчества подтверждена и тем, что Организацией Объединенных Наций признано, что «работа на добровольных началах должна быть важным компонентом любой стратегии, нацеленной на решение проблем в таких областях, как уменьшение нищеты, устойчивое развитие, здравоохранение, предотвращение бедствий, реагирование на бедствия и социальная интеграция, и особенно на преодоление социального неравенства и дискриминации. Согласно Резолюции ООН A/RES/56/38 и специально выработанных к ней рекомендаций Организацией Объединенных Наций, правительствам всех стран рекомендовано включать добровольчество в национальных планах развития как компонент планов по достижению целей устойчивого развития».

Таким образом, системное развитие и поддержка добровольчества как общественной ценности и одновременно уникальной системы знаний и технологий в сфере развития людских ресурсов выступает одним из действенных и эффективных инструментов решения задач по созданию условий для активного ответственного участия граждан в решении социальных проблем общества. И это признанный во всем мире эффективный способ объединения усилий и ресурсов общества и государства в решении социальных задач, мобилизации общественной инициативы, социальной консолидации общества, метод воздействия на повышение эффективности социальной политики и в целом – достижения благополучия населения.

Региональные и местные добровольческие центры, службы, программы.

Региональные и местные добровольческие центры, службы, называемые также центрами развития и поддержки добровольчества (далее – добровольческие центры) – это специализированные ресурсные организации, являющиеся полностью компетентными в сфере добровольчества. Развитие и поддержка добровольчества является основной (главной) целью деятельности добровольческих центров, через которые проблема вовлечения населения в общественно полезную социальную активность решается наиболее эффективно. Добровольческие центры обеспечивают ресурсную поддержку по всему комплексу услуг для эффективной организации добровольческой деятельности путем консультаций, обучения, поддержки информационного обмена, популяризации, мониторинга, признания и поощрения добровольческих инициатив в обществе. Данные организации обладают универсальными технологиями и методами управления добровольческими ресурсами и работают в прямом сотрудничестве с органами государственной власти, некоммерческими, коммерческими организациями, государственными учреждениями и СМИ.

В рамках данной модели добровольческие центры подразделяются на местные (работающие в пределах территории одного города, сельского района и т.д.) и региональные центры развития и поддержки добровольчества (в пределах одного региона, субъекта РФ).

Местный добровольческий центр является основным механизмом привлечения людских ресурсов к решению проблем местных сообществ (определенной территории).

Региональный Центр развития добровольчества является ресурсным центром для местных добровольческих центров, организуя для специалистов местных добровольческих центров, НКО и других заинтересованных организаций информационные и образовательные семинары и тренинги. В сотрудничестве с местными добровольческими центрами РЦД содействует организации добровольческих программ в школах, компаниях и местных органах самоуправления через предоставление им постоянной помощи и связи с добровольцами; разрабатывает и внедряет новые проекты, служащие моделями для местных добровольческих центров.

Сеть добровольческих центров объединяет местные и региональные добровольческие центры для продвижения общих интересов и распространения добровольчества по всей стране, проведения общих добровольческих действий, обмена профессиональным опытом, взаимопомощи, взаимообучения, накопления и распространения лучшей практики. Описанная выше модель поддержки добровольчества постепенно складывается и в России.

Галина Петровна Бодренкова,
президент Российского Центра развития добровольчества (ЦД/МДМ),
ведущий консультант аппарата Комитета Государственной Думы
по делам общественных объединений и религиозных организаций

СЕМИНАР «ФОРМЫ И МЕТОДЫ РАБОТЫ ПО УПРАВЛЕНИЮ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ»

Для интенсивного обучения инструкторов-методистов, координаторов, организаторов добровольческой деятельности будет полезен опыт проведения семинара «Формы и методы работы по управлению добровольческими ресурсами», где в ходе деловой игры смоделирована работа добровольческого центра. Здесь мы предлагаем программу семинара и методику проведения деловой игры «Работа добровольческого центра (ДЦ)», с добавлением рекомендаций по групповой динамике.

ПРОГРАММА СЕМИНАРА

Дата: 13–14 апреля 2007 г.

Место проведения: Спорткомплекс «Олимпиец», г. Сыктывкар – с. Вьльгорт

Ведущие семинара:

ЧЕРНАВСКИЙ Александр Федорович – *руководитель проекта по созданию Добровольческого центра, председатель Правления НКО «Фонд Социальное партнерство»*

КОРСАКОВА Вера Николаевна – *координатор «Профилактических программ»*

МАЗУРОВА Ольга Сергеевна – *тренер по подготовке добровольцев в рамках программы «Профилактика ВИЧ/СПИДа по принципу: «равный обучает равного»*

Цель: Подготовка инструкторов-методистов, координаторов по работе с добровольцами для НКО и социальных учреждений, привлекающих для своей деятельности добровольных помощников.

Задачи:

1. Обучение координаторов, инструкторов-методистов добровольческих групп основным навыкам и методикам работы с добровольцами.
2. Усиление организационных возможностей добровольческих групп.
3. Повышение социальной активности добровольцев при проведении мероприятий и акций.

1 день – 13 апреля		
Мероприятие	Время	Ведущие
Знакомство, ожидания, принятие правил работы группы	10.00–11.00	
Кофе-пауза	11.00–11.15	
Ситуация с подготовкой добровольцев	11.15–11.35	А. Ф. Чернавский
Методика совместной работы на семинаре.		
Деловая игра	11.35–11.45	А. Ф. Чернавский

«Работа Добровольческого центра»		
Игра «Деление на группы»	11.45–11.50	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
I этап игры: «Что такое добровольческое движение?»		А. Ф. Чернавский
Подготовка презентаций	11.50–12.15	
Презентации групп по 10 мин.	12.15–12.45	
Подведение итогов, составление модели презентации	12.45–13.15	А. Ф. Чернавский
II этап игры: Работа с ключевыми понятиями: доброволец, инструктор-методист, координатор.		А. Ф. Чернавский
Работа в мини-группах: 1 группа Доброволец – определение, мотивы, качества (личностные и профессиональные) 2 группа Инструктор-методист – определение, функции, навыки, качества, отличия от добровольца. 3 группа Координатор – определение, функции, навыки, отличия от инструктора-методиста.	13.15–14.15	
Обед	14.20–15.00	
Игра-настрой на работу	15.00–15.05	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
Презентации итогов работы групп	15.10–15.40	А. Ф. Чернавский
Подведение итогов работы в группах	15.40–16.00	
Кофе-пауза	16.00–16.15	
Игра-разминка	16.15–16.25	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
III этап игры. Как провести информационную компанию по привлечению добровольцев	16.25–16.30	А. Ф. Чернавский
Работа в мини-группах	16.30–16.45	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
Презентации групп (по 5 минут на группу)	16.45–17.00	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
Подведение итогов работы в группах	17.00–17.10	
Игра-разминка	17.10–17.15	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
IV этап игры. Как провести тренинг «Отбор добровольцев» для проведения акций <i>Инструкция:</i> Разработать план тренинга по отбору добровольцев на различные акции. 1 группа – проведение «Недели Добра» в Кочпонском доме инвалидов 2 группа – проведение акции «140 лет РКК» 3 группа – проведение мероприятий для общества инвалидов	17.15–17.25	А. Ф. Чернавский
Разработка тренинга в группах	17.25–18.00	

Проведение тренингов, фрагмент по 20 минут на группу	18.00–19.00	А. Ф. Чернавский
Ужин	19.00–20.00	
Подведение итогов тренинга «Отбор добровольцев»	20.00–20.15	А. Ф. Чернавский
Подведение итогов дня, анкетирование, обратная связь, домашнее задание в мини-группах	20.15–20.40	А. Ф. Чернавский
Домашнее задание в группах: подготовить рецензии на методические пособия	20.40–21.30	А. Ф. Чернавский
Мастер-классы: 1. Методическая организация тренинга полутрассового, однодневного, лагерной смены 2. Игры, упражнения для эффективной работы на семинарах 3. Тренинг личной эффективности организатора	21.30–00.00	А. Фролов О. С. Мазурова В. Н. Корсакова А. Ф. Чернавский
2 день – 14 апреля		
Завтрак	8.40–09.10	
Игра-настрой на работу	9.30–9.40	О. С. Мазурова В. Н. Корсакова
Выступление представителей групп с рецензией методических пособий	9.40–10.40	
V этап игры. Организация общественных действий (мероприятий, акций)	10.40–10.45	А. Ф. Чернавский
Работа в группах «Как подготовить и провести мероприятия с привлечением добровольцев»	10.45–11.05	
Презентация групп	11.05–11.20	
Подведение итогов	11.20–11.30	
Кофе-пауза	11.30–11.45	
VI этап игры. Как написать добровольческий проект (презентация)	11.45–12.00	А. Ф. Чернавский
Работа в группах по отобранным проектам	12.00–13.00	
Презентации проектов, по 20 минут	13.00–14.00	
Подведение итогов	14.00–14.20	А. Ф. Чернавский
Обед	14.20–15.00	
VII этап игры. Как планировать работу добровольческих групп		А. Ф. Чернавский
Работа в группах	15.00–15.10	А. Ф. Чернавский
Презентация групп	15.10–15.20	
Подведение итогов работы в группах, итогов деловой игры	15.20–15.30	А. Ф. Чернавский В. Корсаков
Завершение работы семинара, итоги, обратная связь, анкетирование	15.30–16.00	
Выдача сертификатов		
Фуршет	16.15	

ДЕЛОВАЯ ИГРА – ИНТЕНСИВНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

Деловая игра: «Работа добровольческого центра (ДЦ)»

Деловая игра – интенсивная форма обучения, где в сжатых временных рамках моделируются реальные действия. Деловая игра содействует эффективности проектирования и планирования практической добровольческой деятельности.

Цель игры: Приобретение основных навыков инструктора-методиста как организатора-управленца, координатора добровольческой деятельности.

В ходе игры мы будем содействовать более глубокому осознанию ценностей добровольческого служения, приобретению специальных знаний по вопросам организации и управления добровольческой деятельностью.

Мы будем совместно моделировать, проектировать, прорабатывать и планировать основные формы работы ДЦ.

I этап игры Что такое добровольческое движение

Задание. В течение 25 мин., работая в группах, на блокноте А2 подготовить для молодежной аудитории презентацию «Что такое добровольческое движение»

По окончании работы – 10-минутная презентация с максимальным участием всей группы.

Задание направлено на осознание ценностей ДЦ, приобретение навыков эффективной презентации ДЦ.

II этап игры Работа с ключевыми понятиями

Задание. В течение 60 мин. поработать с ключевыми понятиями: доброволец, инструктор-методист, координатор.

На блокноте А2 вы готовите презентацию по следующим разделам: определение, мотивы, функции, качества, знания, умения, навыки, общее и различия.

1 группа – Доброволец.

2 группа – Инструктор-методист.

3 группа – Координатор.

По окончании работы – 10-минутная презентация с максимальным участием всей группы.

Задание направлено на понимание места, роли каждого из участников добровольческого движения и будет содействовать профессиональному и личностному росту участников семинара.

III этап игры

Как провести информационную компанию по привлечению добровольцев

Задание. В течение 15 мин., работая в группах, на блокноте А2 подготовить презентацию для широкой аудитории с задействованием СМИ, с целью привлечения добровольцев для участия во Всемирном Дне Молодежного Служения (21–23 апреля).

По окончании работы – 5 минутная презентация с максимальным участием всей группы.

Задание направлено на обучение эффективному использованию информационных ресурсов.

IV этап игры

Как провести тренинг «Отбор добровольцев» для проведения акций

Задание. В течение 35 мин., работая в группах, разработать план тренинга по отбору добровольцев для различных акций (3 варианта).

По окончании работы – 20-минутный показ фрагментов тренинга с максимальным участием всей группы.

Задание направлено на получение и закрепление навыков тренинговой работы и работы по отбору добровольцев.

V этап игры

Организация общественных действий

Задание. В течение 20 мин., работая в группах, разработать акцию или мероприятие для организаций-участников с привлечением добровольцев для «Весенней Недели Добра» (22–29 апреля).

По окончании работы – 15-минутная презентация планов своих мероприятий с максимальным участием всей группы.

Задание направлено на получение навыков планирования общественных действий.

VI этап игры

Как написать добровольческий проект

Задание. В течение 60 мин., работая в группах, разработать, доработать и подготовить к презентации один из отобранных в группе добровольческих проектов.

Задание направлено на закрепление навыков социального проектирования, написание заявок для участия в грантовых конкурсах.

VII этап игры

Как планировать работу добровольческих групп

Задание. В течение 10 мин., работая в группах, разработать план деятельности вашей добровольческой группы (организации) или образец плана личной добровольческой деятельности на 2007 год.

По окончании работы – 10-минутная презентация разработанных планов.

Задание направлено на получение навыков долгосрочного планирования своей деятельности и деятельности организаций.

В ходе работы были выработаны следующие рекомендации:

1. Глубоко осознайте ценность и значение добровольческого взаимодействия.
2. Наметьте практическую цель для создания местного территориального добровольческого центра, отряда, группы.
3. Составьте список единомышленников, людей, которые готовы поддержать вашу инициативу или которые ищут поддержки и помощи для реализации своей инициативы.
4. Размножьте наиболее интересные материалы по добровольческому опыту и раздайте потенциальным добровольцам.
5. Пригласите заинтересованных людей на встречу для обсуждения вопросов важности объединения сил для совместного решения социальных задач.
6. Регулярно встречайтесь (не менее раза в неделю) в установленном удобном месте.
7. Создавайте дружелюбную среду.
8. По результатам встреч создайте организационные рабочие группы.
9. Соберите и представьте образцы, регламентирующие жизнь добровольческой организации (положения, уставы, памятки). По их образцам приспособьте к своей организации.
10. Выберите ответственных исполнителей за приоритетные направления работы.
11. Примите план работы с конкретными датами и ответственными. Приступая к реализации плана, информируйте окружение. Привлекайте все новых и новых людей.
12. Не отчаивайтесь, если не все с большим горением вас поддержат.
13. Не удерживайте сомневающихся, но будьте терпимы к немощи других. Знайте, что к вам пришли самые равнодушные.
14. Постоянно собирайте и обсуждайте, изучайте живой опыт действующих добровольческих организаций.
15. Посылайте в действующие добровольческие организации стажеров, помощников организаторов.
16. Задействуйте людей, имеющих педагогический опыт, так как молодежь более других склонна к добровольческой деятельности.

17. Совмещайте добровольческую деятельность с организацией проведения досуга.

18. Для полноценной работы осмотритесь: какие возможности и ресурсы есть у партнерских добровольческих организаций (помещения, множительная техника, транспорт, доступ в интернет и др.).

19. Объединив возможности добровольцев, получите объединенные добровольческие ресурсы.

20. Подбирайте людей, подбирайте дела для людей. В совместной работе, жизни, служении смысл добровольческой деятельности.

21. Создавайте с первых шагов свои традиции, уклад, среду устойчивого развития.

22. Учитесь командной работе, коллегиальному принятию решений.

23. Действуйте строго по принятым правилам и принципам развития добровольческого движения.

Принципы развития:

- единство;
- преемственность;
- опора на традиции;
- целостность;
- реальность возможностей;
- регулярность усилий;
- последовательность;
- наращивание результатов;
- ответственность.

Для инструкторов-методистов (тренеров) очень важно знать особенности развития отношений с группой и внутри группы. Здесь помогут знания о групповых процессах. В психологии это называется *групповой динамикой*.

ГРУППОВАЯ ДИНАМИКА

Что такое групповая динамика?

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ГРУППОВОЙ ДИНАМИКИ:

■ ***Развитие доверия.*** Участники чувствуют себя свободно, включаются в процесс и работают. Это идеальный вариант. На самом деле, степень доверия у членов группы может быть различной. Не ждите, что подростки с первого момента станут доверять вам и остальным членам группы. Будьте терпеливы, если столкнетесь с сопротивлением. Помните, что доверительная обстановка возникает в группе не сразу, для нее требуются внимание и усилия тренера.

■ **Групповая сплоченность** (или чувство сплоченности). Показатель прочности, устойчивости отношений между участниками. Это сотрудничество, позитивный настрой и желание работать.

Групповая сплоченность возникает только после совместных действий, откровенных обсуждений. Будет ваша группа сплоченной или нет, в половине случаев это зависит от вас, вашей подготовленности. Но очень часто имеют значение и другие обстоятельства, в частности, индивидуально-психологические характеристики членов группы. Если у вас что-то не получается, то можете обратиться к группе и честно рассказать о своих чувствах и переживаниях.

Какие этапы развития проходит группа?

ЭТАПЫ ГРУППОВОЙ ДИНАМИКИ:

1. Предварительная подготовка.

Проводится до начала групповой работы. Этот этап может занять больше времени, чем сам тренинг.

Ваши задачи:

- выбрать уютное помещение, найти удобные стулья;
- продумать, как добиться того, чтобы участники собрались в назначенное время;
- заранее подготовить все материалы.

2. Начальная стадия.

Все участники хотят чувствовать себя в безопасности. На этой стадии участника беспокоит обстановка в группе, то, как его приняли остальные члены группы, как понравиться ведущему и другим участникам.

На этой стадии члены группы склонны испытывать тревогу, тренер также может испытывать сходные чувства. Продолжительность этой стадии различна для каждого из участников. Один может сразу почувствовать себя комфортно, другому для этого по-надобится 1-2 часа, а кому-то – день. Кроме того, в группе может оказаться тот, кто на протяжении всего тренинга будет пребывать в состоянии некоторой тревожности.

Ваши задачи:

- помнить, что начинать занятие нужно с процедуры знакомства;
- обсудить правила групповой работы (установить обязательные, попросить предложить дополнительные);
- объяснить методы групповой работы;
- поощрять все попытки подростков открыто рассказать о себе и поделиться своими чувствами;
- помнить о том, что наибольшее сопротивление оказывают незащищенные участники, у которых, возможно, есть психологические проблемы;

- на первых занятиях применять работу в парах, т.к. подросткам поначалу легче говорить друг с другом, а не с целой группой.
- не торопиться.

3. Переходная стадия.

Это стадия, когда участники оценивают заинтересованность ведущего, его способность оказывать помощь. Именно на этой стадии участники определяют, является ли группа «безопасным местом»; уточняют свои цели и способы их достижения; уточняют свою жизненную позицию. Как правило, момент оценки наступает в конце первого дня работы, продолжается дома и завершается в начале второго дня. К этому времени вы можете уже оценить, насколько группа сплотилась.

Ваши задачи:

- не оставлять без внимания все (негативные и позитивные) чувства, которые выражают участники группы;
- помочь подросткам понять, чего они хотят достичь за время работы в группе;
- еще раз выяснить ожидания группы от тренинга;
- обратить внимание участников на те моменты, когда группа чувствует себя как нечто единое целое;
- предложить обучающие упражнения и таким образом дать возможность участникам попробовать новые приемы, стратегии поведения в безопасной обстановке в группе;
- принимать подростка таким, каков он есть.

4. Рабочая стадия.

Участники уже придерживаются правил групповой работы и могут попросить помощи у других членов группы. Подростки начинают рассказывать о своих первых попытках применить новые знания на практике.

Эта стадия может чередоваться с предыдущей: подростки могут многое подвергать сомнению (ваши слова, совместные упражнения, действия других участников).

Ваши задачи:

- поощрять попытки участников отработать полученные навыки;
- способствовать развитию доверительных отношений;
- не оставлять без внимания произошедшее в группе.

5. Завершение.

Этот этап уникален. Если тренинг прошел удачно, то момент завершения групповой работы окрашивается положительными эмоциями и остается ярким впечатлением на долгое время для всех участников. На этом этапе существует возможность сгладить все предыдущие «шероховатости». Поэтому этот этап требует четкой организации.

Ваши задачи:

- попросить участников оценить эффективность работы;
- выяснить у участников то, что еще следует сделать, составить планы дальнейшей работы;
- подготовить процедуру закрытия;
- сделать так, чтобы все участники поблагодарили друг друга;
- обеспечить всех информацией о системе поддержки и дальнейшей работы;
- дать понять участникам, что вы всегда рады им помочь.

Все зависит от возможностей тренера. Но оптимальным количеством участников в группе считается 14-18 человек. Если семинар ведут два тренера, то группа может и быть больше. 20 человек – максимальное число участников, при котором возможно создание атмосферы доверия. Любому человеку проще довериться небольшому числу людей. Атмосфера малой группы способствует более быстрому сближению участников и сплочению группы. Если же группа участников превышает 20 человек, то следует продумать программу и упражнения таким образом, чтобы задания были групповыми, так как индивидуальные задания требуют много времени и внимание участников рассеивается.

ПРОПИСНАЯ ИСТИНА – для работы с группой эффективнее использовать групповые методы. Конечно, можно вызубрить информацию по учебнику, но, скорее всего, это не приведет к изменению поведения. Можно замечательно знать теорию общения с людьми, прочитав всю литературу по психологии, но не суметь даже ответить по телефону.

«Как не все йогурты одинаково полезны», так и не все методы работы с группой одинаково эффективны. Существует так называемая пирамида познания, которая показывает, что чем больше степень участия обучаемых в процессе познания, тем больше информации и навыков усваивается участниками.

Формы и методы работы с добровольцами и группой.

Лекция (5% усвоения). Наиболее быстрый способ предоставления необходимой информации неограниченному количеству слушателей. Недостатком этого метода является то, что лекция ставит участника в пассивную позицию слушателя.

Чтение (10% усвоения). Хорошо забытое многими молодыми людьми занятие. Может происходить в одиночку или в компании, дома или в вагоне, на стуле или на диване, но не позволяет достичь глубокого усвоения информации. Можно прочитать о том, как пользоваться тем или иным предметом, но никогда его не использовать.

Аудио-визуальные средства (20% усвоения). Люди любят смотреть кино, слушать радио. Поэтому просмотр или прослушивание талантливого произведения – замечательный способ для эмоционального переживания информации.

Использование наглядных пособий (30% усвоения). Используя наглядные пособия, ведущий помогает участникам запомнить и усвоить информацию всеми каналами восприятия: зрением, слухом, осязанием и обонянием. Наглядные пособия для семинаров могут быть самого разного рода: диаграммы, слайды, макеты, модели, раздаточный материал, буклеты, плакаты и др.

Обсуждение в группах (50% усвоения). Позволяет участникам поделиться своими мыслями, впечатлениями и ощущениями в рамках определенной темы. Дискуссии и «мозговые штурмы» ценны тем, что позволяют участникам думать, подробно рассказывать о собственных выводах, выслушивать самые разнообразные мнения других.

Обучение практикой действия (70% усвоения). Это ролевые игры, проигрывание ситуаций, практические занятия, самостоятельные исследования. Приобретенный таким образом опыт помогает усвоить информацию, полученную на тренинге.

Выступление в роли обучающего (90% усвоения). Хочешь выучить и понять сам – объясни другому. Вот почему профессора почти все знают.



**Использовать можно все методы работы с группой,
но предпочтительнее эффективные**

Быть добровольцем – это большой труд и большая ответственность. Но удовлетворение, полученное от этой деятельности, стоит затраченных усилий. На самом деле мы получаем вознаграждение больше чем материальное: мы владеем достоверной информацией и у нас есть возможность узнать что-то новое. Мы приобретаем друзей, делаем свою жизнь яркой, интересной и осмысленной. Мы более ответственно относимся к своему здоровью и поведению. Добровольческая деятельность помогает нам вырасти нравственно, лично и раскрыть свой потенциал.

МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЦЕВ

Существует несколько различных способов набора и привлечения добровольцев. Они отличаются друг от друга и зависят от того, какую работу вы можете предложить добровольцу. Простых методов и путей привлечения добровольцев не существует. Во избежание некоторых ошибок предлагаем рассмотреть данные рекомендации.

МЕТОДЫ И ФОРМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЦЕВ

■ Обращение к добровольцам

Как правило, добровольцы привлекаются словом. Поэтому особо пристальное внимание необходимо уделить подготовке обращения к добровольцам. Объявление о наборе состоит из трех частей. Первая содержит заявление о том, почему появилась необходимость обращения к добровольцам. Вторая – адрес, куда надо прийти. И третья – контактный телефон, по которому можно узнать подробности о работе. Ошибка многих организаций в том, что чаще всего мы говорим о своих потребностях, а не о потребностях наших клиентов.

Несколько примеров обращений с различной эмоциональной окраской, вызывающих соответствующую ответную реакцию:

Наша благотворительная столовая для бездомных людей нуждается в добровольцах для приготовления горячей пищи один раз в неделю.

Служба милосердия Красного Креста срочно нуждается в добровольных помощниках.

Станьте добровольцем Красного Креста!

В нашем городе многие одинокие пожилые люди не могут позволить себе сбалансированного питания и страдают от этого. Кто-то должен им помочь. Будь этим человеком.

Обратись в комитет Красного Креста по адресу тел.

В нашем городе многие одинокие люди лишены возможности общения, из-за болезней они годами не выходят из дома и испытывают депрессию. Если вы хотите им помочь, приходите в комитет Красного Креста по адресу . . . контактный тел.

Многие старики живут в своих домах практически без контактов с другими людьми и окружающим миром. Они больны, страдают и нуждаются в помощи. Желаящие помочь могут обратиться в комитет Красного Креста по адресу телефон для справок

Остановим эрозию почвы: посадим дерево вместе с Красным Крестом!

Образцы объявлений, приведенные в левой колонке, практически никогда не дадут положительных результатов. Каждый из нас, прочитав первое объявление, представляет себе работу в поте лица у горячей плиты, и вряд ли найдется много людей, довольных такой работой. Второе обращение если кто-то и прочтет, то сразу же забудет. А вот обращения, приведенные в правой колонке, способны вызвать у людей сострадание или жалость: «Это ужасно, кто-то должен им помочь».

Таким образом, мы показываем людям, как они могут помочь решить проблему, а не то, чем они будут заниматься. Общие призывы об увеличении числа добровольцев редко приносят успех, а эффективное продуманное обращение должно естественным образом подводить людей к мысли: я должен (могу, хочу) что-то сделать для решения проблемы. Род занятий определяется позже, в ходе собеседования с потенциальными добровольцами.

■ Афиши

Афиши предназначены для набора конкретных добровольцев, в помощи которых вы нуждаетесь в данное время.

Где можно повесить объявления?

- Это:
- места ожидания (очередь к врачу, в кинотеатр, остановки транспорта и т.д.);
 - доски объявлений (учебные заведения, предприятия, церкви, библиотеки и др.);
 - салоны общественного транспорта.

Помните! Прежде чем повесить афиши, необходимо обратиться в административные органы и узнать условия расклейки. Иначе придется платить штраф.

■ Листовки

Листовки можно раздавать людям на улице, на различных мероприятиях, в учебных заведениях, опускать в почтовые ящики по месту жительства, прикреплять к стенам домов, в местах парковки автомобилей.

Практический опыт показывает, что, взяв листовку, люди тут же ее выбрасывают, иногда даже не читая. Чтобы привлечь внимание к нашему тексту, на

оборотной стороне листовки желательно напечатать какую-нибудь полезную информацию (например, календарь на следующий год, адреса и телефоны дежурных аптек, наркологических центров и так далее).

■ **Набор при встречах**

Данный метод особенно хорошо использовать при наборе добровольцев-специалистов для конкретных видов работ. Выступая перед аудиторией с лекцией о деятельности своей организации, скажите, в какой конкретной помощи вы нуждаетесь, какие специалисты и на какой срок нужны.

Готовясь к встрече с любой аудиторией, задайте себе вопросы: кто эти люди, что они знают о моей организации? С помощью каких технических средств я смогу рассказать о ней наиболее интересно? Нельзя выступать только с одним текстом перед клиентами организации и потенциальными донорами, подростками и сотрудниками фирмы. Старайтесь на встречи направлять тех людей, которые увлечены своей деятельностью; людей, которые могли бы с энтузиазмом и душой читать лекции и рассказывать о Красном Кресте, о вашей деятельности, о возможностях, открывающихся перед добровольцами. Их, конечно, надо готовить.

■ **Выставки**

Это не обязательно что-то огромное и фундаментальное. Небольшая передвижная выставка, которую можно развернуть в местах, где проходят различные встречи и собрания, в библиотеках, в витринах магазинов, центрах занятости, школах, училищах, высших учебных заведениях, музеях и других общественных местах расскажет о деятельности комитета или о завершении какой-то программы. Попробуйте установить такой стенд в вестибюлях банков.

В качестве материалов для стендов можно использовать практически все: фотографии, плакаты, публикации газет. Стенды долговечны, вы несете только первоначальные расходы на изготовление фотографий, оборудования и оформление. Кстати, все это могут сделать и добровольцы, например художники или студенты художественных училищ и т.д. Главное – проявить выдумку и использовать такие материалы, которые позволят перевозить стенды с места на место, однако помните, что небрежно и непродуманно оформленные стенды не только не привлекут внимания, но и оттолкнут людей от организации. Хорошо, когда около стенда есть дежурные, которые могут ответить на вопросы и рассказать о том, что делают добровольцы. Если стендистов нет, то надо у стендов разложить микролистовки с адресом, телефонами и другой информацией об организации.

■ **Передвижной пункт набора**

Украсьте автобус или автомобиль афишами, плакатами, сделайте надписи. Разъезжайте по улицам с большим движением, студенческим городкам, общест-житиям, местам парковки автомобилей и другим местам, где всегда много людей, используйте микрофон. Способ хорош тем, что вы можете остановиться там, где

вам нравится, и провести собеседование на месте. Вам понадобятся регистрационные анкеты, раздаточный материал, щиты с рекламой о вашей деятельности, которые вы можете поставить около машины.

■ Открытый дом

Пригласите в свой комитет представителей общественности для ознакомления с вашей работой в действии. Предложите гостям информацию о добровольцах, угостите освежающими напитками. Действующие добровольцы, могут рассказать о том, чем занимаются в организации.

■ Набор на улице

Этот метод придуман и опробован руководителем добровольческого центра Филом Роджерсом из США (штат Вирджиния). Он вынес на улицу стол, два стула, плакат с описанием потребности в добровольцах, анкеты добровольцев, основывая таким образом свою уличную контору напротив крупнейшего супермаркета в городе. Если прохожие задерживались, заинтересованные перечисленными на плакате работами, Фил приглашал их присесть и проводил с ними собеседование прямо на месте. Назначение на должность не обсуждалось немедленно, но осуществлялось в ходе дальнейших контактов.

■ Рекрутирование

Через каждый комитет РОКК проходит огромное количество нуждающихся людей, большинство из которых получают материальную, финансовую или психологическую помощь. Поговорите с ними об их нуждах, расскажите о трудностях комитета, выясните, чем они могут помочь вам, в конечном итоге, помогая себе. Эта категория людей глубоко заинтересована в практических результатах работы, поэтому часть их возможно мобилизовать в добровольцы.

Попросите имеющихся добровольцев сделать еще что-то или пригласить своих друзей на ваши акции. Многим людям, и особенно молодежи, свойственно стремление к расширению социальных контактов, а это хороший стимул для вовлечения их в ряды добровольцев. Они могут заинтересоваться новыми знакомыми, знаниями, новой работой, особенно если будут знать, что именно они необходимы организации.

■ Набор специалистов

Решите вопрос, специалисты какой квалификации вам нужны, и активно используйте сеть своих знакомых: семью, друзей, коллег, деловые контакты. Проводите такой набор непосредственно сами. Это дает возможность совместного рассмотрения идей и сомнений.

Для поиска специалистов можно использовать и Биржи труда. Люди, оставшиеся без работы, ищущие ее, боятся потерять имеющуюся квалификацию, профессиональный опыт, уверенность в себе. Многие из них с удовольствием идут

на контакты с некоммерческими организациями, надеясь со временем найти оплачиваемую работу.

Используя любой из предлагаемых методов набора, задайте себе вопрос: «К какой возрастной группе вы обращаетесь?» Очень важно при наборе добровольцев не «зацикливаться» на чем-то одном, а придумывать, искать новые способы набора добровольцев. Главное – это воображение и целеустремленность. Воображение необходимо потому, что круг поиска добровольцев постоянно расширяется, и приходится постоянно изыскивать новые возможности. Нужна целеустремленность в поисках новых способов общения. Отвлечитесь от привычного взгляда на вещи, осмотритесь вокруг: все ли вы сделали, чтобы найти новые идеи? Смелее воплощайте их в действие, не бойтесь рисковать, ошибаться и учиться на ошибках.

СОВЕТЫ КООРДИНАТОРУ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИХ ПРОГРАММ ПО РАБОТЕ СО СМИ

Для привлечения добровольческого ресурса важно грамотно построить взаимодействие со СМИ. СМИ полезно использовать, когда надо обратиться к широким слоям населения. Это наиболее простой способ привлечения добровольцев, но менее эффективный, чем непосредственное общение с людьми, а центральная пресса может еще попросить оплату за публикуемый материал. Проще работать с местными СМИ. Они больше заинтересованы в новостях, интересных и разнообразных публикациях. Ищите интересные истории, подумайте об интересном добровольце, уникальном добровольческом опыте или о чем-то особенном, что произошло в вашей организации. Это всегда будет представлять интерес для местных газет, радио, телевидения.

Что такое журналистика?

Журналистика имеет три «подсистемы»: печать, радио и телевидение. Каждая из них состоит из огромного числа элементов – газет, журналов, альманахов, книжной продукции, теле- и радиопрограмм. Одни газеты, журналы, программы, каналы РВ и ТВ распространяются по всему миру, другие – только в небольших регионах, областях, районах. Каждая подсистема выполняет свою роль, у каждой своя специфика, проявляющаяся, прежде всего, в способах фиксации и передачи информации. Помимо подсистем, у журналистики имеется мощная инфраструктура, в том числе информационные агентства, ПР и рекламные службы.

1. ОСОБЕННОСТИ ПЕЧАТНЫХ СМИ.

Описание. Печать – самая развитая и многообразная система в структуре СМИ, включающая издания разной периодичности, тиражности, разных жан-

ров. Информация подается в виде напечатанного буквенного текста, фотографий, рисунков, схем, диаграмм и пр. Зритель воспринимает ее без помощи каких-либо дополнительных средств (для просмотра телевидения нужен телевизор и пр.).

Преимущества. При работе с печатными СМИ читатель имеет возможность быстро, обзорного ознакомления со всеми сообщениями, включенными в номер или сборник, что, в свою очередь, дает возможность получить первичную целостную ориентацию во всем объеме и разнообразии информации (на основе места расположения на странице, заголовков и подзаголовков, других выделенных частей произведений). Далее, составив общее впечатление о содержании выпуска, можно выбрать интересующий материал, определить характер «извлечения» (просмотр, выборочное ознакомление, подробное чтение, сохранение номера, вырезки и так далее). Читатель газеты или журнала может пользоваться «отложенным чтением» – в любое время и неограниченное число раз возвращаясь к заинтересовавшему его материалу. При этом сам выбирает порядок ознакомления с информацией, задает темп и ритм. В отличие от «вещательных» СМИ, материалы в печатном виде более аналитичны, информативны, литературны. На их подготовку тратится больше времени, авторы используют более широкую доказательную базу, больше источников и документов, фотографий и иллюстративного материала.

Недостатки. Печать проигрывает другим средствам массовой коммуникации в оперативности, так как строго связана с режимом выхода периодического издания (раз в день, в неделю, в месяц, в квартал) и проблемами распространения.

Основа потребительского интереса. При обращении к прессе на первом месте для читателя стоит стремление разобраться в происходящем, закономерностях жизни, желание почерпнуть эксклюзивную информацию и в последнюю очередь – «убить» время.

Особенности жанра. Для деятельности прессы характерно широкое представление событийной информации, сопровождающееся комментарием, обобщениями, прогнозом. Конечно, в рамках одного издания вы встретите несколько типов материалов, начиная с новостей и маленьких заметок и заканчивая расследованиями и обзорами на полосу, от аналитики до анекдотов, от нейтрального беспристрастного стиля до сугубо индивидуализированного. Разновидностей прессы множество, и тематический диапазон широк, поэтому особенности написания материалов определяются редакционной политикой и концепцией издания.

Пресса РК. «Республика», «Молодежь Севера», МК-Коми, «Комсомольская правда» – Коми, АиФ – Коми, «Трибуна», «Красное знамя», «Экспресс-неделя».

Что учитывать при взаимодействии. Концепцию издания. Узнайте, когда планируется выход номера, и присылайте свои материалы или контактируйте с журналистами до момента подписания в номер, иначе на место вашего материала пойдет плановая статья. Когда вы пишете пресс-релиз или материал для газеты, постарайтесь насытить его цитатами и цифрами, варьировать тему. Если вам не

было дано иных указаний, пишите в нейтральном стиле, тщательно взвешивая слова. Старайтесь создать иллюзию отстраненности – «личные подробности» при правке все равно уберут. Если вы хотите предложить тему журналисту, продумайте, каких экспертов по этому вопросу вы можете ему посоветовать. С какими бы СМИ вы ни общались, всегда будьте готовы к тому, что ваш материал могут использовать как тему, «наводку», но за чужой подписью, переделать до неузнаваемости или просто выбросить в корзину. Попробуйте еще, ищите единомышленников.

Как писать статью в газету?

При написании статьи постарайтесь ответить на следующие вопросы:

- Есть ли ясное представление, о чем эта статья и что в ней должен найти читатель?
- Написана ли статья просто и ясно?
- Может ли обычный читатель понять, что сказано в каждом предложении и в каждом абзаце?
- Есть ли логическая связь между предложениями и абзацами?
- Достаточно ли статья отличается от других статей на эту же тему, конкретно ли ее содержание?
- Остались ли в ней неподкрепленные доказательствами тезисы?
- Есть ли в ней не относящиеся к теме рассуждения («словесные дебри»)?
- Есть ли в ней тезисы настолько очевидные, что являются излишними?
- Представляет ли статья информацию, знакомую большинству читателей, или предлагает что-то свежее?
- Можно ли усилить статью любым другим способом?

2. ОСОБЕННОСТИ РАДИОВЕЩАНИЯ (РВ).

Описание. Носителем информации в РВ является звук во всей его полноте (голос, шум, музыка и пр.). Для радио характерна невизуальность, позволяющая реализовывать возможности звука в той мере, в которой не позволяет это сделать ТВ. Радиосвязь может мгновенно передавать информацию на неограниченные расстояния. Для приема РВ-сигналов необходимо специальное устройство.

Преимущества. Возможность оперативности реагирования радиожурналистов, моментальная передача репортажей с места событий (с телефона – в эфир). «Чистый звук», отсутствие видеоряда позволяют человеку воспринимать информацию более внимательно, чувствовать глубже, так как слушатель не отрывается от звучания речи. «Чистый звук» способствует активизации воображения слушателя.

Недостатки. В некотором смысле радиовещание «принудительно»: передачу можно слушать только тогда, когда она в эфире, и только в том порядке, темпе, которые заданы в студии. Поскольку задействован только один из органов чувств,

важно продуманное планирование программ радио в расчете на конкретную аудиторию, иначе люди могут увлечься другим занятием.

Основа потребительского интереса. Включая радиоприемник, человек в первую очередь хочет удовлетворить потребность в оперативной информации и уже потом – хорошо провести время. Активным фоном передач может быть музыка или иное «шумовое оформление», при этом непрерывность и разнообразие звучащих сведений дают слушателю возможность ощутить пульс жизни, а периодические справочные сведения (погода, реклама, программа передач и пр.) позволяют получить утилитарную информацию.

Особенности жанра. Радиожурналисты должны прежде всего оперативно освещать события дня (в первую очередь – последних часов). В радионовостях и передачах, кроме голоса ведущего, обязательно должно звучать что-то еще – шум, заставка, музыка. Особое значение имеют интонирование, мелодика фразы. Произношение диктора должно быть предельно четким, фразы – отточенными. Оговорки в эфире – признак непрофессионализма. Повторение слов должно быть минимальным. Сюжеты в новости, как правило, идут в тот же день, с незначительными временными задержками.

Радиостанции. «Коми Гор», «Радио ретро – Коми», «Европа плюс – Коми».

Что учитывать при взаимодействии. Большинство материалов для радио записываются в студии, поэтому предоставляйте информацию заблаговременно, как можно более «свежей». Если вы приглашаете радиожурналиста на мероприятие, позаботьтесь, чтобы ему было что записать и было удобно передвигать аппаратуру. Когда вам предстоит выступать по радио, поработайте над речью, интонациями, членением фраз. Если вы пишете текст для радио, следите, чтобы все предложения были короткими, ясными, не содержали «непроизносимых» словосочетаний, на которых вы споткнетесь. Упрощайте текст: вместо 16,98 – 17 или около 17-ти. Избегайте многословия. Перед тем как выходить в эфир, прочитайте вслух свой текст. Облегчите работу людям, которые будут монтировать ваше выступление или слушать передачу.

3. ОСОБЕННОСТИ ТЕЛЕВИДЕНИЯ.

Описание. ТВ – наиболее динамично развивающийся вид СМИ. ТВ-сигналы – носители одновременно и звуковой, и визуальной информации. Видеоряд позволяет воспроизводить не только кадры, но и схемы, «газетные формы» передачи информации. По способу передачи выделяются спутниковое, кабельное ТВ. Для приема волн необходимо специальное устройство.

Преимущества. На ТВ возможен прямой эфир, очень велика оперативность информации. Возможности расширения аудитории ТВ огромны. В отличие от газеты, которая приобретается обычно в индивидуальном порядке и редко хранится, телевизор покупается на семью и почти постоянно работает. Сочетание звука и картинки позволяет создать «эффект присутствия» на месте событий, что привлекает к экранам миллионы людей.

Недостатки. «Принудительность», как и у радио. Телесюжеты мы смотрим «глазами оператора» и съемочной группы, что отнюдь не означает объективности и оставляет простор для манипуляции.

Основа потребительского интереса. К телевизору нас влечет прежде всего желание провести свободное время, развлечься, и во вторую очередь – получить оперативную информацию.

Особенности жанра. Телевидению важны насыщенные передачи о событиях дня и развлекательный блок. Тем не менее, «картинка» в новостях часто играет даже большую роль, чем слова. В каждом сюжете должно быть что-то яркое, контрастное, фиксирующее зрительное внимание. При обработке и озвучивании текста для ТВ действуют те же правила, что и на радио.

Телепрограммы и каналы. ОРТ, НТВ, ТВ-6, РТР, «Культура», «Коми гор».

Что учитывать при взаимодействии. Если вы надеетесь увидеть на своих акциях бригады ТВ, подумайте, чем их привлечь. «Говорящие головы» на заседаниях им не подойдут – нужен живой фон, интересный видеоряд. Позаботьтесь, чтобы дата акции не совпала с более важными событиями: у телевизионщиков ограничены возможности в съемке, и на вас может просто не хватить камеры. Часто бывает и так, что «ваш» сюжет в последнюю минуту из программы новостей снимают – действует диктат времени. Эта участь, кстати, может постигнуть и любой другой сюжет, если появится срочная важная информация. Оповещать о мероприятиях, как и всех других журналистов, надо как можно раньше, предварительно узнав номер отдела планирования. Обычно журналисты ТВ приезжают минут на 15-20 раньше начала мероприятия. Хорошо, если главные действующие лица акции смогут в этот момент дать интервью.

4. ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ И СЛУЖБ.

Описание. Телеграфные агентства ведут разнообразную деятельность по сбору, обработке, распространению информации и снабжению ею СМИ. Получая ленты агентств (обычно это происходит в режиме реального времени), СМИ работают более эффективно, так как им не нужно нанимать специальных людей, чтобы следить за текущими событиями. Сообщения агентств – это не только события, но и комментарии, оценки, выборки, видеоматериалы, хроника. Все это служит строительным материалом для работы других СМИ. Часто информация нескольких агентств по одному вопросу бывает уникальной, взаимодополняющей.

Преимущества. Агентства обладают разветвленной сетью корреспондентов, используют новейшие технические средства передачи информации клиентам. Агентства заинтересованы, практически, в любой свежей информации и будут передавать ее по мере поступления к ним, независимо от повторяемости темы. Агентства охотно помещают в новостные ленты сообщения о предстоящих событиях (анонсы), которые затем поступают всем подписчикам.

Недостатки. Простому смертному сообщения агентств напрямую чаще все-

го недоступны – подписка стоит дорого. В других СМИ информация агентств уже «отфильтрована».

Особенности жанра. Основная единица информации в агентстве – новость, построенная по принципу «перевернутой пирамиды». Стилль бесстрастный, автора новости «не существует». Выходные данные (откуда получено сообщение, когда оно произошло и т.д.) сообщаются в начале отдельной строкой. Сообщению может предшествовать «смысловой код» (например, Белый дом – шахтеры – забастовка).

Агентства. ИТАР-ТАСС, РИА-Новости, «Интерфакс», «Коминформ».

Что учитывать при взаимодействии. Иногда информационщикам совсем не обязательно присутствовать на вашем мероприятии, чтобы сделать новость, и даже не одну. Вы можете облегчить и себе, и им задачу, вовремя посплав пресс-релиз и обеспечить доступ к людям, которые могут прокомментировать событие. Обязательно посылайте анонсы в агентства – их увидит огромное количество журналистов.

5. ОСОБЕННОСТИ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (ПР) И РЕКЛАМЫ.

Описание. Главная цель ПР и рекламных служб – создание цельного образа (имиджа) «заказчика» – политического деятеля, предпринимателя, менеджера, ученого, предприятия, ведомства, организации и пр. Специалисты ПР и рекламные службы всеми доступными им способами формируют положительное общественное мнение в ситуациях, критических для «заказчика», во время принятия непопулярных решений. При этом используются как СМИ, так и другие каналы информирования: плакаты, листовки, наклейки, значки, воздушные шары, перфомансы, общественные акции, презентации, поездки, встречи. Службы занимаются подготовкой и размещением рекламных материалов, в том числе на полосах газет и в эфире ТВ и радио. В редакциях СМИ существуют специальные рекламные отделы, которые контактируют с этими службами и проводят рекламную политику редакций.

Преимущества и недостатки. С вами будут иметь дело, только если ваше предложение может сыграть на руку «заказчику».

Особенности жанра. Образный, яркий язык. Очень четко определенная позиция (N – прекрасный человек/организация, несмотря ни на что). Использование как положительной, так и отрицательной фактуры. Регулярность выпуска печатной продукции, релизов, сообщений. Открытость и готовность предоставить дополнительную информацию всем, кто в ней заинтересован.

Что учитывать при взаимодействии. Вы сами занимаетесь этим!

Тематическое разделение СМИ:

Универсальные. Обращаются ко всем сферам жизни общества, в своего рода, конспективной разработке (газета «Известия», журнал «Итоги», программ «Вести», все агентства).

Многопрофильные. Охватывают ряд проблемно-тематических линий, связанных между собой определенным направлением (еженедельник «За рубежом», канал «Культура», «Литературная газета» и пр.).

Специализированные (отраслевые). Одна проблемно-тематическая линия (спортивные, женские, детские, деловые, профессиональные).

Возможны также многие *иные* *разделения*:

- зависимые – независимые
- качественные – массовые
- общефедеральные – региональные – местные и т.д.

Каждая из этих категорий имеет особую редакционную политику, которую необходимо учитывать при взаимодействии. Так, независимые, по всей видимости, будут более склонны сотрудничать с вами, но контакт с зависимыми не менее важен. Зачастую они более влиятельны.

В качественных изданиях акцент делается на анализ и безупречность использованной информации. В массовых – на сенсационность и слухи.

Естественно, местным СМИ более интересны ваши события и новости, чем федеральным. И все же – если вы чувствуете, что информация «тянет», свяжитесь с корреспондентом издания российского масштаба в вашем городе. Возможно, как раз сейчас у него дефицит новостей, и ваша заметка попадет на страницы «большой прессы» или в «большой эфир».

Ищите верный тон при общении с каждым из изданий, ищите людей, которым по душе то, что вы делаете, постоянно снабжайте вашей информацией максимальное количество журналистов. Скорее всего, они заняты не только в основном издании, а пишут для нескольких, и смогут использовать полученные от вас сведения.

Подумайте, как использовать профессиональные СМИ. Это может оказаться очень перспективным. Например, если банк помог вашей организации провести праздник, сообщите об этом деловой прессе, расскажите о благотворительности банка. Возможно, журналист, готовя очередной материал, напишет про это, заодно упомянет и вас. Будьте изобретательны!

Что такое пресс-релиз?

Пресс-релиз – наиболее распространенный способ подачи материала прессе.

Следует сразу оговориться, что словом «пресс-релиз» сейчас называют очень разные продукты ПР и журналистского творчества. В частности, пресс-релизами считают простые приглашения журналистов на пресс-конференцию. Запомните, что пресс-релиз – это новость, и к написанию пресс-релизов применимы те же правила, что и к написанию новостных сообщений. Правда, жанр, может быть менее строг, и хорошо, если в вашем пресс-релизе будут использованы любопытные факты, цитаты (из классиков, и не только), различные приемы создания об-

разности. В то же время главная мысль пресс-релиза должна быть выделена отчетливо. Другую потенциально интересную для журналистов информацию вы сможете приложить в других материалах информационной папки. Работая над пресс-релизом, не забывайте, что он рассчитан в первую очередь на журналистов (потому и называется пресс-релизом), и ваша задача сделать релиз таким, чтобы, с одной стороны, СМИ могли его максимально использовать, не внося изменений, с другой – заинтересовать их и подстегнуть к тому, чтобы сделать авторский материал по предложенной теме. Особенно если вы готовите релиз к мероприятию (пресс-конференции и пр.). Излишне говорить, что все написанное в релизе должно быть тщательно проверено. Лучше вообще не выпускать пресс-релиза, чем раздать в прессе материал с ошибками.

Также пресс-релизами могут называться сообщения ПР-служб крупных корпораций и предвыборных штабов независимо от жанра (новости, комментарии, приглашения и т.д.), но только если рассылка их ведется регулярно (каждый день). Обычно такие «службы релизов» организуются специально для решения определенной задачи (выбор «нужного» кандидата, формирование положительного имиджа компании). Подобная форма работы достаточно эффективна: многие практики ПР говорят, что рассылка регулярного пресс-релиза – самый надежный способ увидеть материал в прессе, причем таким, каким он нужен. Телефонные звонки для продвижения пресс-релизов увеличивают ваши шансы на публикацию.

Как писать пресс-релиз?

Печатайте пресс-релиз типографским способом. Изложение должно быть ясным, простым.

Поместите имя человека для связи, обычно руководителя организации или пресс-секретаря, и номер телефона, по которому его можно найти (желательно в правом верхнем углу листа, но возможно и в конце текста).

Укажите: *«Для немедленного распространения»* над заголовком с левой стороны, если только вы не хотите по каким-либо причинам придержать материал. Если хотите придержать, напишите *«Эмбарго до...»*, однако гарантий, что журналист не использует информацию до указанного времени, нет.

Используйте приковывающий внимание читателя заголовок над текстом, для того чтобы захватить внимание редактора. Помните, что у редактора может быть целая стопка пресс-релизов и статей, которые он должен просмотреть, и ваши новости должны привлечь его внимание.

Указывайте место, откуда прислана новость (проводится мероприятие), и дату. Например, «Новосибирск, 29 января 1996 года». С этого начинается текст любого пресс-релиза.

Наиболее важные факты должны суммироваться в первом абзаце. Этот ключевой абзац должен отвечать на вопросы: кто? что? где? когда? и почему? Сделайте лид сильным и точным. Если в вашем распоряжении интересные, запоминающиеся детали, подумайте, не включить ли их в лид.

Второй абзац должен содержать одну или две цитаты из выступлений руководителя, других людей, имеющих отношение к теме. Цитаты подбирают так, чтобы журналист мог их использовать при написании статьи. Подписывайте все цитаты. Если у вас есть много интересных цитат, можно раздать их в качестве приложения к релизу, а в текст включить самую удачную.

Каждый следующий абзац должен быть менее важен, чем предыдущий (принцип перевернутой пирамиды). Это делается для того, чтобы редактор, которому, возможно, придется сократить материал, смог «обрезать» его в любом месте без потери смысла. В более редких случаях релиз может быть построен как фичерс (новость-история).

Пресс-релиз печатайте с большим интервалом (двойным) и полями. Не печатайте на обороте страницы. Если пресс-релиз не помещается на одной стороне страницы, внизу первой страницы лучше написать «Продолжение следует» и продолжить на следующей странице, причем все страницы нумеруются. По международным стандартам в самом конце пропускается строка и в центре ставится знак «###». Оптимальный размер пресс-релиза две страницы, однако, следует руководствоваться имеющимся у вас материалом.

Будьте точны в своих пресс-релизах. Не переусердствуйте с редактированием. Пишите в стиле новостей, чтобы журналисты были более склонны использовать ваш материал дословно. Однако не ждите, что все «перепишут» релизы.

Заглядывайте в словари, справочную литературу, сверьте цитаты, факты и цифры, окончательно работая над текстом. Ответственный за ПР человек и директор должны обязательно проверить пресс-релиз.

Собирайте пресс-релизы, отобранные по теме и дате, в специально отведенную для этого папку. При подготовке последующих это может помочь.

Что такое информационный пакет для прессы и как его составить?

Информационный пакет для прессы помогает журналисту и редактору при подготовке статей и сообщений. Позаботьтесь, чтобы пакет получил каждый журналист и каждое СМИ из составленного вами списка. Содержимое информационного пакета иногда рекомендуют хранить в папке с двумя отделениями, с наиболее важной информацией в правом кармане. Однако это правило нестрогое. Хотя любому человеку приятно получить хорошо организованный пакет документов, главное все же – хорошая информация, особенно пресс-релиз и сопроводительные тексты.

Содержание информационного пакета для прессы:

- Пресс-релиз.
- Подробные данные о вашей организации.
- Биографии.

- Копии статей о вас, отзывы известных лиц об организации или мероприятии (если есть).
- Дополнительные материалы. Например, список выступающих, если вы проводите пресс-конференцию, и так далее. Фотографии – специальный цветной слайд для телевидения, дающий возможность режиссеру наложить изображение на устный материал.

Что такое пресс-конференция?

Пресс-конференция – прекрасный способ освещения в прессе. Они необходимы для передачи важной информации прессе и дают возможность журналистам задавать вопросы. Тем не менее, устраивая пресс-конференцию, вы рискуете тем, что можете показать себя не с лучшей стороны. Поэтому подготовка очень важна.

Готовясь к пресс-конференции, продумайте, как достойно ответить на все каверзные вопросы. Кстати, они совсем не обязательно будут связаны с темой пресс-конференции. Будьте в курсе всех событий, которые касаются вашей организации. Подготовьте вступительное слово, в котором объясняется главная идея вашей пресс-конференции. Обязательно распространите пресс-релиз. Подготовьте информационный пакет для прессы со всеми материалами, которые относятся к теме.

Если уж вы решили организовать пресс-конференцию, убедитесь, что имеете новости для прессы. Не злоупотребляйте пресс-конференциями. Их нужно планировать заранее и использовать только для важных заявлений. Устраивайте пресс-конференцию только тогда, когда источник новостей, скажем руководитель, готов к встрече с прессой. Серия интервью один на один с журналистами, лично или по телефону, может выполнять те же задачи, что и пресс-конференция.

Как проводить пресс-конференцию?

Планируя конференцию, помните о сроках сдачи материалов для прессы. Выберите день и время, когда пресса не занята другими событиями, например какими-то регулярными или иными намеченными раньше вашего мероприятия-ми (День города, визит важного лица, другая пресс-конференция).

Примите во внимание, что какое-либо важное событие может не позволить журналистам посетить ваше мероприятие. В этом случае дошлите им пресс-релиз и пакет материалов оперативно после пресс-конференции, узнайте, почему журналисты не пришли, интересна ли им тема и нужна ли дальнейшая информация.

Известите прессу не позднее, чем за 48 часов, а лучше – за неделю до вашего мероприятия. Позвоните не менее трех раз: первый – до отсылки приглашения, второй – сразу после отсылки, чтобы убедиться, что приглашение дошло, третий – непосредственно перед вашей пресс-конференцией.

Выберите подходящее помещение. Зал заседаний гостиницы – скучное место для пресс-конференции. Постарайтесь найти такое помещение, которое соответ-

ствовало бы теме пресс-конференции. Это особенно важно, если вы приглашаете телевидение. В то же время журналистам должно быть удобно добираться до выбранного места. Заблаговременно позаботьтесь о разрешении на использование данного помещения и о том, чтобы вовремя закончить.

Проверьте место заранее, чтобы убедиться, что обстановка подходящая. позаботьтесь об электрических розетках, если вы ожидаете телевидение. Организуйте сцену, стулья и освещение. Выясните местонахождение телефонов, которые сможет использовать пресса.

Удостоверьтесь в готовности выступающих. Тщательно подготовьте их (вплоть до написания им выступлений). За столом (так называемый президиум) должны быть только те люди, которые выступают.

Будьте гостеприимны по отношению к прессе. Если вы планируете утреннюю пресс-конференцию, запаситесь кофе, печеньем и так далее. Старайтесь быстро разрешать все возникающие вопросы.

Организируйте регистрацию журналистов. Посадите дружелюбного симпатичного сотрудника на хорошо видном месте. Обозначьте это место указателем: «Регистрация прессы». К регистрации должны быть готовы списки аккредитованных, чтобы не заставлять журналистов подолгу томиться в ожидании своей очереди, особенно, когда пресс-конференция уже началась, а люди продолжают подходить.

Распространите пресс-релизы и информационные пакеты для прессы до начала конференции (можно это делать при регистрации) и обеспечьте наличие этих материалов в доступном для всех желающих месте. Еще до того, как выступающие начнут говорить, лучше, чтобы СМИ уже знали суть новости. Ведь информационщикам нужно будет передавать их уже через несколько минут. Хорошо совместить раздачу пресс-релизов с регистрацией. Вы будете знать, кто из гостей пришел и получил пакет документов.

Начинайте вовремя, уважайте ваших гостей. Закончите пресс-конференцию до того, как интерес начнет спадать, иначе какой-нибудь журналист использует это для провокационного вопроса.

Предусмотрите достаточно времени для вопросов. Не отказывайтесь задержаться для интервью один на один и предусмотрите время и место для этого.

Планируйте пресс-конференцию, соблюдайте регламент, о котором необходимо сообщить перед конференцией. В зависимости от «важности» и количества спикеров выделяйте 5-10 минут на выступление. В общем, все выступления не должны занять более 25 минут. Как минимум 20 минут потребуется на вопросы и ответы.

Следите за публикациями, чтобы видеть, как пресса обыгрывает новости.

10 правил проведения пресс-конференции:

1. Четкое определение темы, цели и соответствующая подготовленность (статистические данные, графики). Содержательность и смысловая на-

сыщенность изложения, исчерпывающая аргументация любой оценки, любого вывода.

2. Раздаточный материал должен быть подготовлен так, будто обо всем предстоящем никто никогда и ничего не слышал. Чем проще терминология и понятнее суть, тем легче достигнуть рефлексии со стороны журналистов.

3. Продумать «драматургию» хода пресс-конференции: кто что скажет, какую роль, какую партию и когда будет играть?

4. В меру доброжелательное приветствие журналистов. Представление участников и оглашение предлагаемого плана конференции.

5. Максимально короткие доклады и короткая демонстрация любого наглядного материала. Все снова и снова журналисты слышат новые заголовки для своих статей и сообщений.

6. Логически последовательная аргументация. Избегать противоречий.

7. Запланировать достаточно времени на вопросы журналистов.

8. Продолжительность пресс-конференции максимум 40 минут, после чего обеспечить возможность работы журналистов с отдельными участниками.

9. Не забывать, что журналисты не верят в альтруизм. Поэтому не отрицать своих собственных бизнес-интересов, но четко и уверенно презентовать пользу идеи или продукта для третьих лиц. Лучший вариант, когда ясно видна выгода и для репрезентанта, и для широкой общественности одновременно.

10. Быть ровным по отношению ко всем журналистам. У журналистов обострено чувство несправедливости и собственного достоинства.

10 правил для журналистов на пресс-конференции:

1. Собрать основную краткую информацию по теме до конференции.

2. Вечные вопросы: почему, с какими намерениями они проводят конференцию; почему они это сказали; что умалчивают; в чем меня собираются убедить?

3. Для них я лишь инструмент. Нужно быть начеку, не поддаваться лести.

4. У кого бы потом оперативно справиться по этой теме?

5. Спрашивать, подлавливать, достать.

6. Вскрыть несогласованность фактов, излагаемых докладчиками, неинформированность, найти противоречия в высказываниях.

7. Сравнить нынешнюю фактуру с ранее опубликованной или высказанной.

8. Четко подготовиться к письму: аудиозапись, снимки, документы.

9. Различать видимость и действительность. Не позволить себя ослепить. Быть смелым в вопросах.

10. Остаться независимым.

Условия успешности проведения пресс-конференции:

Пресс-конференция предназначена для информирования журналистов о событиях в компании. Именно журналистов, а не «общественности», «потребителя» или начальства. Без доброй воли журналистов подготовить о вас интересную,

с их точки зрения, публикацию, никакая общественность и никакие потребители вашу информацию не увидят.

Есть ли у вас достаточное количество информации, времени и средств, чтобы 20-30 очень занятых людей бросили все свои дела и пришли вас послушать?

Результативность пресс-конференции, выраженная в публикациях и хороших контактах с журналистами, не зависит от размера гонорара PR-агентства. Квалификация и связи пиарщиков не могут гарантировать хорошего результата, если не соблюдаются правила проведения пресс-конференции. Если у вас нет времени или желания тщательно подготовиться к пресс-конференции, бесполезно рассчитывать на пользу от этого важного и недешевого мероприятия.

На что обратить внимание?

1. Информационный повод (сформулированное в прошедшем времени сообщение о событии, законченном этапе деятельности, принятом решении и пр.)

2. Тщательная обработка информации (цельность, непротиворечивость, новизна, актуальность, насыщенность, убедительность, полнота, качественная подача).

3. Выбор ньюсмейкера (персона либо организация, имеющая возможность и право сообщать новость).

4. Выбор СМИ и журналистов для приглашения (имеющие обязанность, право и возможность освещать новости данной отрасли).

5. Достаточная подготовленность выступающих (компетентность, наличие полномочий на раскрытие информации, готовность к вопросам, план выступления, однозначность высказываний, доброжелательность).

6. Доступность информационных материалов (где, как быстро и сколько их можно получить).

7. Четкое взаимодействие с журналистами (вовремя заинтересовать, быть в состоянии ответить на любой вопрос).

8. Доступность места проведения пресс-конференции (удобное время и место проведения, транспорт, маршрут).

9. Соответствие атмосферы пресс-конференции поводу ее проведения (стиль ведения и выступлений, оформление, место проведения, темп пресс-конференции).

10. Четкая организация и управление этапами мероприятия (распределение обязанностей, соблюдение регламента, логичная очередность этапов).

11. Уважительное отношение к работе журналистов (не просить, а заинтересовывать; стремиться помочь им сделать их работу с минимальными затратами времени и энергии) .

Плановая и грамотная работа со СМИ позволит координатору добровольческих программ эффективно задействовать человеческие ресурсы общества.

ПОДГОТОВКА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ О ДОБРОВОЛЬЧЕСТВЕ

Рассказать о добровольчестве, набрать людей для проведения добровольческой акции, мероприятия, сделать деятельность добровольцев престижной – вот для чего нужно уметь грамотно информировать общество.

КАКОВА ЦЕЛЬ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

Для начала четко выясните: чего вы хотите достичь с помощью вашего выступления?

Профессионалы считают, что при помощи публичных выступлений можно достичь трех целей:

1. Информировать и просвещать аудиторию.
2. Изменить отношение аудитории к обсуждаемому вопросу.
3. Мотивировать аудиторию на какое-то действие.

Публичные выступления часто достигают всех трех целей сразу. Тем не менее, прежде чем приступить к подготовке вашего выступления, вам необходимо ответить на вопрос: «Какого конкретного результата из трех выше перечисленных вы хотите достичь при помощи вашего выступления?»

ЧТО НАДО УЧИТЫВАТЬ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ

- **Продолжительность вашего выступления не должна превышать 15-20 минут.** Еще пятнадцать минут оставьте на вопросы аудитории.
- **Выделите два, максимум три ключевых вопроса в той теме, на которую вы намерены говорить, и сконцентрируйте свое выступление на них.**
- **В качестве иллюстраций к ключевым вопросам используйте истории из жизни и примеры из вашего личного опыта.** Личные истории – это то, что аудитория запомнит лучше всего. Они будут связаны крепкой ассоциативной связью с главными вопросами вашего выступления. И всякий раз, вспоминая рассказанное вами, слушатели будут вспоминать те ключевые вопросы, о которых вы говорили.

■ Придерживайтесь золотых правил всех публичных выступлений:

- Скажите аудитории, про что вы будете говорить.
- Говорите про это.
- Скажите аудитории, про что вы только что говорили.
- Делайте подытоживающее резюме всякий раз как раскроете суть каждого из затронутых в вашем выступлении вопросов.
- Используйте наглядные пособия при выступлении.

КАК ПРИМЕНЯТЬ ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО ПРИ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ

Одной из наиболее эффективных методик коммуникации является живое выступление. В организациях, ведущих постоянную агитацию и публичную деятельность, даже имеет смысл создание группы ораторов.

Идеальный оратор – специалист, способный выступать перед разными группами, имеющий обязательства перед компанией, работающий в своей области на протяжении длительного времени, обладающий специальными навыками, энтузиазмом, индивидуальностью, хорошим голосом, артикуляцией, манерами. Желательно не обремененный домашними делами, что мешает публичной карьере. Ведь с того момента, как оратор начал карьеру, он до определенной степени не принадлежит себе и должен постоянно «соответствовать» (особенно если он ораторствует для известной компании или организации).

Личность оратора и оригинальность подачи информации определяют очень многое. Любое успешное выступление влечет за собой новые приглашения. Отдача от публичного выступления значительно возрастает при использовании аудиовизуальных средств (хотя можно воспользоваться стандартным раздаточным набором) – необычный подход к решению своей задачи аудитория ценит. Так, однажды на встрече, организованной профессиональным обществом, оратор из пищевой компании вручил каждому члену аудитории гроздь бананов. Это имело большой эффект. Подобных трюков умелый оратор может придумать десятки. Для того чтобы приобрести все эти навыки, на первых порах со спикерами следует проводить письменный инструктаж. Не исключено, что потребуются серия тренингов по преодолению комплексов, переоценке собственных возможностей, разрешению конфликтов и пр. Зато результатом будет рост уверенности человека, укрепление его положения в обществе и отличные возможности для продвижения.

Существуют ораторы одаренные, способные захватить аудиторию силой своей речи, причем некоторые приобретают это качество без усилий. Тем не менее таких людей мало, и даже талантливых ораторов лучше еще раз научить тому, какова структура выступления, где уместна шутка; «отточить» такие навыки, как умение одеваться и чувствовать ситуацию, держаться непринужденно и демократично, мгновенно реагировать, владеть словом, выглядеть уверенным и энер-

гичным, излагать свои мысли доступным языком, правильно артикулировать и интонировать.

Грамотный оратор всегда готовится к выступлению. Даже если он прекрасно знает тему и одарен, нужно продумать основную мысль выступления, посыл, символы, чтобы сосредоточиться во время речи на том, как произнести слова и какие эмоции вкладывать в них.

Наш совет: **Готовьтесь всегда!** Это сократит до минимума ваши ошибки.

Особенно хорошо стоит помнить, что решающее значение имеют несколько факторов: *последовательность изложения информации, изображения, тембр и интонация* (считается, что успех политика в большей мере определяется тембром голоса), *благозвучие, эмоциональная окрашенность информации* (при пропаганде настрой должен быть положительным).

Старое правило оратора гласит: **Знайте тему, знайте аудиторию и знайте себя!**

Простые вопросы, которые помогут вам подготовиться к мероприятию:

- Состав и размер аудитории.
- Уровень ее компетентности.
- Благожелательность по отношению к оратору.
- Продолжительность выступления.
- Возможность задать вопросы в конце выступления.
- Руководитель (ведущий) мероприятия, выступления.
- Характер выступления (информативный, развлекательный).
- Процедура представления оратора.
- Необходимость использовать видеоматериалы.
- Присутствие прессы.
- Помещение, в котором состоится встреча.
- Наличие микрофона и его тип.
- Место выступления оратора (стол, кафедра, платформа).
- Время выступления (до или после обеда).
- Наличие других выступлений до и после оратора.
- Процедура представления выступления.

КАК НАПИСАТЬ ВЫСТУПЛЕНИЕ (вопросы самому себе)

1. Почему это выступление предназначено этой аудитории?
2. Чего я хочу достичь своим выступлением?
3. Каким образом я буду собирать идеи и факты по данной теме?
4. Требуются ли дополнительные исследования как источник информации?
5. Как я буду представлять эту тему аудитории?
6. Нужно ли использовать шутки и анекдоты?

7. Сколько информации может впитать аудитория?
8. Буду ли я говорить по написанному плану?
9. Буду ли я читать речь или воспроизводить по памяти?
10. Как я могу с самого начала вызвать интерес к своему выступлению?
11. Смогу ли приспособить свое выступление к аудитории?
12. Репетировал ли я свое выступление?
13. Могу ли я сократить длинные фразы?
14. Использую ли я активные глаголы и утверждения?
15. Могу ли я записать свое выступление для последующего анализа?
16. Что мне нужно надеть для презентации?
17. Произносил ли я когда-нибудь что-либо на данную тему и перед какой аудиторией, каков был отклик?

Перед выступлением сделайте контрольную проверку по следующим пунктам:

- Говорить стоя в прямой, но удобной, непринужденной позе.
- Как можно чаще смотреть на аудиторию (но осмысленным взором).
- Смотреть на людей в разных частях комнаты.
- Избегать излишней жестикуляции.
- Говорить ярко и четко.
- Естественной реагировать на неожиданности.
- Иметь в запасе шутку или анекдот для непредвиденной ситуации.
- Говорить языком, понятным аудитории.
- Не использовать жаргонные или профессиональные (непонятные аудитории) выражения
- Изменять интонацию, сохраняя темп.
- Делать паузу после каждого важного пункта.
- Не использовать междометия.
- Улыбаться как можно чаще.
- Говорить в верхнюю часть микрофона.
- Наблюдать за аудиторией с целью отслеживания реакции.
- Иметь для завершения интересный эпизод или историю.
- Определять момент прекращения вопросов.
- Подумать о возможных вопросах из зала и ответах на них.

КАК ПОДГОТОВИТЬ ТЕКСТ ДЛЯ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Имидж организации и человека (общественного деятеля, политика, бизнесмена и пр.) и отношение к ним в значительной степени формируются устными выступлениями (самого человека или спикера). Так, блестящие ораторские

способности вождей сыграли огромную роль в обретении и удержании ими власти.

Недаром в истории и современном языке осталось немало ярких фраз, произнесенных ими в разное время: *«Процесс пошел»*, *«Жить стало лучше, жить стало веселее»*, *«Кто не слеп, тот видит»* и пр.

Речь (в широком понимании) – составная и даже доминирующая часть любой кампании – будь то общественная или избирательная. Ведь именно в период кампаний необходимо как никогда много выступать перед различными аудиториями, проводить всевозможные встречи, пресс-конференции, давать интервью и пр. В умелых устах слово – оружие, которое даже в самых критических обстоятельствах, казалось бы в безысходных ситуациях, способно круто изменить расклад игры и перевесить чашу весов. Неосторожное же слово, пустословие, путанные и вялые мысли вслух, скучная речь могут вмиг перечеркнуть все прежние достижения.

В каждой речи задача лидера-оратора – выйти за пределы будничного информирования и придать вес тем проблемам, которые он рассматривает, приподнять их значимость. В зависимости от конкретных обстоятельств проблема может быть вписана в глобальный контекст, в контекст человеческих ценностей либо нравственных норм.

Речь должна быть последовательной. Каждая мысль – в своем роде вежа. Важно не утерять главной цели, для которой выступление – всего лишь ступень.

Начало, концовка и наполнение вашего выступления имеют принципиальное значение. Вялое и непонятное начало снизит интерес к вам, словоблудие в середине речи разочарует аудиторию, а смазанная концовка закрепит неблагоприятное впечатление и может даже испортить репутацию вашей организации.

Для успешной речи не требуется много глубоких мыслей – достаточно выбрать одну, наиболее важную, продумать аргументацию, фактический материал, красочные детали и хорошо подать себя.

Текст выступления должен включать в себя объективный анализ ситуации, подробный, краткий и одновременно емкий, отражающий наиболее существенные ее особенности, болевые точки. Оратор должен придерживаться реалистических позиций, основная часть каждого выступления – изложение позитивных идей. Выступление должно создавать впечатление первого позитивного результата, за которым последуют другие.

Итак, начало должно быть четким и ясным, вводящим в проблему, а концовка – энергичной, заостряющей главный посыл вашего выступления.

Конечно же, именно в концовке оптимально произнесение лозунгов и «формул» (тем не менее они могут быть заявлены и вначале – решать оратору).

Речь должна указывать пути решения проблем – как правило, это взаимодействие с организацией, к которой принадлежит спикер. Выступления могут содержать и элементы самокритики: «если есть проблемы, значит, кто-то недоработал, но мы можем это исправить».

Любая речь личностна, любое выступление индивидуально, и нужно понимать, что только от готовности совершенствоваться и работать над собой зависит, станет ли простой спикер мастером. Задумайтесь над собственным речевым имиджем – это не данная природой внешность, его можно улучшить, хотя основные параметры довольно консервативны (тембр голоса, дикция, артикуляция, произношение, наиболее употребляемые слова).

Экспрессивная сторона речи – важный пункт. С вялой, скучной, банальной речью лучше вообще не выходить на трибуну. Хорошее выступление способно увлечь, вызвать сильные эмоции. Тем не менее подбор «средств» влияния стоит тщательно обдумать: многие проблемы и аудитории деликатны. Например, о том, как говорить с больными СПИДом об их будущем, лучше проконсультироваться заранее, чтобы не задеть ничьих чувств.

Произнося речь, оратор не навязывает свою волю, говорит не с позиции силы, а с позиции разума. Он предлагает сделать выбор, показывает, чем его выбор лучше, оставляя право решать за слушателями. Тем не менее оратор должен всегда, даже в благожелательных аудиториях, быть настороже и уметь держать удар, если вдруг посыплется обвинения или каверзные вопросы. Если вам заранее известно, что аудитория против вас, готовиться необходимо особенно серьезно, задавая себе самые нелюбезные и злые вопросы и находя на них вежливые, корректные ответы. Такие «домашние заготовки» очень помогают, но стоит потренироваться в экспромтах – не все можно предугадать.

ЧТО ОТЛИЧАЕТ УДАЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

- *хорошо слушается и понятно;*
- *соответствует аудитории;*
- *получает конкретную реакцию;*
- *имеет цель;*
- *соответствует своему времени;*
- *несет новую информацию.*

Не забывайте, что речь – это также и пафос, воодушевление, образы, шутки, уместные поговорки, рефрены, подчеркивания, риторические вопросы. И конечно же, точные даты, ссылки, имена, события, апелляция к культурному опыту. А публичное выступление – это не просто речь из-за конторки или кафедры, но и с места, с площадки для пресс-конференций, за «круглым столом», на митинге, совещании, на рабочих группах, на «объекте», на колесах, в процессе ходьбы, на протокольных мероприятиях, во время праздничного застолья, и даже с броневика. Каждый жанр обладает особой спецификой, так что учитывайте место и условия, в которых будете выступать, и готовьте соответствующую речь – защитительную, воодушевляющую, критикующую, шутливую и т.д.

Советы «Никколо-М»:

1. Если вы готовитесь к публичному выступлению, необходимо создать такой имидж, который бы характеризовал вас с различных сторон. Чем полнее будет имидж, тем меньше аудитории потребуется его «допраивать».

2. Очень важен первый опыт общения. Если вы будете выглядеть ярко, возможен «гало-эффект». Иными словами, если первое впечатление благоприятно, все поступки начинают оцениваться через призму положительного опыта. С негативным – наоборот.

3. Если ваши выступления носят систематический характер, помните: наибольшее значение для людей имеет последняя речь.

4. Учитывайте состав аудитории (половые, возрастные, социальные группы), ее ценностные ориентации.

5. Одним из сильных механизмов воздействия является приписывание причин субъекту действия. Поэтому мы так часто слышим, что в неудачах «виноваты обстоятельства», а удачи – дело исключительно наших рук и верно избранной политики.

Для чего нужны наглядные пособия?

- Чтобы представить схему-план своего выступления.
- Как наглядное напоминание ключевых вопросов, о которых вы рассказываете.
- Чтобы визуально усилить ключевые фразы и слова.
- Чтобы ввести в выступление юмор, драму или сюрприз.
- Чтобы подытожить ключевые вопросы, поднятые в выступлении.
- Чтобы подытожить выступление в целом.

■ **Используйте простые наглядные пособия.** Каждое наглядное пособие должно содержать не более трех ключевых вопросов.

■ **Один плакат – одна мысль.** Это всегда самый лучший способ иллюстрировать ваше выступление.

■ **Используйте ключевые слова, а не целые предложения.**

■ **Ключевые слова на наглядных пособиях должны быть такими же, какие вы используете в своем выступлении.** Избегайте использования разных ключевых слов в устном выступлении и наглядных пособиях.

МЕТОДОЛОГИЯ НАБОРА ДОБРОВОЛЬЦЕВ

Набор – это процесс поиска добровольцев, которые могли бы оказать помощь как организации, так и ее подопечным. Процесс набора добровольцев можно разбить на несколько стадий: планирование, распространение информации о добровольческих вакансиях и отбор.

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ ПО НАБОРУ ДОБРОВОЛЬЦЕВ

1. Оценка потребности в добровольцах.

Прежде чем набирать добровольцев в организацию, необходимо проанализировать потребность в добровольцах. Следует сформулировать цель программы набора добровольцев.

К фундаментальным целям можно отнести:

- расширение сферы услуг, предоставляемых организацией;
- обогащение существующей программы;
- привлечение общественности для получения поддержки организации;
- обучение потенциальных сотрудников и добровольцев.

В ходе оценки потребности в добровольцах следует:

Во-первых. Выяснить: на постоянную или временную работу осуществляет набор. Если вы набираете штат на годовой проект и знаете, что через год придется всех уволить, соответственно подбирайте людей, которым будет комфортно работать в такой ситуации.

Во-вторых. Определить количественный состав организации. Решите для себя, сколько человек должно быть в вашей организации, будут ли создаваться филиалы.

В-третьих. Рассчитать объем добровольческого времени в часах (на одного добровольца, на месяц и т.д.).

В-четвертых. Уточнить число, объем и виды выполняемых услуг, а также процентную долю подопечных, которым будет оказана помощь.

В-пятых. Определить объем обучения добровольцев.

2. Выбор стратегии набора добровольцев.

Стратегия набора зависит от типа работ. Если это проведение массовых мероприятий, где есть разнообразные работы, то можно обратиться через СМИ ко всем желающим. Целенаправленный набор предполагает непосредственную работу с группой потенциальных добровольцев, работу с конкретной целевой группой. Это наиболее трудоемкий способ набора.

Разрабатывая стратегию набора, следует:

- **Определить время**, которое потребуется для набора добровольцев.
- **Назначить ответственных** за набор добровольцев – координаторов, которые должны планировать и осуществлять добровольческие программы.

Задача координатора – соединить нужды организации и добровольцев.

В круг обязанностей координатора входят:

- разработка программы по набору добровольцев;
- определение областей деятельности, где будут задействованы добровольцы;
- анкетирование, собеседование, отбор и расстановка добровольцев;
- составление базы данных по добровольцам;
- оформление отношений (договоры, должностные инструкции);
- описание работы для каждой добровольческой должности;
- обучение добровольцев, инструктаж;
- обеспечение техники безопасности добровольца;
- обеспечение ресурсами для работы;
- ведение повседневной регистрации работ добровольцев;
- мониторинг работы добровольцев;
- поощрение добровольцев;
- распространение информации о программе среди общественности;
- составление отчетов о деятельности добровольцев;
- координация с руководством организации.

■ **Описать необходимые материальные затраты.** В состав финансовых затрат могут быть включены расходы на публикацию и издание материалов, на выступления в СМИ, проведение собраний, приглашение специалистов, а также затраты организации по оплате телефона, расходы на оргтехнику и т.д.

3. Составление описания работы добровольца.

Описание работы добровольца дает представление об объемах работы и действиях, которые должен выполнять доброволец, и служит инструментом контроля, оценки деятельности добровольца. Данное описание может регулярно пересматриваться с внесением необходимых изменений.

ОПИСАНИЕ РАБОТЫ ДОБРОВОЛЬЦА

Элементы описания работы добровольца

Выделяются следующие элементы:

- название должности, предназначение работы и ее связь с общими задачами;

- краткое описание работы;
- ожидаемые результаты;
- временные рамки и график работы добровольца;
- квалификация или навыки, необходимые для выполнения работы;
- обязанности добровольца;
- требование к оценке работы добровольца;
- дата обсуждения работы с добровольцем.

Кроме того, при составлении описания следует обратить внимание на необходимые для выполнения работы качества добровольца. Если продолжительность работы в организации для сотрудника будет находиться в прямой зависимости от его способностей по поиску средств, обеспечению рекламы, способности создать что-то новое, надо не только объяснять это кандидату, но и подбирать таких людей, которые способны на это.

Примерная форма описания работы добровольца

Опишите в виде кратких утверждений:

Задачи, стоящие перед добровольцем:

- какая работа должна быть выполнена на данном рабочем месте;
- какие обязанности выполняются регулярно, какие – через определенные промежутки времени;
- какие специфические материалы, механизмы и оборудование используются в ходе работы.

Требования к качеству работы:

- необходим ли специальный уровень образования для данной работы;
- какие навыки или специальная квалификация необходимы для занятия данной должности (водительские права, знание иностранного языка и др.);
- какой предыдущий опыт необходим для лица, претендующего на эту должность;
- какое время понадобится, чтобы обучить неквалифицированного работника;
- есть ли другие должности в вашей организации, которые могли бы обеспечить подготовку добровольца для занятия этой должности;
- какова наиболее сложная часть работы, почему она сложна.

Характеристику рабочего места:

- каково обычное рабочее время;
- сколько часов в неделю надо отработать, сколько месяцев длится работа;
- где находится рабочее место.

Отчетность:

- кому доброволец подчиняется непосредственно;
- кто дает оценку качеству работы добровольца.

Что предоставляет организация:

- какой характер ориентации и обучения будет предоставлен;
- какие текущие расходы будут возмещаться;
- какое оборудование будет предоставлено для работы;
- какой отдых будет предоставляться;
- какие будут предоставлены возможности для более ответственной работы.

Как будет оцениваться работа:

- перечень руководителей, в подчинении которых будет находиться доброволец;
- перечень материалов, которые понадобятся для ведения делопроизводства;
- список людей, которых можно привлечь к собеседованию с добровольцем.

Предполагаемые расходы:

- организационные расходы;
- возмещение текущих расходов добровольцев.

ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ С ДОБРОВОЛЬЦАМИ

Добровольцы *спасают* некоммерческие организации, они на них *держатся*. Для того чтобы эти люди смогли наиболее эффективно работать, требуется правильно строить с ними отношения.

Десять заповедей работы с добровольцами:

1. Думая о реализации ваших проектов, заранее определите, где могут быть полезны добровольцы, и соответственно подбирайте людей.
2. Принимая добровольцев, учитывайте их интересы, желания, возможности, в том числе и по временной загрузке, месту жительства, физическим возможностям.
3. Не думайте, что добровольцы могут быть только «чернорабочими», а всю содержательную работу должны выполнять оплачиваемые профессионалы. Во-первых, можно найти добровольцев-профессионалов. Во-вторых, помните, что добровольцев можно и нужно обучать, чтобы они повышали свой уровень.
4. Не набирайте добровольцев ради добровольцев. Они должны быть реально нужны. Но если люди сами приходят к вам, подумайте, как не оттолкнуть человека, даже если он вам сейчас не нужен. Он может пока подготовиться к работе, выполнять какие-то небольшие поручения.

5. Объясняйте вновь прибывшему человеку что и как устроено в организации, что вы делаете, к чему стремитесь, кто за что отвечает.

6. Четко сформулируйте обязанности и ответственность самого добровольца, требования, которые к нему предъявляются. При этом расскажите не только о том, что делать, но и как.

7. Относитесь к добровольцу как к коллеге.

8. Постоянно благодарите, поощряйте успехи. Хорошая похвала – публична и долговечна, а хорошая взбучка – индивидуальна и моментальна. Похвала должна быть своевременной, искренней, публичной, индивидуальной (т.е. направленной на людей, а не на их работу).

9. Обеспечьте добровольцу возможность продвижения в организации, получения разнообразного опыта для взаимозамены при работе.

10. Спрашивайте его мнение по различным вопросам и проблемам организации и учитывайте его.

Соблюдая эти заповеди, вы сможете не только найти подходящих людей, но и сохранить их для организации. Не секрет, что многие теряют добровольцев из-за своего отношения к ним – люди уходят. Кастовость, закрытость организации – одна из главных причин ее падения.

Из добровольных сотрудников вы можете сформировать сплоченную инициативную команду в значении «сплоченная группа людей, вместе делающая какое-то дело».

Для неправительственных организаций (в отличие от политических) не обязательно, чтобы команда была создана лидером, под лидера и только лидеру предана. Для НПО это группа людей, вдохновленных одной идеей, сплоченных и способных эффективно взаимодействовать между собой для реализации своей программы.

Чем отличается команда от коллектива?

Во-первых, в команде каждый является личностью.

Во-вторых, команда должна учитывать интересы каждого участника, а не только интересы команды в целом или какой-то общей идеи – самопожертвование ради общего дела не должно быть общепринятой ежедневной практикой.

В-третьих, в команде не должно существовать круговой поруки – покрывательства недостойных действий одного человека ради «спасения лица организации», а также коллективного осуждения, которое обычно переходит в травлю. Если один из участников команды сделал что-то недостойное, не стоит организовывать собрание и выработать таких воздействий, как бойкот или коллективное осуждение. Пусть каждый участник команды лично выскажет претензию к тому, кто поступил неправильно. Тогда

оступившийся человек будет отвечать персонально перед каждым, с кем его связывают личные отношения, а не перед безличной силой – коллективом. Большая сплоченная группа, высказывающая осуждение, лишает человека силы и надежды на то, что он сможет что-то доказать. Человек не меняется, а борется или уходит.

Если у вас большая организация (более 50 человек), команда – это костяк людей, отвечающий за основные направления работы. Работа с остальными сотрудниками – зона ответственности руководителей направлений. Лучший вариант, если команда существует не только на уровне руководства, но и каждый руководитель направления или проекта имеет команду из своих сотрудников, и эти команды в процессе работы могут взаимодействовать.

Для создания эффективно работающей команды необходимо:

- найти людей, которые бы разделяли идею, цель организации или были заинтересованы в ее программе;
- учитывать интересы каждого участника;
- не покрывать недостатки;
- не осуждать от имени коллектива;
- не использовать команду или преданность людей в своих интересах;
- не решать принципиальных вопросов без обсуждения, приказным порядком.

Ряд правил, которые помогут руководителю добиться успеха:

1. Постоянное обучение. Используйте любую возможность, чтобы дать вашим сотрудникам шанс повысить свое профессиональное мастерство.

2. Повышение ответственности. Не стоит думать, что человек, пришедший к вам помощником библиотекаря, так всю жизнь и должен оставаться им. Если вы видите в своем сотруднике хоть какой-то потенциал, повышайте степень его ответственности, давайте ему постепенно все более серьезные поручения.

3. Поощрение инициативы. Неправительственные организации «стоят» на инициативе, они ею созданы, поэтому любое проявление самостоятельной инициативы, попытки выработать самостоятельное решение поощряйте насколько возможно, хвалите при всех.

Критерии отбора добровольцев:

- соответствие личных качеств, практических навыков и особенностей характера;
- потенциальная готовность к работе – заинтересованность, мотивация, знание социальных проблем, предыдущий опыт.

Качества, желательные для добровольца

ЛИЧНОСТНЫЕ	ПРАКТИЧЕСКИЕ НАВЫКИ (развивающиеся; присущие изначально)
<ul style="list-style-type: none"> ● Общительность, коммуникабельность ● Способность быть лидером ● Любознательность ● Эмпатия (понимание и сопереживание психологическому состоянию другого человека) ● Доброжелательность ● Интерес к проблеме ● Высокий общий уровень развития ● Терпеливость ● Корректность ● Тактичность ● Проницательность ● Мотивация иметь профессию, основанную на общении с людьми ● Позитивность, оптимизм ● Толерантность ● Самокритичность ● Уверенность в своих возможностях 	<ul style="list-style-type: none"> ● Умение принимать решение ● Умение вести за собой ● Умение выгодно себя преподнести ● Умение расположить к себе собеседника ● Умение слушать и слышать ● Информированность по проблеме ● Опыт работы с группой, знание основ психологии ● Организаторские способности

Качества, не желательные для добровольца

АБСОЛЮТНЫЕ (сложно изменяемые или неизменяемые)	ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ (изменяемые)
<ul style="list-style-type: none"> ● Агрессивность ● Стремление к манипулированию людьми ● Интолерантность ● Безынициативность 	<ul style="list-style-type: none"> ● Авторитарность ● Амбициозность ● Высокомерность ● Грубость ● Пошлость ● Завистливость ● Излишняя самоуверенность ● Отсутствие самокритики ● Надменность ● Молчаливость, замкнутость ● Неумение слушать ● Конфликтность ● Стереотипность взглядов

ОТБОР ДОБРОВОЛЬЦЕВ

Анкетирование – один из популярных способов отбора добровольцев. Анкетирование обычно проводится на начальной стадии проекта или в процессе его реализации, когда появляются новые люди. Для анкетирования необходимо наличие оборудованного места для заполнения анкеты, а также консультация перед проведением анкетирования.

Требования к анкете: соответствие возрасту и предполагаемой деятельности; ясное и простое изложение; использование элементов теста; оформление крупным шрифтом; достаточное место для ответов. Доступ к информации, представленной в анкете, должен быть ограничен, она не должна быть общедоступна.

Тестирование – позволяет собрать дополнительную информацию о добровольце, узнать психологический портрет. Тестирование необходимо для назначения на должность, требующую специальных навыков.

Собеседование – проводится после анкетирования и(или) тестирования с целью более детального ознакомления с добровольцем, когда необходима конкретизация ответов. Собеседование позволяет лучше познакомиться с добровольцем, выяснить, какими интересами, опытом и способностями он обладает. Успех добровольческой программы во многом зависит от подбора подходящего человека на подходящее место. Собеседование с добровольцем проводится индивидуально с представителем организации или по группам: два представителя организации беседуют с несколькими добровольцами.

Люди, ответственные за проведение собеседования с добровольцами, должны иметь определенные знания, качества и навыки:

- знание организации и деятельности добровольца;
- умение свободно общаться с людьми различного уровня образования, культуры, экономического положения и т.д.;
- способность принимать мнение людей с различными социальными взглядами, образом мыслей, политическими или религиозными убеждениями;
- умение внимательно слушать, понимать собеседника;
- способность сосредоточиться на цели собеседования, направляя разговор, сохраняя чуткость и доброжелательность;
- умение выявить скрытые возможности и сильные стороны собеседника;
- наличие опыта добровольческой работы.

При собеседовании добровольцу следует дать время для обдумывания ответов. Информацию необходимо предоставлять в ясной и полной форме. При описании должности или вида работы, на которую предполагается назначить добровольца, следует указать как положительные, так и отрицательные стороны предлагаемых видов работ. Окончательное решение остается за добровольцем.

Проверка сведений – необходима тогда, когда требуется отбор для ответственного дела или определенная квалификация при выполнении тех или иных работ.

Это может быть устная рекомендация; беседа с друзьями, учителями, членами организации, где доброволец уже работал; письменная рекомендация (характеристика, грамоты).

ОФОРМЛЕНИЕ ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ОРГАНИЗАЦИЕЙ И ДОБРОВОЛЬЦЕМ

Между организацией и добровольцем заключается договор о безвозмездном оказании услуг добровольцем, в котором предусматриваются описание выполненных добровольцем услуг, права и обязанности сторон, ответственность за неисполнение ими своих обязанностей. Договор с добровольцем служит гарантией соблюдения и уважения прав и закреплением обязанностей благополучателя и добровольца. Договор позволяет определить круг прав и обязанностей добровольца и его место среди сотрудников; повышает ответственность добровольца за выполнение обязанностей; упорядочивает отношения добровольца с сотрудниками и клиентами; повышает социальный статус добровольца; позволяет возместить расходы, которые производит доброволец.

Договор-сделку о безвозмездном оказании услуг добровольцем можно заключать и с несовершеннолетними. По законодательству РФ несовершеннолетние в возрасте от 6 до 14 лет могут заключать сделки, направленные на безвозмездное получение выгоды. О взаимоотношениях организации и несовершеннолетнего добровольца должны обязательно знать его родители и опекуны. Если возникает необходимость заключить договор с малолетним, то желательно заключить договор с его законными представителями или же с их письменного одобрения. С несовершеннолетними старше 14 лет заключить договор можно, но и при этом важно поставить в известность их родителей.

Возможна компенсация затрат только тех добровольцев, которые выполняют на добровольческой основе законодательно определенную благотворительную деятельность. Организация может оплачивать расходы добровольца на поездку в целях оказания помощи (за проезд и проживание), если с ним заключен договор о добровольческой деятельности.

ОСНОВЫ ОРИЕНТАЦИИ И ОБУЧЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЦА

Когда добровольцы впервые приступают к работе, они сталкиваются с незнакомой ситуацией. С этого момента начинается *процесс ориентации*. Чем раньше доброволец почувствует, что организация ждет от него, вступит в комфортные отношения с окружающими, тем раньше он начнет плодотворно работать. Добровольца необходимо представить его непосредственному руководителю, с которым следует изучить описание работы и решить возникшие вопросы. Жела-

тельно познакомить добровольца со всеми штатными сотрудниками и добровольными помощниками, работающими в организации.

Добровольцу следует предоставить литературу об организации или ориентационное пособие, где представлены история организации, ее основные программы.

В ориентационное пособие можно включить следующие разделы:

- объяснение целей организации;
- краткое описание основных программ;
- текущие задачи, планы на будущее;
- взаимоотношение с другими общественными организациями;
- список штатных сотрудников с указанием должностей;
- цели добровольческой программы;
- указание некоторых должностей добровольцев;
- сроки проведения обучения и оценка качества работы;
- основные правила организации;
- полезные советы по действиям в часто возникающих ситуациях;
- мероприятия, которые может посещать доброволец;
- перечень личных качеств, ожидаемых от добровольца;
- перечень поддержки, которую организация предоставит добровольцу.

Обучение является составной частью работы добровольца.

Во-первых, отдельные добровольцы могут сомневаться в том, что у них есть достаточный опыт по определенным обязанностям, которые они берут на себя. В этом случае обучение рассеет эти страхи и выработает уверенность в себе.

Во-вторых, обучение гарантирует, что добровольческая работа даст добровольцу хороший опыт.

В-третьих, это дает организации уверенность, что доброволец будет работать плодотворно.

Методы и направления обучения можно обсудить с самими добровольцами. Попросите добровольцев определить, что вызывает у них затруднение либо может вызвать их в ходе дальнейшего выполнения программы, какие навыки и знания они хотели бы получить. Определите характеристики тех, кто будет обучаться. Формирование представления об участниках обучения поможет вам решить, какие методы обучения будут наиболее эффективны. Затем следует определить методы для достижения целей обучения. Следует выбирать методы, основанные на практическом опыте, а также стимулирующие активное участие и обратную связь. Преподаватели должны спланировать обучающий курс вместе с добровольцами. Они должны иметь практический опыт и знания о том предмете, который будет обсуждаться. Во время обучения важно правильно подобрать формы и методы работы.

АНКЕТА ДОБРОВОЛЬЦА

Фамилия, имя, отчество _____
Возраст _____
Адрес, домашний телефон _____
Образование _____
Место работы или учебы _____
Что умеете, какими навыками обладаете _____
Интересы, увлечения _____
Опыт работы добровольцем _____
Ограничения по состоянию здоровья
(перенесенные заболевания, медицинские противопоказания) _____
Желаемая добровольческая работа _____
Сколько времени можете уделять работе в качестве добровольца _____
Время, удобное для выполнения добровольческой работы
(день, вечер, выходные) _____
Как узнали о добровольческой программе _____

В анкету можно включить дополнительные вопросы:

Критерии оценок качества работы добровольца _____
Прохождение курсов обучения и ориентации
(сертификаты, свидетельства) _____
С кем связываться в чрезвычайных ситуациях _____
Количество отработанных часов _____
Дополнительная деятельность _____
Поощрения _____

ФОРМЫ ДОГОВОРОВ

ДОГОВОР О БЕЗВОЗМЕЗДНОЙ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«___» _____ 200_ г.

г. _____

Организация _____, далее Благополучатель, в лице _____, действующего на основании Устава, с одной стороны, и гражданин(ка) _____, далее Доброволец, с другой стороны, заключили настоящий Договор о безвозмездной добровольческой деятельности Добровольца в интересах Благополучателя.

В данном Договоре используется следующая терминология: Доброволец – физическое лицо, осуществляющее благотворительную или иную деятельность для достижения социально-значимых целей Благополучателя. Благополучатель – лицо, в чьих интересах осуществляет свою безвозмездную деятельность Доброволец.

1. Права и обязанности сторон.

1.1. Доброволец принимает на себя обязательства по отношению к Благополучателю, связанные с достижением следующего результата (перечислить конкретные результаты деятельности): _____, а также:

- 1.1.1. Качественно и в срок выполняет вышеперечисленный объем работ.
- 1.1.2. Бережно относится к имуществу организации, в которой он выполняет добровольческую деятельность в соответствии с данным Договором.
- 1.1.3. Предоставляет отчет о своей деятельности по требованию ответственного лица Благополучателя.
- 1.1.4. Не разглашает сведения, носящие конфиденциальный характер.
- 1.1.5. Не нарушает правила жизнедеятельности организации.

1.2. Благополучатель по отношению к Добровольцу принимают следующие обязательства:

- 1.2.1. Создать условия для безопасной и эффективной деятельности Добровольца.
- 1.2.2. Дать четкое описание необходимой деятельности Добровольца и места, где он будет ее осуществлять.

- 1.2.3. Назначить от лица Благополучателя ответственного за помощь в решении возникающих у Добровольца вопросов.
 - 1.2.4. Оплачивать прямые расходы Добровольца, связанные с его деятельностью, в соответствии с настоящим Договором после письменного согласования с ответственным лицом Благополучателя. Без письменного согласования расходы не возмещаются.
- 1.3. Доброволец вправе:
- 1.3.1. Посещать мероприятия, проводимые Благополучателем.
 - 1.3.2. Принимать меры по получению дополнительной квалификации, но не в ущерб заявленной в данном Договоре деятельности.
 - 1.3.3. Получать информацию о деятельности и истории Благополучателя.
 - 1.3.4. Получать от Благополучателя письменный отзыв о своей деятельности.
- 1.4. Благополучатель вправе:
- 1.4.1. Получать от Добровольца необходимые для работы по Договору документы, касающиеся его квалификации, если потребуется – состояния здоровья и рекомендации других лиц.

2. Срок действия Договора.

2.1. Договор действителен во время выполнения определенной Договором деятельности в срок до _____

2.2. Расторжение Договора может происходить по инициативе любой из сторон с обязательным предварительным уведомлением другой стороны не менее чем за одну неделю. Спорные вопросы разрешаются в порядке, установленном Гражданским кодексом РФ.

3. Дополнительные условия.

- 3.1. Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую силу.

4. Реквизиты сторон.

Благополучатель	Доброволец
Ф.И.О. _____	Ф.И.О. _____
Паспорт ____ № _____	Паспорт ____ № _____
ИНН _____	ИНН _____
Адрес _____	Адрес _____
Дата рождения _____	Дата рождения _____

ФОРМА РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ

1. Описание мероприятия.

Название мероприятия _____

Деятельность добровольца включает _____

Дата и время проведения _____

Время и место встречи _____

*Данная деятельность не является противозаконной
или опасной для жизни!*

2. Особые условия.

Пожалуйста, наденьте (спецодежду, перчатки и т.д.) _____

Пожалуйста, возьмите с собой (завтрак, ножницы и т.д.) _____

3. Контактные лица.

Ответственный за работу с добровольцами _____
ФИО, должность, контактный телефон

Контактное лицо _____
ФИО, должность, контактный телефон

В случае чрезвычайной ситуации в день проведения мероприятия контактировать с _____
ФИО, должность, контактный телефон

Отрежьте и верните

Я, (Ф.И.О. родителя, опекуна) даю разрешение моему (ей) _____

_____ ФИО несовершеннолетнего
на участие в _____
Название мероприятия

в качестве добровольца.

В течение этого времени со мной можно будет связаться _____
Телефон, адрес

В случае чрезвычайной ситуации, если не удастся связаться со мной, пожалуйста, обратитесь к _____
ФИО, адрес, телефон, отношение к несовершеннолетнему

Дата и подпись

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТЫ С ДОБРОВОЛЬЦАМИ

Планировать и осуществлять добровольческие программы должен руководитель (может быть из числа добровольцев), способный постоянно взаимодействовать со штатными сотрудниками организации, выяснять их потребности и организовывать работу по набору добровольцев, постоянно анализируя, что может быть в организации сделано силами добровольцев, что для них достаточно привлекательно.

Задача – соединить нужды организации и добровольцев.

Эффект работы руководителя добровольческой программы зависит от грамотного общения с людьми, понимания их нужд и желаний, гибкости и умения приспосабливаться к изменяющимся требованиям и интересам, способности достигать компромиссов, умения определять потенциальные возможности людей и создавать условия для их реализации. Как вы видите, работа такого человека неоценима.

Эта глава о том, как эффективно и грамотно строить свою работу.

ПЛАНИРОВАНИЕ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ ПРОГРАММЫ

Определив мотивацию и потребность в добровольцах, нельзя сразу бросаться на их поиски. Прежде чем приступить к набору добровольцев, предстоит многое сделать. На начальном этапе очень трудно оценить важность подготовительного периода. Позже, сталкиваясь с трудностями, понимаешь, что корень зла в том, что было недоделано именно на подготовительном этапе. Например, задайте себе вопрос: «Что произойдет, если доброволец к вам придет?» Есть ли у вас четкое представление о том, что вы будете с ним делать дальше? Доброволец, который откликнулся и хочет помочь, – это человек со своими нуждами и ожиданиями, его необходимо понять, а себя спросить: «Захочет ли доброволец делать предлагаемую работу? Будет ли он подходящим человеком для этой работы? С кем будет работать доброволец, сможет ли он установить рабочие отношения с другими работниками организации?» Каждый должен понять свою роль и цель работы. Если это удастся, то и добровольцы, и штатные сотрудники будут ощущать свободу, действовать созидательно, искать новые пути для решения общей задачи.

Хорошо разработанная программа должна учитывать многие факторы, а начинается она с планирования. Ниже мы предлагаем положения, которые могут составить основу предварительного планирования процесса набора добровольцев и создания для них благоприятной рабочей обстановки.

Начните с того, что задумайтесь и выясните для себя следующее:

■ Потребность организации в добровольцах

Прежде всего постарайтесь дать себе четкие ответы на вопросы:

- Зачем они вам?
- Чего вы хотите добиться с их помощью:
 - Привлечь других добровольцев?
 - Увеличить объем и виды оказываемых услуг?
 - Увеличить число подопечных организаций?
- Есть ли у вас ясное представление о том, какие нужны добровольцы?
- Сколько добровольцев нужно: 10, 50 или 100 человек?

Ответы на эти вопросы определяют стратегию и тактику набора добровольцев.

■ Цель привлечения добровольцев

Целесообразно определить для себя:

- Что они будут делать?
- Какие навыки работы требуются от них?
- Где и с кем они будут работать?

Далее. Попытайтесь описать работу добровольца. Это один из наиболее важных, ключевых рабочих моментов, от него будет зависеть ваша способность удерживать добровольных помощников.

Четкая проработка названных вопросов позволит:

- определить типы работ и виды ответственности за осуществляемую деятельность;
- более подробно объяснить добровольцам суть обращения к ним, какой вклад они могут внести в работу организации;
- объяснить персоналу организации потребность в добровольцах;
- разработать план оценки эффективности использования добровольцев.

■ Руководитель добровольческой программы

Должность руководителя может называться и по-другому: *координатор* добровольцев или *менеджер* по работе с добровольцами. Но как бы ни называлась должность, обладатель ее должен иметь в организации высокий статус, который позволит ему влиять на все факторы, являющиеся слагаемыми успеха добровольческой программы. В идеале это должна быть оплачиваемая должность с полной занятостью.

Сфера ответственности руководителя добровольческой программы может включать:

- планирование программы по набору;
- описание работы для каждой добровольческой должности;
- собеседование, отбор и расстановку добровольцев;
- осуществление ориентации и обучение добровольцев;
- ведение повседневной регистрации работ добровольцев;
- распространение информации о добровольческой программе среди общественности;
- оценку эффективности добровольческой программы;
- поддержку связей с добровольцами.

■ Финансирование

Для возмещения расходов, связанных с добровольческой программой, необходимо найти источники финансирования. Предполагаемые расходы должны быть утверждены руководством в виде бюджета.

Вот некоторые возможные **статьи расходов:**

- возмещение мелких текущих расходов добровольцев (в т.ч. расходов на проезд);
- организационные расходы, плата за телефон, оргтехнику и т.д.;
- расходы на организацию обучающих семинаров;
- расходы на связь с общественностью, публикации, издание рекламных материалов, проведение собраний.

Следует постоянно предлагать добровольцам возмещение таких мелких расходов, как оплата автобусных билетов, питания (если они работают во время обеденного перерыва) и т.д. Добровольцы-водители могут попросить возместить расходы, связанные с эксплуатацией машин. В свою очередь, добровольцев, несущих расходы в связи с выполнением работы, можно попросить предоставить счета на оплату: одни откажутся от оплаты, другие – нет. Так вы обеспечите равноправие: добровольцы с низким уровнем доходов не будут комплексовать перед другими из-за непредвиденных затрат. Важно помнить, что *добровольцы отдают свое свободное время, а не свои средства.*

В Федеральном законе РФ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (ст. 5, раздел 1) говорится, что **«благотворительная организация может оплачивать расходы добровольцев, связанные с их деятельностью в этой организации (командировочные расходы, затраты на транспорт и другие)».**

■ Помещение

Желательно в организации выделить специальное помещение, оборудованное офисной мебелью, где добровольцы могли бы встречаться, общаться, обсуждать свои проблемы. Это создает чувство комфортности и внутренней стабильности. К сожалению, решить эту проблему становится все сложнее, так как свободные помещения сдаются в аренду с целью повышения доходов организации. И все же при разработке добровольческой программы эту проблему необходимо попытаться решить.

■ Непосредственный руководитель добровольца

Доброволец, придя в организацию, не должен быть предоставлен сам себе. Вы должны иметь четкое представление о его месте в организации, а именно:

- кто будет постоянно руководить работой добровольца;
- перед кем он должен отчитываться о проделанной работе;
- кто будет оказывать ему постоянную поддержку.

Чаще всего непосредственным руководителем добровольца является штатный сотрудник, ответственный за тот участок работы, к которому приписан доброволец. Этот сотрудник должен знать, что ожидается от добровольца и в какой поддержке он нуждается. У непосредственного руководителя обязательно должна быть копия описания работы добровольца, в создании которой он принимал участие. Следует помнить, что непосредственный руководитель обязан быть внимательным и доброжелательным, чаще демонстрировать свое желание работать с добровольцем.

Конечно, вышесказанным не исчерпываются все те важные вопросы, которые необходимо учесть при разработке программы набора добровольцев. Но, используя их как руководство к планированию, как контрольный перечень, вы проверите, насколько фундаментально подготовлена ваша программа.

Эффективное руководство добровольцами просто в теории, но сложно на практике. Ему присущи все сложности, связанные с управлением штатными сотрудниками: планирование работы, контроль, система оценки и т.д.

В предлагаемом учебном пособии почти все перечисленные этапы создания добровольческой программы будут рассмотрены подробнее. Главное, чтобы в результате работы у вас появилась программа, включающая конкретный график мероприятий по привлечению добровольцев.

Вы можете дать оценку своего плана привлечения добровольцев с помощью следующих вопросов:

- Консультировались ли вы с персоналом, который будет работать с добровольцами?

- Ясно ли понимает персонал свою роль в работе с добровольцами?
- Достаточно ли точно и полно написаны служебные обязанности для каждой должности?
- Достаточно ли ясно определены квалификационные требования к должности?
- Подготовлено ли рабочее место для добровольца?
- Имеется ли план поиска квалифицированных добровольцев?
- Знаете ли вы, что делать с неквалифицированными претендентами?
- Имеется ли план по ориентации и обучению добровольцев?

После этого можно приступать к набору добровольцев.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ С ДОБРОВОЛЬЦАМИ

Профессиональная ориентация и социальная адаптация в коллективе – первый шаг к тому, чтобы сделать труд добровольца как можно производительнее. Новый человек, придя в организацию, приносит с собой ранее приобретенный опыт и знания, которые могут вписаться или не вписаться в установленные рамки. Когда доброволец впервые приступает к работе, для него все незнакомо: рабочее место, люди, подразделения, процедуры, политика организации. Через ориентацию и социальную адаптацию у него вырабатывается отношение к работе.

Ориентация – это процесс, в ходе которого нужно достичь того, чтобы добровольцы поняли суть работы и почувствовали себя комфортно.

Ее назначение – обеспечить добровольцев базовой и практической информацией, с помощью которой они смогут соотносить свои действия с общими функциями организации и лучше понять свой вклад в достижение общих целей. Если доброволец хорошо понимает систему, работу и процедуры, принятые в организации, то он получит больше возможностей для плодотворной работы и вероятность появления конфликтных ситуаций будет незначительной. Ориентация начинается в тот момент, когда вы поручили добровольцу работу. Как только доброволец поймет, что организация ждет от него, он начнет плодотворно работать.

Простейший способ определить, какие вопросы включить в ориентацию, это задать вопрос: *«Что я хочу знать об этой организации, чтобы лучше понять, как она работает?»*

Ориентация проводится в различных организациях по-разному, но она должна включать следующие темы:

- история организации;
- действующие программы и получатели помощи (клиенты);
- организационная структура;

- процедура представления персоналу;
- распорядок работы и основные организационные принципы деятельности;
- ознакомление с оборудованием и техническими средствами;
- требования к ведению дел, руководство и т.д.;
- сроки проведения обучения и оценка качества работы;
- полезные советы по наиболее часто возникающим ситуациям;
- поддержка, которую организация предоставит добровольцу, например обучение, совместный поиск выхода из сложной ситуации и т.д.

Помните, что доброволец, который полностью разбирается в жизни организации, может служить эффективным связующим звеном с общественностью, пропагандировать достоинства организации.

Положительный результат дают совместные производственные совещания персонала и добровольцев, где дается обзор работы подразделений и информация о ходе выполнения программ. Это очень полезно и для персонала – еще раз посмотреть на свою работу глазами посторонних.

Приступая к планированию добровольческой программы, вы обязаны получить со стороны руководства организации полную поддержку в деле использования добровольцев, иначе будут постоянно возникать недоразумения. Следует также проконсультироваться со штатными сотрудниками, которые будут работать с добровольцами. Поддержка штатных сотрудников жизненно необходима, так как вполне возможно, что некоторые из них не захотят работать с добровольцами.

Причины, по которым персонал негативно относится к добровольцам:

ЛИЧНОГО ХАРАКТЕРА	ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
<ul style="list-style-type: none"> ● Необходимость четко планировать работу для добровольцев. ● Нежелание тратить силы на обучение и инструктаж добровольцев. ● Чувство морального неудобства перед человеком, работающим бесплатно, боязнь потерять свою зарплату. ● Личная пассивность и опасение конкуренции со стороны добровольцев. ● Желание сохранить свою значимость. ● Нежелание интенсивного общения. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Отсутствие долгосрочного планирования в организации. ● Боязнь возможных проблем юридического, психологического и финансового характера. ● Неумение делегировать часть своих обязанностей. ● Необходимость дополнительного времени на проверку выполнения работы. ● Повышенная активность добровольцев. ● Нежелание делиться информацией. ● Сомнение в компетентности добровольцев.

Не стремитесь давить на сотрудников и не переубеждайте их красивыми и правильными речами. Выявите все проблемные вопросы и совместно найдите пути их решения. Тогда сомневающиеся увидят, насколько полезными оказались добровольцы на других участках работы.

Постарайтесь сделать сотрудников своими союзниками, добивайтесь их поддержки. В беседе с персоналом не стесняйтесь говорить о денежном эквиваленте добровольческого труда, показывать, какие деньги вы могли бы затратить на оплату той или иной работы.

Несколько способов формирования положительного отношения штатных сотрудников к работе добровольцев:

- Привлекайте персонал и руководство к планированию программы, ее формированию и оценкам.
- Разрабатывайте описания рабочих мест добровольцев с привлечением персонала.
- Проводите собрания по ориентированию персонала.
- Обучайте, по возможности, персонал и добровольцев совместно.
- Привлекайте персонал к обучению добровольцев.
- Регулярно проводите собрания или неформальные встречи персонала и добровольцев.
- Привлекайте персонал к поощрению добровольцев.
- Поощряйте персонал, работающий с добровольцами.

Характер и потребности у людей разные, поэтому одна и та же работа для одних добровольцев может быть скучна и не приносит удовлетворения (они быстро «перегорают»), и это приводит к текучести кадров), другим та же работа интересна, кажется многообещающей и приносит удовлетворение, что, в свою очередь, рождает энтузиазм и дает хорошие результаты. Многое зависит и от того, как спланирована работа. Например, вы нашли сестрам милосердия добровольных помощников, которые будут собирать и обрабатывать различные данные. Таким образом, вроде бы добровольцы опосредованно помогают одиноким больным и инвалидам, но реально они оторваны от них, подчас не понимая смысла и целесообразности своей деятельности. Можно, например, поручить им сопровождать на прогулки своих подопечных, а показателем качества работы будет улучшение или стабилизация состояния здоровья граждан. Такая работа станет для добровольцев привлекательнее и осмысленнее.

Руководителю любого уровня необходимо понимание потребностей добровольцев, чтобы обеспечить их удовлетворение через предлагаемую работу. Но часто довольно трудно осознать и понять, какие мотивы и конкретные желания «призвали» человека в добровольческое движение. Некоммерческие организации тоже должны реально подходить к ситуации, сопоставляя свои ожидания с потребностями добровольцев. Это сложно, потому что мотивы добровольца могут

постоянно меняться в зависимости от изменения его семейного и общественного положения, условий жизни, перемен на его основной работе. Результаты исследования мотивации, приведенные в докладе Международной Федерации ОКК и КП, свидетельствуют, что преобладание различных мотиваций во многом зависит от культуры и традиций страны.

Потребности, с которыми потенциальные добровольцы приходят в организацию, можно сгруппировать следующим образом:

- **Потребность в признании.** Люди хотят, чтобы их работа или проявленные способности высоко оценивались другими.
- **Потребность в достижении.** Людям нравится ощущать, что они выполнили что-то очень важное.
- **Потребность в самоконтроле.** Многим людям хочется ощущать себя независимыми, чувствовать, что они несут ответственность за свою жизнь и поступки.
- **Потребность в разнообразии.** Людям, как правило, надоедает делать одно и то же. Само по себе добровольчество помогает человеку внести разнообразие в жизнь.
- **Потребность в росте.** Люди стремятся к развитию, расширению и обогащению своего опыта, знаний или повышению своего жизненного статуса.
- **Потребность в общении.** Потребность человека принадлежать к какой-то группе, быть признанным, любимым, сотрудничать в связке с другим человеком или группой. Для этих людей важно работать в команде, получать групповые задания.
- **Потребность во власти.** Некоторые люди стремятся оказывать влияние на других людей и их действия.
- **Потребность в развлечении.** Хотя это может показаться несерьезным, но потребность в приключениях и развлечениях у некоторых людей очень сильна.
- **Потребность быть единственным.** Это потребность человека чувствовать себя особенным, значимым.

У каждого добровольца конкретные нужды и потребности. Формировать условия, удовлетворяющие их, – трудная задача, цель которой не изменить добровольца как личность, а подобрать для него подходящее занятие, которое даст ему возможность удовлетворить свои потребности. Мы обеспечиваем получение добровольцем своей «моральной компенсации» за то полезное, что он сделал для организации. В этом суть проблемы удержания добровольцев. Но организация не добьется своих целей, если позволит добровольцам работать только ради своих интересов.

Нет ничего страшнее в работе с добровольцем, чем обмануть его ожидания.

А ожидания, в первую очередь, связаны с конкретной работой. Если он не найдет работу по душе у вас, то отправится искать ее в другую общественную организацию.

В организациях, где разработана процедура документального оформления взаимодействия персонала и добровольцев, многие проблемы отсутствуют. В некоторых НКО в рабочих помещениях вывешены тексты прав и обязанностей добровольцев (Приложение 4).

Главным в управлении добровольцами является понимание того, что добровольческая деятельность не подарок, а обмен. Добровольцы отдают свой труд, время и т.д., а получают взамен какое-то материальное или моральное вознаграждение.

Примеры «компенсации», которую может получить доброволец и организация:

ДОБРОВОЛЬЦЫ ДАЮТ	ДОБРОВОЛЬЦЫ ПОЛУЧАЮТ
<ul style="list-style-type: none"> • Время • Энтузиазм • Энергию • Приверженность • Желание сохранить свою значимость • Нежелание интенсивного общения 	<ul style="list-style-type: none"> • Навыки • Друзей • Удовольствие • Достижения • Повышенная активность добровольцев • Нежелание делиться информацией • Сомнение в компетентности добровольцев
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ	ОРГАНИЗАЦИЯ ПОЛУЧАЕТ
<ul style="list-style-type: none"> • Средства для развития программ • Управление • Обучение 	<ul style="list-style-type: none"> • Вклад в свое дело • Повышение имиджа и осведомленность населения о своей деятельности

Каждая из сторон должна хорошо понимать, что она хочет получить и что о может отдать. При правильной организации добровольческая деятельность выгодна как самим добровольцам, так и организации, а полученная выгода значительно превышает затраты.

Очень важно, чтобы большинство штатных сотрудников вашей организации понимали необходимость участия добровольцев.

Для этого необходимо:

- разработать процедуру взаимодействия персонала с добровольцами;
- выявить личные и организационные опасения персонала, связанные с добровольцами;
- провести конкретные мероприятия со штатными сотрудниками, которые покажут полезность добровольца;

- показать денежный эквивалент добровольческого труда;
- провести обучение персонала;
- поощрять сотрудников, которые хорошо работают с добровольцами, и привлекать персонал к поощрению добровольцев;
- организовывать неформальные мероприятия, в которых участвуют как сотрудники, так и добровольцы;
- руководитель организации должен поддерживать добровольцев.

СОЗДАНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ ДЛЯ ДОБРОВОЛЬЦЕВ

Определение круга работ добровольца

Итак, с чего начать работу над созданием рабочих мест для добровольцев? Самый лучший способ создания «хороших» рабочих мест – **консультация с персоналом**. Это можно сделать в форме анкетирования. Руководитель добровольческой программы выясняет, какие нужны добровольцы, как использовать их наилучшим образом. При этом лучше не спрашивать, какую работу персонал может предложить добровольцам, так как получить ответ, особенно в тех организациях, где никогда не работали с добровольцами на плановой основе, иногда бывает трудно.

Правильнее предложить штатным сотрудникам ответить на следующие вопросы:

- Какие элементы вашей работы вам нравится выполнять?
- Какие элементы вашей работы вам не нравится выполнять?
- До чего у вас «не доходят руки» из-за большой загруженности?
- Чем бы вы всегда хотели заниматься, но на это никогда не хватало времени?

Ответы сотрудников послужат моделью для определения круга работ, предлагаемых добровольцам и полезных как им, так и персоналу.

Обозначив работы, которые персонал не в состоянии выполнить из-за отсутствия времени (а делать их действительно надо), можно заинтересовать его в наборе добровольцев.

Другим привлекательным моментом для штатных сотрудников будет то, что они смогут сконцентрироваться на той работе, которая им нравится. В конечном результате каждый получает от работы большее удовлетворение.

Процесс опроса будет полезен и персоналу: в ходе его проведения можно научить сотрудников правильно формулировать запрос на работу добровольцев – цель, распорядок, требования к контролю и т.д. Такая работа уменьшит вероятность получения запроса типа «Нужен кто-то с 9.00 до 17.00 с понедельника до пятницы для подшивки моих бумаг».

Без участия сотрудников трудно создать рабочие места для добровольцев и определить, какая работа будет хорошо выполнена добровольцами. Это один из наиболее сложных и важных этапов добровольческой программы. Не пытайтесь добровольцами «затыкать дыры» в работе, вместо этого поработайте над тем, как достичь правильного согласования интересов добровольца и организации. Время, затраченное на такое согласование, окупится в дальнейшем, поскольку уменьшится необходимость надзора и устранения недостатков. Если организация может предложить интересные, конкретные и результативные виды работы – она легко привлечет добровольцев. Организация, предложившая неудовлетворительные виды работ, затратит большие усилия для удержания разбегающихся добровольцев.

Процесс привлечения персонала должен быть непрерывным. Вполне возможно в организации вывесить блокнот «Требуется», куда каждый сотрудник может вписать свои потребности в добровольцах, его квалификацию, характер работы, которую предстоит сделать, и другие требуемые данные.

Проектирование работ для добровольцев

Для каждой должности или работы, которая будет выполняться добровольцем, составьте описание работы. Оно покажет, что организация может ожидать от добровольца и что доброволец может ожидать от организации. Далее, оно будет полезным для набора и собеседования, поскольку в нем перечислены требования к работе и квалификации, которую должен иметь человек, выполняющий эту работу. Описание станет основой для обучения добровольца, контроля и оценки его деятельности. Следует потратить некоторое время и на детальное рассмотрение будущей работы добровольца, определение навыков, которые ему потребуются, поиск места работы и руководителя.

Первый шаг – краткое описание тех заданий, которые добровольцы могут выполнять для организации.

Затем их надо рассмотреть подробнее, чтобы понять, соответствуют ли они общим целям организации и предназначению добровольческой программы.

Работа должна подходить и добровольцу. Получит ли он от нее удовлетворение? Можно ли сделать что-то полезное за два-четыре часа в неделю? Улучшит ли это задание работу оплачиваемого персонала или грозит ему потерей работы?

Следует подумать о продолжительности работы и распорядке дня добровольцев. Ведь многие из них имеют оплачиваемые рабочие места и свободны лишь вечерами или по выходным дням. Некоторые избегают таких добровольческих работ, которые требуют длительной связи с организацией, и предпочитают краткосрочную работу, не идущую вразрез с их интересами.

Подумайте и о таких заданиях, которые могут быть выполнены группой, например семьей, религиозным или социальным клубом, трудовым коллективом или просто компанией друзей.

Важно помнить, что **описание работы** – это ваши потребности в выполнении определенного объема работы людьми с конкретными навыками.

Элементы описания работы

Как правило, работа добровольцев описывается в форме служебных или должностных обязанностей, что очень похоже на то, как это делается для штатных сотрудников, но более конкретно и делая упор на результатах работы добровольца. Этот документ дает представление об объемах работы и действиях, которые должен выполнить доброволец, и служит инструментом контроля и оценки деятельности добровольца.

Хорошее описание работы (обязанностей) весьма полезно. Как ни странно, описания работ для добровольцев важнее, чем для штатных сотрудников, которые часто учатся по ходу работы или стали настолько самостоятельными, что сами знают, когда и что лучше сделать.

Если организация не подготовила соответствующее описание обязанностей добровольца и не готова принять его на работу, доброволец потеряет энтузиазм, даже не приступив к работе. Обнаружив, что вы не готовы составить точное описание того, что необходимо сделать, лучше проработать этот вопрос детально, чем принимать добровольца на рабочее место, которое еще реально не существует.

Описание работы должно содержать следующие элементы:

- **Название.** Как будет называться работа или наименование предлагаемой должности.
- **Цель.** Какой результат должна принести работа. Это самая важная часть описания работы.
- **Задачи.** Описание того, что может быть сделано для достижения цели, сформулированное в виде предложения, а не требования.
- **Навыки.** Какой опыт, навыки и знания желательны.
- **График работы.** Оценка требуемого объема времени, продолжительности работы и допустимые изменения расписания.
- **Место.** Расположение места работы.
- **Руководство.** Требования к отчетности и определение руководителя работ со стороны организации.
- **Льготы.** Обучение, оплата транспортных расходов и т.д.

Делая описание работы, возьмите на заметку:

- скучную работу лучше разбить на несколько мелких блоков;
- к творческой работе привлекайте несколько человек.

В Приложении представлены примеры описания работы добровольцев.

ОПИСАНИЕ РАБОТЫ ДОБРОВОЛЬЦА

Пример 1.

- 1. Должность:** Инструктор-доброволец по работе с молодежью по программе профилактики ВИЧ/СПИДа.
- 2. Цель работы:** Проведение профилактических семинаров со старшеклассниками г. Житомира.
- 3. Задачи:**
 - предварительное обучение и стажировка в проведении семинаров по профилактике ВИЧ/СПИДа;
 - проведение трех семинаров в месяц;
 - систематический анализ и учет проводимой работы.
- 4. Необходимые навыки:**
 - умение общаться с молодежной аудиторией, желательно иметь минимальный педагогический опыт;
 - хорошая информированность по обсуждаемой проблеме;
 - наличие таких личных качеств, как ответственность, приверженность принципам и идеалам Движения Красного Креста и Красного Полумесяца;
 - умение использовать различные методы работы с молодежной группой;
 - возраст: не старше 20 лет.
- 5. График работы:**
 - 9 часов в месяц для проведения профилактических семинаров с 11.00 до 17.00;
 - 2 часа в неделю для участия в организационных встречах;
 - точный график работы устанавливается в соответствии с возможностями добровольца.
- 6. Место работы:** Молодежный центр по профилактике ВИЧ/СПИДа Общества Красного Креста г. Житомира. Семинары проводятся на базе школы и ПТУ Зеленого района г. Житомира.
- 7. Руководство:**
 - инструктор-доброволец непосредственно подчинен координатору по работе с добровольцами МЦ – Степаненко Светлане;
 - после каждого семинара инструктор-доброволец представляет внешний отчет учебного заведения, где проводился семинар, и внутренний отчет с самооценкой проведенного мероприятия;
 - ежемесячно представляет временный график своей работы;
 - МЦ не менее чем за 3 дня оповещает о намеченном семинаре и представляет все необходимые материалы для его проведения.

8. Льготы:

- ежемесячные занятия по повышению квалификации. Темы: психология подростков, навыки работы с группой, медицинские аспекты ВИЧ/СПИДа;
- каждый доброволец имеет право один раз в месяц в течение трех часов пользоваться компьютером для личных целей.

Сама форма описания должностных обязанностей несущественна. Важно, чтобы были отражены все элементы и определена хорошо продуманная цель. Хотя описание работы должно быть подготовлено до набора добровольцев, оно не должно рассматриваться как «окончательный» документ, так как может измениться в процессе собеседования и отбора, поскольку руководитель добровольческой программы пытается «подогнать» работу под нужды и интересы потенциального добровольца. Изменения могут быть внесены после того, как доброволец приступил к работе, вник в ее суть и может сам сделать замечания. Окончательную форму оно принимает на этапе подписания договора с добровольцем на оказание безвозмездных услуг, хотя и он может обновляться по мере роста опыта добровольца и возложения на него дополнительной ответственности.

Приведенный пример подходит для описания работы, которую доброволец будет выполнять длительный период. А как быть с добровольцами, которых привлекли к разовой акции? Например, к сбору средств. Независимо от причин, вы должны подготовить для них четкие инструкции, определить зону ответственности.

Пример 2.

Описания работ, подготовленные молодежным отделом ЦК РОКК для участников акции в Москве.

ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ АКЦИИ ПО СБОРУ СРЕДСТВ

Цель акции: Сбор средств для оказания помощи наиболее нуждающимся гражданам.

Обязанности председателя акции:

1. Определяет конкретное место проведения акции на территории округа, выбранного координатором акции.
2. Получает разрешение властей округа на ее проведение.
3. Определяет школу, с которой будет сотрудничать в ходе акции:
 - пишет письмо на имя директора школы об освобождении детей от занятий;
 - готовит списки участников (школьников);
 - определяет необходимое количество лидеров из числа студентов для руководства работой школьников.

4. Четко представляет все происходящее на его территории во время акции.
5. Получает инструкции от координатора акции.
6. Разбивает школьников на группы, прикрепляет к ним лидера из числа представленных студентов.
7. Контактует со студентами, закрепленными за группами школьников.
8. Выдает кружки для сбора средств согласно установленной процедуре, которая предусматривает:
 - наличие номера на кружке;
 - наличие печати;
 - формирование комиссии по вскрытию кружек.
9. Выдает инструкции участникам акции (студентам и школьникам), подготовленные координатором акции.
10. Получает кружки по окончании акции, проверяет наличие печати, присутствует при вскрытии кружек и подсчете денег.
11. В тот же день отчитывается перед координатором акции.
12. Сдаст на хранение кружки по окончании акции.
13. На следующий день после проведения акции перечисляет деньги на специальный счет.
14. На следующий день после проведения акции направляет благодарственное письмо директору школы.

С инструкцией ознакомлен _____ Подпись

« ___ » _____ 200 г.

ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ УЧАСТНИКА АКЦИИ ПО СБОРУ СРЕДСТВ

Цель акции: Сбор средств для оказания помощи больным туберкулезом.

Вы участвуете в данной акции. В связи с этим Вам необходимо соблюдать следующие инструкции:

1. Получить кружку. Проверить ее состояние, наличие номера, целостность печати.
2. Иметь при себе мандат участника акции.
3. Обращаться к гражданам с просьбой о пожертвовании в соответствии с прилагаемым текстом.
4. Распространять листовки.
5. Соблюдать правила хорошего тона, в любой ситуации оставаться неизменно вежливым и корректным.
6. По всем вопросам, выходящим за рамки инструкции, обращаться к лидеру группы.

7. Граждан, желающих получить дополнительную информацию, направлять к лидеру группы.
8. По окончании акции сдать кружку. Печать на ней должна быть неповрежденной.
9. В случае повреждения печати или утери кружки немедленно информировать лидера группы.
10. Категорически запрещается вскрывать кружку.

С инструкцией ознакомлен _____ подпись

« ___ » _____ 200 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

ЛИСТОК УЧЕТА РАБОТЫ ДОБРОВОЛЬЦА

Фамилия

Имя, отчество

Возраст

Место работы/учебы

№ п/п	Дата	Наименование работы	Время работы	Замечания	Подпись руководителя

Регистрационный номер _____

Дата _____

АНКЕТА ДОБРОВОЛЬЦА

Фамилия, имя, отчество _____

Адрес _____

Дом. тел. _____ раб. тел. _____

Возраст _____

Род занятий (учащийся, студент, пенсионер, домохозяйка, безработный, имею работу) _____

Образование, специальность _____

Опыт работы _____

Место работы или учебы _____

Какую работу Вы хотели бы выполнять (краткое описание)? _____

Какую работу Вы предпочитаете?

Связанную непосредственно с людьми

Не связанную с общением

В группе с другими людьми

Индивидуальную деятельность

Все равно

Какими навыками Вы владеете?

Компьютер

Художник

Языки (укажите какие) _____

Фотограф

Музыкант

Педагог

Другое

Интересы, увлечения _____

Опыт работы добровольцем _____

Ограничения по состоянию здоровья _____

Удобное время работы:

утром _____ днем _____ вечером _____ выходные дни _____

часы: с _____ по _____

дни недели _____

Откуда узнали о наборе добровольцев _____

Дата заполнения анкеты « ____ » _____ 200 г.

Подпись _____

Анкета может содержать и другие вопросы.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ДОБРОВОЛЬЦА

Доброволец имеет право:

- На отношение к себе как к коллеге.
- Пройти курс обучения по порученной работе.
- Получить подходящую ему работу.
- Находиться под руководством и опекой.
- Знать об организации как можно больше.
- Продолжать обучение в ходе работы.
- Получать регулярные оценки качества выполняемой работы.
- Получить возможность для личного развития.
- Быть поощряемым.
- Быть услышанным.
- Продвигаться по службе и пользоваться опытом коллег.
- Получать финансовую компенсацию за непредвиденные траты в ходе работы.
- Иметь соответствующее оборудование или технические средства для выполнения полученного задания.
- Участвовать в принятии решений, присутствовать на собраниях и совещаниях.

Доброволец обязан:

- Действовать в соответствии с основополагающими принципами международного Движения Красного Креста и Красного Полумесяца.
- Понимать функции штатных сотрудников, поддерживать хорошие рабочие взаимоотношения с ними, не выходить за рамки конкретной работы добровольца;
- Быть искренним, предлагая услуги, и верить в значимость выполняемого задания.
- Продолжать изучение порученной работы, участвовать в ориентации, программах обучения и собраниях.
- Быть преданным организации, в которой работает.
- Поддерживать имидж организации, ее связь с общественностью.
- Выполнять задания качественно и ответственно.
- Выполнять указания руководителя.
- Соблюдать правила и положения по использованию эмблемы, не допускать ее неправильного использования.

Права добровольца можно рассматривать как ответственность организации, а права организации – как ответственность добровольца.

ТРЕНИНГ – ЛУЧШАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЦА

Самой эффективной формой работы по обучению добровольцев является тренинг, он помогает нацелить добровольца на необходимую деятельность и в сжатые сроки приобрести необходимые навыки для ее осуществления. В ходе опроса добровольцев, желающих осуществлять тренерскую деятельность, мы выявили необходимость собрать рекомендации по подготовке к тренингу. Эта глава подробно освещает ход подготовки к тренингу.

КТО БЕРЕТ НА СЕБЯ ОРГАНИЗАЦИОННУЮ ЧАСТЬ ТРЕНИНГА

От организационной части тренинга зависит 50% его успеха.

Организационную часть тренинга может взять на себя как сам тренер-ведущий, так и другой человек. Оптимальное количество тренеров для продолжительных семинаров – два человека.

Это позволяет:

- заменять друг друга и сохранять силы для дальнейшей работы с аудиторией;
- совместно анализируя ход семинара, выяснить, что получилось, что можно изменить в ходе тренинга или при планировании следующего.

Это делает программу семинара более пластичной, живой. Если есть отдельный человек для проведения организационной работы – это замечательно, так как тренеру отвлекаться во время семинара на организацию питания, размножение материалов, проветривание помещения не рекомендуется.

Заранее необходимо распределить обязанности между тренерами и организаторами.

Кто мне может помочь?

На продолжительный семинар я могу пригласить специалистов для проведения информационных блоков. Это могут быть сотрудники комитета по делам молодежи, социальных и психологических центров.

Внимание! Приглашая специалистов, я оговариваю продолжительность их выступления, его содержание и формы изложения. У некоторых людей, работающих в области профилактики, есть свои штампы и стереотипы работы с молодежной аудиторией. Я помню, что я главный на семинаре и от меня зависит его содержание, распределение времени и форма проведения. Приглашение специалистов может потребовать дополнительных затрат на оплату их труда. Но многие

люди будут готовы помочь бесплатно. Для того чтобы поднять престиж семинара, я могу пригласить на его открытие представителей СМИ, властных структур, общественности. В такой ситуации уместно дать вступительное слово представителю власти.

Этот продуманный ход приносит хорошие результаты:

- Видна значимость семинара для «важных людей».
- Представители власти знают проблемы молодежи и способы их решения.
- Поддержка и резонанс общественного мнения.

Кроме того, контакты с властными структурами помогают в поиске помещения для тренинга и облегчают работу с администрацией учебных заведений.

С КЕМ И КОГДА ЛУЧШЕ ОРГАНИЗОВАТЬ СЕМИНАР

Если я хочу провести тренинг, то, наверное, уже знаю для кого.

Это могут быть:

- учащиеся школы, колледжа, института;
- организованные коллективы подростков (клуб, лагерь, спортивная секция и др.);
- подростки одного микрорайона;
- добровольцы, которые пришли по объявлению.

Мне важно знать:

■ *Что работать с тем коллективом, который уже сложился, например с классом, сложнее, чем с ребятами, которые впервые встретились для участия в семинаре. Почему? Потому что сложившиеся в коллективе отношения могут мешать продуктивной работе на семинаре. У людей в коллективе всегда есть «груз отношений»: обиды, симпатии и антипатии, психологические «роли».*

■ *Если я работаю в учреждении (клуб, лагерь, спортивная секция и т.д.), где подростки организованы, мне нужно заручиться поддержкой администрации. Для этого мне необходимо написать письмо, где кратко изложить то, что я хочу сделать, зачем, ожидаемые результаты. Нужно обязательно встретиться с представителем администрации, согласовать с ним все необходимые условия.*

■ *Если я провожу семинар, приглашая подростков к себе, то необходимо провести рекламу своего тренинга, мотивировать подростков для участия в нем. Я обязательно должен знать, как связаться с ними, чтобы перед семинаром подтвердить их участие.*

Для рекламы можно развесить объявления в подъездах, учебных заведениях, клубах, других местах «тусовки» подростков. Но это не лучший способ, потому что в 95% случаев он не работает. Личные встречи эффективнее, так как вас и видят, и слышат, следовательно, могут заинтересоваться. Личные встречи можно организовывать через знакомых, соседей, родственников, друзей, через подростков, ранее участвовавших в семинарах. Для того чтобы подростков освободили от занятий, можно написать письмо администрации учебного заведения, где изложить цели семинара, объяснить его важность, указать дату и время проведения.

Время проведения семинара

Если администрация учебного заведения согласилась на проведение семинара, надо планировать даты и сроки проведения. Семинары удобно проводить во время каникул. Тогда ребята не будут отрываться от учебы и не возникнут проблемы с родителями и учителями. Если семинар проводится в учебное время, целесообразно запланировать проведение его на пятницу, субботу или воскресенье.

Кроме того, обязательны как минимум два 15-минутных перерыва, следующих после завершения очередного этапа. Желательно не уменьшать продолжительность перерывов и начинать их в запланированное время. При утомлении аудитории необходимо проветрить помещение, количество перерывов может быть увеличено. Если семинар однодневный, удобнее его провести в субботу или воскресенье. Полуторачасовой семинар можно проводить в любой день. Не рекомендуется использовать вечернее время, так как к концу дня снижена работоспособность.

ГДЕ ЛУЧШЕ ПРОВОДИТЬ СЕМИНАР И КАКОЕ ОСНАЩЕНИЕ МОЖЕТ ПОНАДОБИТЬСЯ

Помещение для проведения семинара

Итак, я провожу не просто занятия, а семинар. Помещение для тренинга будет отличаться от обычной аудитории для занятий. Это связано со спецификой тренинга: работа в кругу, в микро-группах, проведение игр и т.д.

Выбирая и подготавливая помещение для тренинга я должен помнить:

■ **Стулья (кресла) должны быть удобными.** Количество стульев должно быть равно количеству учеников, тренеров и гостей плюс два резервных.

■ **Столы нужны только для размещения канцелярских принадлежностей, раздаточных материалов, технических средств, а также для использова-**

ния по назначению, т.е. для чаепития. Если есть возможность, чаепитие лучше проводить в другом помещении. Если семинар проходит в обычной аудитории, необходимо вынести лишние столы или расставить их по периметру.

■ *Размер помещения должен позволять поставить стулья в круг и проводить подвижные игры.*

■ *Стены помещения должны быть удобны для размещения наглядных материалов и листов бумаги для записей по ходу семинара.* Заранее попробуйте прикрепить к стене ватман (для одних стен удобен скотч, для других – кнопки и булавки).

■ *Звукоизоляция помещения должна быть хорошей.* Шум очень мешает проведению семинара.

Если есть финансирование – помещение для тренинга можно арендовать.

СОВЕТ БЫВАЛОГО ТРЕНЕРА:

Так как финансирование есть не всегда, я ищу помещение при помощи своих контактов (властные структуры, медицинские учреждения, клубы, подростковые центры, библиотеки и т.д.).

Оснащение семинара

Оснащение семинара будет зависеть от финансирования. Поэтому надо рассмотреть разные варианты.

КАНЦЕЛЯРИЯ.

1. Если у меня есть деньги – подготавливаю канцелярские товары:

- Тетради/блокноты с жесткой обложкой (для того чтобы можно было писать сидя в кругу), рассчитанные на всех участников.
- Ручки (так как они ломаются, их количество равно количеству участников помноженное на 1,25).
- Папки для участников с раздаточными материалами (анкеты, тесты, информационные листы, буклеты и т.д.). Хорошо, когда на каждой тетради или папке есть стикер/наклейка с названием семинара, даты проведения, указанием координат организации.
- Бэйджи/значки для имен участников, тренеров и приглашенных.
- Ватман. На трехдневный семинар потребуется около 20 листов.
- Флип-чарт. Хорошо, когда он есть!
- Маркеры разного цвета (1 набор, для тренера).
- Фломастеры, цветная бумага (если они необходимы для проведения упражнений).

- Чистая бумага (формат А4) всегда пригодится.
- Скотч – один.
- Ножницы – одни.
- Кнопки – 1 коробка.
- Скрепки – 1 коробка.

2. Если у меня нет денег, то:

- Прошу участников, чтобы тетради/блокноты и ручки принесли с собой.
- Бэйджи/значки для имен участников заменяю листочками, которые можно прикрепить булавками.
- Ватман заменяю недорогой рулонной бумагой (даже обоями) или старыми плакатами, на которых можно писать с обратной стороны.
- Флип-чарт (плохо, когда его нет, но можно и без него).
- Маркеры. Найду хотя бы один, лучше два, разного цвета.
- Скотч, ножницы, кнопки (скорее всего, найдутся без труда).

Хорошая канцелярия – это:

- повышение работоспособности;
- признак высокого уровня семинара;
- показатель важности данной работы для подростка;
- «якорь памяти» о тренинге, а значит, катализатор повышения эффективности семинара.

ТЕХНИКА.

До начала семинара можно подумать о том, какое техническое оснащение может понадобиться.

Это может быть:

- музыкальный центр для проведения упражнений и организации перерывов;
- телевизор и видеоманитон для показа видеоматериалов;
- проектор для прозрачных пленок/слайдов;
- фотоаппарат для фиксирования интересных моментов семинара;
- копировальный аппарат для размножения раздаточных материалов, анкет и материалов, нарабатываемых в ходе тренинга, например результатов «мозгового штурма»;
- видеокамера для проведения упражнений и съемок самого тренинга.

Съемки можно проводить только с разрешения участников – камера может их сковывать!

ЕДА.

Организация питания участников напрямую зависит от наличия средств. Необходимо помнить о том, что подросткам всегда хочется есть. Чувство голода

будет мешать усвоению информации, впрочем, как и переедание. При продолжительном семинаре должно быть два перерыва на чай/кофе (в первой и второй половине дня) и перерыв на обед.

Для организации обеда из трех блюд следует провести небольшое исследование в расположенных поблизости кафе/ресторанах.

Для этого я анализирую:

- где, как и чем кормят;
- сколько это будет стоить;
- смогут ли принять и быстро обслужить требуемое количество человек.

Если средств нет совсем, я предлагаю участникам принести с собой бутерброды, печенье, булочки, в этом случае продолжительность работы не должна превышать 4 часов в день.

СОВЕТ БЫВАЛОГО ТРЕНЕРА:

Если средства ограничены, то это может быть столовая.

Я организую перерывы на чай/кофе.

Для 25 человек участников на три дня семинара потребуется:

- 1) чай – 200 пакетиков;
- 2) кофе растворимый – 300 гр.;
- 3) сахар-рафинад кусковой – 2 кг.;
- 4) салфетки – 6 пачек по 50 шт.;
- 5) одноразовая посуда:
 - чашки для чая/кофе – 200 шт.,
 - стаканы – 200 шт.,
 - ложки – 100 шт.,
 - тарелки – 100 шт.;
- 6) чайники или термосы (примерно на 5 литров), для того чтобы хватило горячей воды на всех участников.

При достаточном финансировании формирую паек:

- печенье – 3 кг;
- газированная/минеральная вода (в жаркое время 6-8 л на один перерыв);
- бутерброды (по 2 бутерброда на человека);
- конфеты (6 килограмм);
- пирожные/булочки (по количеству участников);
- фрукты (на усмотрение организаторов).

Целесообразно первый перерыв на чай/кофе организовать с бутербродами (успели проголодаться после завтрака), второй – с фруктами или пирожными (еще сыты после обеда).

Экономить на еде не рекомендуется. Хорошая организация питания показывает подросткам значимость работы, которая проводится с ними, помогает выполнению задач семинара.

СОВЕТ БЫВАЛОГО ТРЕНЕРА:

Опыт показывает: сколько еды подросткам не предложи – съедят все!!!

ПРОВЕРКА ГОТОВНОСТИ К СЕМИНАРУ

Накануне семинара я провожу общее собрание с тренерами и организаторами, для того чтобы убедиться в готовности к семинару.

Тест «Накануне»

Проверяю, все ли готово к семинару.

ПРОВЕРЯЮ	ОТМЕЧАЮ
1. План семинара составлен	
2. Раздаточные материалы размножены	
3. Специалисты и гости приглашены	
4. Тренеры готовы, действия согласованы	
5. Присутствие подростков на семинаре согласовано с администрацией учебных заведений	
6. Подростки подтвердили, что придут на семинар	
7. Помещение подготовлено, зарезервировано	
8. Канцелярия готова	
9. Обеды заказаны	
10. Продукты для перерывов на чай/кофе в наличии	
11. Техника готова, работоспособность проверена	
12. Одежда готова, шнурки поглажены, шея чистая	

Проверяю канцелярию.

ЧТО МНЕ НАДО	СКОЛЬКО	В НАЛИЧИИ
1. Тетради/блокноты		
2. Ручки		
3. Папки с раздаточными материалами		
4. Бэйджи/значки		
5. Ватман		
6. Флип-чарт		
7. Маркеры		
8. Фломастеры		
9. Цветная бумага		
10. Чистая бумага		
11. Скотч		
12. Ножницы		
13. Кнопки		
14. Скрепки		
15.		
16.		

Самопроверка для уверенности начинающему тренеру.

Проведена серьезная подготовка. Привлечено достаточное количество средств, для того чтобы все подготовить к семинару. Замечательное, удобное помещение. Есть хорошие подарки участникам в виде тетрадей, ручек, папок. Мы сможем вкусно и сытно накормить подростков. Наша встреча будет полезной друг для друга. Спокойно отдыхаю до завтрашнего дня!

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРЕНИНГА

В этом разделе я могу узнать ответы на следующие вопросы:

- Насколько эффективно то, что я делаю?
- Какой тренинг можно считать эффективным?
- Каковы критерии оценки эффективности тренинга и как ее измерить?

Тренинг считается эффективным в том случае, если он достиг поставленной цели. Поэтому очень важно при подготовке семинара или тренинга четко осознавать его цели и задачи. Обычно целью профилактического семинара-тренинга является повышение уровня информированности молодежи и подростков по вопросам табакокурения, а также формирование мотивации для изменения поведения.

В связи с этим можно выделить следующие **критерии оценки эффективности семинара-тренинга**:

- повышение уровня информированности аудитории по вопросам и темам, обсуждаемым на семинаре-тренинге;
- формирование установок на изменение поведения, связанного с табакокурением;
- оценка тренинга как процесса.

Комментарий. Здесь описаны стандартные критерии оценки эффективности семинара-тренинга. Дополнительные критерии вы можете разработать самостоятельно, исходя из целей и задач вашего конкретного тренинга.

Теперь рассмотрим методы, с помощью которых можно провести оценку эффективности проведенного тренинга. Данные методики можно использовать как по отдельности, так и комплексно. Если вы встретитесь с какими-либо трудностями, обратитесь за консультацией к социологу или психологу.

Для оценки тренинга как процесса необходимо выяснить:

1. Эмоциональное состояние участников (комфортность).
2. Оценку форм тренинга участниками.
3. «Сильные» и «слабые» блоки (информационные и игровые).

Для этого можно использовать следующие методики:

● **Обсуждение с персональными высказываниями**

По окончании тренинга каждый участник группы высказывается по схеме: что узнал нового, что понравилось или не понравилось, что нужно изменить. Тренеру в этом случае необходимо конспектировать отзывы, а затем проанализировать и сделать выводы.

● **Анкетирование**

Заранее готовится анкета, которую участники заполняют по окончании семинара. Желательно, чтобы анкета состояла из открытых вопросов, что позволит участникам высказываться в свободной форме. Следует попросить участников тренинга давать ответ на каждый вопрос, не пропуская ни одного.

В такую анкету могут входить следующие вопросы:

- какие темы тренинга были для вас новыми;
- по каким темам вам не хватало информации;
- какие игры вам понравились больше всего.

● Заметки тренера

По окончании семинара-тренинга или его отдельных блоков тренер записывает, как реагировала группа на информацию этого блока, все ли принимали участие в играх, всем ли было комфортно. Недостатком данного метода является то, что тренер часто отвлекается от семинара и не может сосредоточиться. Чтобы избежать этого, нужен наблюдатель, желательно психолог или второй ведущий, который сможет фиксировать реакцию участников на различные блоки (информационные и игровые), а также на самого тренера.

● «Интервью-выход»

Заранее готовится анкета, проверяющая знание отдельных тем, затронутых на семинаре. Такая анкета должна быть небольшой (можно на листе формата А4). Вопросы лучше сформулировать в закрытой форме, с данными заранее вариантами ответов. Согласно данной методике проводятся два замера – до тренинга и после. Обратите внимание на то, что в обоих замерах участники заполняют совершенно одинаковые анкеты (пример такой анкеты приводится в Приложении). Задача тренера – выяснить: уменьшилось ли количество неправильных ответов после окончания тренинга, информация по какой теме осталась не понята участниками. Если в анкетах, заполненных по окончании тренинга, количество неправильных ответов уменьшилось, то можно считать, что проведенный тренинг повысил информированность участников по проблеме.

Оценить, насколько повысился уровень информированности участников группы, можно с помощью двух основных способов: объективного и субъективного (с точки зрения участников семинара-тренинга). В обоих случаях понадобится анкета, при составлении которой желательно пользоваться советами социолога.

Субъективная оценка участников.

В данном случае анкета включает список критериев, и участникам предлагается оценить тренинг по этим критериям.

Критериями могут быть:

- новизна информации;
- комфортность;
- практическая полезность.

Также критерии оценки тренинга можно представить в виде «Я-высказываний», участники отмечают степень согласия или несогласия с этими высказываниями.

Например:

УТВЕРЖДЕНИЯ	Полностью согласен	Частично согласен	Частично не согласен	Полностью не согласен
1. На тренинге я приобрел много новой информации по теме семинара	1	2	3	4
2. В ходе тренинга я чувствовал себя комфортно	1	2	3	4
3. Информация, полученная на тренинге, пригодится мне в дальнейшем	1	2	3	4
4. Я обязательно поделюсь с друзьями полученной информацией	1	2	3	4
5. В ходе тренинга я получил ответы на все свои вопросы по теме семинара	1	2	3	4

Обработать полученные результаты несложно. По каждому утверждению отметьте, каких ответов было получено больше всего. Осталось только сделать выводы. Достаточно сложно оценить, удалось ли в ходе тренинга сформировать у участников установку на заботу о своем здоровье.

Во-первых, полтора часового тренинга для этого явно недостаточно. Необходимо длительная работа (минимум три дня).

Во-вторых, методы исследований по изменению рискованного поведения очень специфичны, и использовать их могут только специалисты-социологи.

Я могу провести оценку семинара. Для проведения более глубоких исследований я приглашу социолога.

АНКЕТА ОЦЕНКИ СЕМИНАРА

Пожалуйста, заполните эту анкету. Ваши ответы помогут нам лучше подготовить будущие семинары и другие мероприятия. Заранее Вам благодарны!

1. Что на семинаре понравилось Вам больше всего?
 - затронутые темы;
 - ведение семинара;
 - участники и т.д.
2. Что Вам не понравилось?
3. Какая часть семинара была более удачной и почему?
4. Получили ли Вы ответы на те вопросы, с которыми пришли на семинар?
5. Как Вы будете использовать информацию, полученную на семинаре?
6. Ваши пожелания организаторам семинара.

СПАСИБО!

АНКЕТА ОЦЕНКИ СЕМИНАРА

Пожалуйста, заполните эту анкету. Ваши ответы помогут нам лучше подготовить будущие семинары и другие мероприятия.

1. Как Вы оцениваете семинар в целом?

(1– «плохо»... 5 – «отлично»); обведите кружком одну из цифр):

1 2 3 4 5

2. Какая часть семинара была

- а) наиболее удачной;
- б) наименее удачной.

3. Что Вам не понравилось на семинаре?
4. На какие вопросы Вы не успели получить ответы?
5. Какой процент предоставленной на семинаре информации был полезен именно Вам?

100 80 60 40 20 0

6. Оцените работу тренеров по пятибалльной шкале и объясните свою оценку. (1– «плохо»... 5 – «отлично»)

1 2 3 4 5

СПАСИБО!

СОВЕТЫ ДОБРОВОЛЬЦУ ПО УПРАВЛЕНИЮ СОБСТВЕННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ В КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ

На основе проведенного мониторинга по изучению добровольческой деятельности на факультете психологии и социальной работы Сыктывкарского государственного университета были выявлены основные сложности в реализации добровольческой деятельности и характерные конфликтные факторы. Добровольцы, на основе имеющегося опыта, предложили свои рекомендации по преодолению возникавших проблем и конфликтов. В дополнение к этим рекомендациям мы прилагаем отобранную информацию по конфликтологии.

СЛОЖНОСТИ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЕТСЯ ДОБРОВОЛЕЦ

В процессе осуществления добровольческой деятельности у молодого человека могут возникнуть сложности, связанные с внешней и внутренней стороной осуществляемой деятельности.

Проблемы, относящиеся к внешней стороне:

1. Готовность организации работать с добровольцами.
2. Условия работы.
3. Социально-психологический климат в коллективе.

1. Отсутствие опыта и навыков по управлению добровольцами у руководителя принимающей организации:

- уделяется мало внимания и времени для разъяснения сути задания и обучения;
- предоставляется мало возможностей для проявления самостоятельности и инициативы;
- отсутствует желание делиться опытом;
- формальный подход к организации работы с добровольцами.

Выходом может быть откровенный разговор с координатором добровольцев по поводу сложившейся ситуации.

Если в результате произойдут позитивные изменения в отношении к добровольцу, то продолжать работать в этой организации, если ничего не изменится,

то найти организацию, где по достоинству оценят способности добровольца и его желание работать.

2. Сложности при взаимодействии с коллегами-добровольцами:

– сложно найти контакт, построить рабочие отношения с отдельными участниками, работать в группе малознакомых людей.

Решение этого круга проблем зависит от всей группы добровольцев, поэтому решаться они должны совместно. Необходимо более близкое знакомство друг с другом, неформальное общение, для того чтобы участники лучше узнали друг друга, нашли общие интересы и взаимопонимание.

Проблемы, относящиеся к внутренней стороне:

Проблемы, связанные с личностным восприятием и отношением молодого человека к добровольческой деятельности:

1. Потеря интереса к добровольческой деятельности в связи с недостаточным пониманием ее сути.

В этом случае *необходимо* на время отойти от дел, разобраться в сущности добровольчества: понять, интересен ли данный вид деятельности, и в зависимости от этого принять решение, заниматься в дальнейшем данным видом деятельности или нет.

2. Потеря интереса к какому-либо из видов добровольческой деятельности.

Когда потерял интерес к конкретному виду добровольческой деятельности, то *следует* найти для себя другой – более интересный и подходящий.

3. Трудности при работе с определенной категорией населения (пожилые, дети, инвалиды), вызванные непониманием, незнанием их психологических особенностей и особенностей работы с ними.

Для преодоления проблемы *необходимо* изучить психологические особенности людей данной категории, их образ жизни, проблемы, с которыми они сталкиваются, освоить различные технологии работы с ними.

4. Разочарование в своих способностях, неуверенность в своей компетентности и в правильности принимаемых решений.

К этому может привести понимание того, что осуществляемая деятельность неэффективна и нерезультативна, что при работе были допущены ошибочные действия, а также негативная оценка работы добровольца его координатором или клиентами. *Выход* – самообучение и самообразование, посещение обучающих тренингов, семинаров, общение с другими добровольцами и более опытными

специалистами для изучения новых методов, приобретения новых навыков, приемов и технологий работы.

ВЫВОД:

Доброволец будет работать эффективно и с удовольствием, если:

- вместе с добровольцем создаются представления о целях работы и заданиях;
- доброволец принимает участие в планировании, на его идеи обращают внимание, предоставляют самостоятельность в распределении полномочий между добровольцами;
- разделяется ответственность между добровольцами и сотрудниками;
- группы и люди в группах хорошо работают вместе;
- поддерживается общение добровольцев, обсуждение общих дел и влияние на них;
- главным фактором для добровольца становится способность общаться с людьми: слушать и быть услышанным, быть понятым и понимать других.

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ КОНФЛИКТА

Конфликт – столкновение (*от лат. «conflictus»*).

Информационные – искажение информации (неточные факты, ненадежные источники, несвоевременная передача информации, противоречивая или обильная информация).

Поведенческие – стремление к превосходству, грубость, бестактность, агрессивность, эгоизм, невыполнение данного обещания.

Факторы отношений – дисбаланс в отношениях (разный образовательный уровень, несовместимость интересов, манеры поведения, разные ценностные ориентиры в жизни, классовые различия, низкий уровень доверия и авторитетности).

Ценностные – различие нравственных критериев и ценностей (культурных, религиозных, политических и пр.), различия в воспитании.

Структурные – достаточно стабильные объективные обстоятельства, не поддающиеся изменению (система управления, право собственности, социальная принадлежность, нормы поведения).

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ, СКЛОННОЙ К ПРОЯВЛЕНИЮ КОНФЛИКТНОСТИ

■ **Неадекватная самооценка** – заниженная или завышенная оценка своих возможностей и способностей может противоречить адекватной оценке окружающих и стать почвой для конфликта.

■ **Стремление доминировать** – во что бы то ни стало, везде, где только возможно и невозможно, сказать свое последнее слово.

■ **Консерватизм мышления**, взглядов, убеждений, нежелание преодолеть устаревшие традиции, негативное мышление.

■ **Излишняя принципиальность и прямолинейность** в высказываниях и суждениях, стремление во что бы то ни стало сказать правду в глаза.

■ **Критический настрой** – особенно необоснованный и не аргументированный.

■ **Определенные эмоциональные качества личности** – тревожность, агрессивность, упрямство, раздражительность.

ДИАГНОСТИКА КОНФЛИКТА

При определении структуры конфликта полезно применять *картографический метод*, суть которого состоит в графическом изображении слагаемых конфликта, определении основной проблемы.

1. В чем проблема? Опишите проблему одной фразой. Не пытайтесь тут же найти выход, просто сфокусируйте свое внимание на самом главном. Старайтесь не выражать проблему в полярных терминах, это даст вам возможность рассмотреть варианты решения проблемы более широко.

2. Кто вовлечен? Кто является основным участником конфликта?

3. Каковы их подлинные потребности? Известно, что в любом конфликте зачастую происходит следующее: человек предъявляет одну проблему (либо ту, которая *подвернулась под руку*, либо ту, которая *выглядит «красиво»*), тогда как в глубине души проблема совершенно иная. Важно выяснить истинную мотивацию, которая стоит за позициями участников в этом вопросе. Люди хотят получить то, что удовлетворяет их потребности, и избегают того, что мешает этому.

4. Перечислите потребности и опасения всех сторон. На этом этапе необходимо работать только с этими категориями, а не выдавать уже готовые ответы. Важно, чтобы ответы выявляли реальные нужды и опасения.

Эту карту можно использовать как инструмент для работы с конфликтом. В любом случае конфликт значительно легче предупредить, нежели работать с ним.

Подобные карты можно использовать:

- при составлении планов;
- при появлении трудностей на работе;
- при подготовке к переговорам;
- при создании рекламных объявлений;
- на совещаниях по планированию.

Применяйте карту к актуальным ситуациям. При работе с ней ищите «точки соприкосновения» с оппонентом: общие интересы, общие потребности – факторы, которые могут стать в дальнейшем общей платформой по предупреждению и улаживанию конфликтных ситуаций, предвидению их последствий.

Чего боятся люди?

- Унижения
- Провала
- Финансового краха
- Быть отвергнутым или нелюбимым
- Потерять контроль над ситуацией
- Одиночества
- Критики и осуждения
- Потерять работу
- Неспособности обеспечить жизнедеятельность свою и своей семьи
- Скудной работы
- Обмана
- Необходимости начинать все сначала

Карта конфликта

СТОРОНА, участвующая в конфликте: ее интересы и опасения	ПРОБЛЕМА, требующая решения	СТОРОНА, участвующая в конфликте: ее интересы и опасения
--	--------------------------------	--

**ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОРГАНИЗАТОРУ
ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ РАБОТЫ
ПО УПРАВЛЕНИЮ КОНФЛИКТОМ**

Управление конфликтом это:

- поиск решения и снятие внутреннего напряжения;
- «сохранение лица», чтобы потом, в «мирных» условиях, не было стыдно смотреть людям в глаза;
- продолжение отношений с оппонентом ради интересов дела.

Управление конфликтом имеет две составляющие:

- профилактику конфликта
- адекватный выбор стратегии и методов разрешения конфликта.

Психологи выделяют **пять основных способов** (стратегий) поведения участников конфликта в зависимости от направленности людей на интересы и ценности себя или другого человека.

СПОСОБ ДЕЙСТВИЯ	СУЩНОСТЬ	ПЛЮСЫ	МИНУСЫ
Соперничество (конкуренция, принуждение, конфронтация)	Жесткое настаивание на своем решении.	Быстрое получение выгоды.	Ухудшение отношений. Возможны контрмеры оппонента в будущем.
Уступка (приспособление)	Жертвование своими интересами ради сохранения «мира».	Конфликт гасится.	Потеря собственной выгоды. Прецедент дальнейших уступок.
Избегание (уклонение, уход)	Уход от конфликта. Перемена темы общения. Нарочитое преуменьшение важности сути конфликта.	Конфликт на время игнорируется. Со временем конфликт может погаснуть сам собой.	Упускается время для радикального решения проблемы. Возможно его возобновление в другой форме.
Компромисс	Поиск взаимных уступок, перевод конфликта в заключение сделки, равноценной для обоих участников.	Ощущение справедливого разрешения конфликта у обеих сторон.	Ощущение, что при решении конфликта пришлось пойти на уступки и в чем-то проиграть.
Сотрудничество	Стремление выработать соглашение, удовлетворяющее потребности обеих сторон. Упор не на потерях, а на приобретениях каждой стороны в процессе урегулирования спора.	Ощущение взаимовыгодного сотрудничества. Приобретение партнера вместо соперника.	Длительность нахождения взаимовыгодного варианта. Требуются большие усилия и терпения для получения нужного результата.

СОВЕТЫ ДОБРОВОЛЬЦУ ПО УПРАВЛЕНИЮ СОБСТВЕННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ В КОНФЛИКТНОЙ СИТУАЦИИ

■ Уделяйте внимание неречевым свидетельствам

Добивайтесь соответствия между сказанными словами и характером неречевого общения:

- Займите место рядом или под некоторым углом к оппоненту.
- Ведите диалог на средней или близкой (0,5 – 1,5 м) дистанции.
- Используйте открытые позы, добивайтесь открытых поз от оппонента. Например, если оппонент скрестил руки на груди, дайте ему в руки документ для ознакомления или чашку кофе.
- При убеждении оппонента говорите и открывайте при этом ладони. Не используйте агрессивные положения кистей рук: сжатые кулаки, направленный на оппонента указательный палец.
- Смотрите оппоненту в глаза. Прямой взгляд свидетельствует об искренности; отсутствие прямого взгляда, бегающий взгляд – признаки недостатка доверия или искренности.
- Излагайте ваши мысли дружелюбно, неоскорбительно, используйте при этом мягкие интонации.
- Помните: быстрая речь убеждает лучше, чем медленная или вялая.
- Кивайте головой в знак согласия.
- При убеждении смотрите оппоненту в глаза.

■ Не скрывайте своих предположений или установок

Обсуждайте их открыто, так чтобы ошибки можно было исправить.

■ Старайтесь делать общение открытым

Дипломатично говорите о том, что думаете или чувствуете, и побуждайте к этому другую сторону.

■ Избегайте неясностей

Если вам что-нибудь не понятно, то просите объяснить. Если что-то не понятно кому-то другому, дайте объяснение в свою очередь.

■ Выражайте собственные чувства и желания в вежливой форме, без угроз в чужой адрес, используя «Я-утверждения»

Избегайте «ВЫ-утверждений», которые могут вызвать отрицательные эмоции у оппонента. Например, «*ВЫ ошибаетесь*», «*ВЫ должны сделать то-то и то-то*», «*ВЫ поступаете опрометчиво*», «*ВЫ всегда...*»

Здесь приведены примеры того, как кажущиеся обвинительными «ВЫ-утверждения» можно превратить в более мягкие и эффективные «Я-утверждения».

«ВЫ-утверждения» обвиняют	«Я-утверждения» выражают чувства, интересы и ориентируют на результат
«Если что-то необходимо сделать, то ВЫ не звоните мне до последней минуты»	«Когда вы в последнюю минуту звоните мне и просите составить план, Я не всегда бываю свободным для работы с вами, хотя Я и готов сделать все, что могу. Иногда мне бывает обидно, что вы не звоните мне так долго. Я был бы вам весьма признателен, если бы в будущем вы предупреждали меня чуть раньше»
«Почему ВЫ всегда меня перебиваете?»	«Когда вы пытаетесь сказать мне что-то, когда говорю я, то Я не могу уделить внимание тому, что вы мне говорите, т.к. сосредоточен на своих мыслях. Я был бы вам очень благодарен, если бы вы потерпели, пока я не договорю, конечно же, исключая те случаи, когда вы считаете свои слова настолько важными, что сказать их необходимо сразу»
«ВЫ не уважаете меня. ВЫ никогда не вспоминаете о моем дне рождения»	«Когда вы не вспоминаете о моем дне рождения, мне кажется, что Я вам безразличен. Мне бы хотелось думать, что это не так»
«ВЫ докучаете мне вашими вопросами»	«Если вы спрашиваете меня о чем-то, когда я занят другим, Я чувствую раздражение, потому что я не готов уделить вам внимание. Я был бы вам признателен, если бы вы задали мне все свои вопросы в более подходящее время, например в... (укажите время)»
«ВЫ никогда не делаете то, чего хочу я. ВЫ всегда поступаете по своему усмотрению»	«Когда вы принимаете решение за нас обоих, не спрашивая моего мнения, Я чувствую обиду и мне кажется, что вас не интересует моя точка зрения. Мне бы хотелось совместно обсуждали эти вопросы, чтобы были учтены желания обоих»

Согласно основной модели «Я-обращений» фраза начинается с нейтрального необвинительного описания поведения другого человека, которое вас не удовлетворяет. Затем следует описание ваших рациональных и эмоциональных реакций на это поведение.

■ **Научитесь правильно слушать**

Правильно слушать – значит слышать и воспринимать истинные чувства говорящего.

● **Слушайте с сочувствием.** Какими бы отрицательными эмоциями вы ни были охвачены, отделите себя от них и слушайте с открытым восприимчивым сознанием. Попробуйте представить себя на месте другого человека. Представьте, как эта ситуация может выглядеть с его точки зрения. Вообразите, как вы и ваши ответы воспринимаются с позиции другого человека.

● **Сосредоточьтесь на предмете разговора.** Не позволяйте себе уходить в сторону, отвлекаясь особенностями личности говорящего. Напоминайте себе, что необходимо слушать то, о чем говорит человек и что составляет предмет разговора. Если разговор отклонился от темы, то, задавая подходящие вопросы, вы можете вернуть его к исходному предмету.

● **Относитесь к говорящему уважительно.** Что бы человек ни говорил, вы показывайте, что уважительно относитесь к тому, что он говорит и чувствует. При этом помните, что вас не должна засосать трясина взаимных оскорблений и других проявлений неуважения. Напротив, вам следует заострить внимание на необходимости слушать и слышать друг друга. Если человек, с которым вы спорите, скажет, например: «Вы – ничтожество», постарайтесь ответить пониманием и симпатией его скрытым чувствам. Признайте его гнев или раздражение. Вернитесь к предмету спора, сказав что-нибудь подобное: «Похоже, ситуация действительно вас беспокоит. Что бы вы хотели в связи с этим предпринять?»

Вы можете также напомнить другому человеку о необходимости сохранять уважительное отношение друг к другу, сказав, например: «Я знаю, что вы разгневаны, но давайте попробуем не наносить друг другу оскорблений, а попытаемся совместными усилиями найти приемлемое для обоих решение проблемы». Иными словами, стараясь контролировать свои эмоции, поднимитесь на более высокий уровень. Затем как можно быстрее постарайтесь вернуться к конструктивному обсуждению вопроса.

● **Слушайте внимательно, не делая оценок.** Это наилучший способ дать человеку возможность высказать то, что он в действительности думает, и выговорить все те эмоции, которые могут препятствовать решению проблемы. Это позволит человеку «выпустить пар». При этом лучше просто время от времени кивать головой. Вы можете иногда вставлять поощрительное «да-да»

или реплики типа «так вот что произошло?» или «да вы что?». Это будет свидетельствовать о том, что вы слушаете с вниманием. Такое поведение слушателя создает свободную непринужденную атмосферу, в которой говорящему легко делиться своими мыслями. В идеальном случае своим внимательным беспристрастным выслушиванием вы сможете побудить другого человека вести себя аналогичным образом, когда придет время говорить вам. Это позволит вам создать ту атмосферу, которая необходима для разрешения конфликта.

• **Высказывайте свое мнение об услышанном, чтобы показать человеку, что его действительно слушают.** Повторите своими словами те наиболее важные пункты, которые отмечены другим человеком. Вы можете также высказать свои мысли в отношении чувств другого человека. Вы перефразируете сказанное и представляете свое восприятие чувств другого человека. Это делает более ясным обращение к вам, дает возможность не упустить ничего и предоставляет человеку возможность поправить вас, если вы что-то неправильно поняли.

Перефразируя сказанное, начинайте со слов типа: «дайте-ка сообразить, правильно ли я вас понял» или «прав ли я, полагая, что вы говорите?...» После этого вы описываете иными словами то, что услышали.

Если же вы описываете чувства другого человека, то вы можете сказать что-нибудь наподобие: «вы кажетесь (*разгневанным, расстроенным, смущенным...*) в связи с (указать ситуацию)». Будьте при этом осторожны и не слишком категоричны (не говорите «вы смущены»). Свяжите свои оценки с вашими предположениями или восприятием другого человека. Скажите лучше «вы кажетесь мне...» Симпатизирующий интерпретационный комментарий может оказаться особенно кстати, когда человек кажется очень расстроенным. Он даст человеку понять, что его состояние от вас не ускользнуло, хотя и не было выражено словами. Когда вы говорите что-то типа: «похоже, вы действительно разгневаны этим» или «кажется, это в самом деле причинило вам страдание», при условии, что вы не ошиблись в своих предположениях, другой человек почувствует вашу заботу и понимание. Это даже может помочь ему разобраться в своих собственных чувствах. Такой подход помогает устранить барьеры в общении. Он позволяет преодолевать враждебность.

• **Отметьте то, что вы не поняли или в чем не уверены.** Это составная часть эффективного выслушивания. Смысл ее состоит в том, чтобы получить больше информации, если вы услышали о некоторых фактах, которые вы не поняли или в понимании которых вы не уверены. Этот принцип может показаться очевидным, однако многие люди не следуют ему и оставляют после беседы «белые пятна». Оставшееся непонимание может порождать новое непонимание. Для стирания таких пятен можно использовать следующие слова: «Вы имеете в виду, что?...», «Вы чувствуете (раздражение, гнев, обиду...)?», «Не могли бы вы рассказать о случившемся подробнее?», «Я не понял, что вы только что сказали».

● **Побуждайте человека к дальнейшему разговору.** Если вы чувствуете, что человек не полностью описал ситуацию, свою точку зрения или свои чувства, вы можете побудить его к тому, чтобы он рассказал несколько больше. Для этого вы можете обратиться к нему со следующими словами: «не могли бы вы рассказать об этом немного подробнее?», «расскажите мне об этом побольше...», «что вы почувствовали, когда..?» или «не могли бы вы мне сказать, почему это так важно для вас?» Когда вы спрашиваете о таких вещах, задавайте вопрос нейтральным тоном, чтобы вызвать человека на откровенность. Не спрашивайте об этом так, как будто вас больше интересует причина, по которой он испытывает те или иные чувства либо поступает так или иначе. В этом случае человек может занять защитную позицию.

● **Используйте для поддержания разговора неречевые средства.** Улыбайтесь, если можете, склоняйтесь к говорящему, кивайте головой, смотрите в глаза. Поддакивайте, чтобы показать, что вы слушаете и воспринимаете сказанное. Помните, что основная задача состоит в том, чтобы показать человеку, что вы небезразличны к сказанному им. Вначале необходимость постоянного выражения внимания и понимания может вызывать в вас некоторый дискомфорт, но потом такое поведение станет естественным. И если вы отнесетесь к этому серьезно, то вскоре обнаружите, что искренне интересуетесь словами и чувствами других.

- **Имейте в виду, что у конфликтных людей есть некоторые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлыми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким образом.**

Например, сверхагрессивный человек своей агрессивностью пытается подавить малодушие и пугливость.

- **Возьмите под контроль свои эмоции и дайте выход эмоциям оппонента, если намерены продолжать с ним общаться.**

- **Не принимайте на свой счет слова и поведение конфликтного человека.**

Для удовлетворения своих интересов он ведет себя так со всеми.

- **Учитывайте индивидуальные особенности оппонента, а также к какому типу людей он относится, при выборе подходящего стиля действия в конфликтной ситуации.**

СТРАНИЧКА РУКОВОДИТЕЛЯ

Факторы возникновения конфликта

№	ФАКТОР	РЕКОМЕНДАЦИИ
1.	<p>Неправильное распределение обязанностей – вызывает внутреннюю неудовлетворенность добровольца.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Соотносить объем, сложность, интенсивность работы с должностью и степенью вознаграждения. ■ Регулировать объем и сложность работ. ■ Добиваться соответствия характера работы способностям и возможностям добровольца. ■ Учитывать уровень профессиональной подготовки.
2.	<p>Отсутствие или неполнота информации – накаляет обстановку, нервирует людей.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Постоянно информировать персонал о решениях и их причинах, а также продумывать формы и способы информирования.
3.	<p>Управленческие просчеты (неправильное понимание руководителем своих функций) – вызывает напряженность и конфликты в коллективе.</p>	<p>Функции руководителя:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Руководство производственным процессом:</i> планирование и контроль за результатами труда, оценка эффективности работы и обеспечение оптимальных условий труда, также элементы обучения. ● <i>Управление людьми</i> (подбор и расстановка добровольцев, контроль за деятельностью добровольцев, оценка их деловой активности; организация работы «команды», обеспечение благоприятного психологического климата, а также воспитательная функция. <p>Как правило, руководители хорошо понимают свои функции, относящиеся к руководству производственным процессом, и значительно хуже – имеющие отношение к работе с людьми.</p> <p>Руководителя коллектива можно сравнить с предпринимателем, получившим капитал. Для того чтобы не пустить этот капитал «по ветру», руководитель должен хорошо изучить свое «достояние» и выбрать правильные пути общения.</p>

4.	<p>Игнорирование личностных качеств добровольцев и их умения работать в коллективе – <i>вызывает напряженность и конфликты в коллективе.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Желательно у рекомендующего лица навести справки о добровольце, касающиеся его характера и отношений с членами коллектива. ■ Рекомендуется привлечь к беседе с кандидатом психолога (<i>для изучения личностных особенностей</i>).
5.	<p>Отсутствие текущей оценки деятельности добровольцев – <i>оценка по внешней деловой активности – поощряется тот, кто сумел создать видимость деловитости и энергичности.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Организовать систему текущего оценивания деятельности добровольцев. ■ Работа по оцениванию может отражаться в специально предназначенном для этого дневнике, где регистрируется информация по каждому добровольцу (Ф.И.О., период времени, успехи, неудачи за этот период). ■ Обсуждать результаты текущей оценки деятельности с добровольцем. ■ Обязатель довести до добровольца степень удовлетворенности руководителя результатом и качеством его труда.
6.	<p>Руководитель позволяет манипулировать собой, «играть на чувствах» – <i>мешает принимать необходимые меры к допускающему ошибку или просмотр.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Следует знать и учитывать в работе некоторые особенности восприятия: <ul style="list-style-type: none"> – доброволец, первым изложивший свою версию событий, обычно оказывает большее воздействие; – доброволец, занимающий позицию «жертвы», набирает больше голосов независимо от своей правоты; – доброволец, которого недолюбливают в коллективе, набирает при споре больше голосов «против» независимо от своей правоты; – «родовое сознание»: свой всегда прав, чужой – бестолковый, придира. ■ Необходимо вести работу с коллективом, направленную на формирование адекватной реакции к людям подобного рода. ■ Отбор кандидатов при приеме на работу.

<p>7. Непопулярные решения ПРИМЕНЯЮТСЯ только тогда, когда они неизбежны.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Убедительно обосновать необходимость принятого решения. ■ Своевременно информировать сотрудников, добровольцев о его содержании, сроках и формах реализации. ■ В личной беседе с каждым добровольцем выразить сожаление по поводу необходимости принять такое решение. ■ Сообщить о мерах, которые руководство разработало для ослабления негативных последствий события, в т.ч. в отношении конкретного добровольца. ■ Начать активно проводить мероприятия, направленные на ослабление негативных последствий непопулярного решения, постоянно информировать об этом весь персонал. ■ Использовать специальные приемы: прием 1 – участие коллектива в выработке решения (<i>делегирование коллективу части функций по принятию решения</i>); прием 2 – предоставление коллективу возможности выбора из 2–3 вариантов решения; прием 3 – аргументированно обосновать решение и показать, что в нем есть свои «плюсы» для коллектива.
--	--

В том случае, когда неприятный разговор с добровольцем неизбежен, руководителю нужно придерживаться следующих рекомендаций:

- Не обсуждайте неудачи или нежелательные качества добровольца при других работниках – найдите возможность остаться с ним один на один.
- Не делайте это второпях, между другими делами – покажите добровольцу, что этот разговор для вас важен.
- При беседе не говорите через стол, предложите добровольцу сесть рядом с вами – это создает атмосферу доверительности.
- Старайтесь, чтобы доброволец не сидел спиной к двери или открытому пространству – это нервнрует и отвлекает любого человека.
- Почувствуйте то расстояние (пространство) между вами, которое комфортно для добровольца (которого он неосознанно старается придерживаться), и старайтесь не сокращать его, не увеличивать.
- Следите за интонациями – они не должны быть жесткими, поучающими или

снисходительными – это оскорбительно и поэтому не способствует взаимопониманию.

- Говорите о неудачно выполненной работе или нежелательном качестве добровольца только после того, как отдадите должное его лучшим качествам и предыдущим успехам.
- Старайтесь не только оценивать произошедшее, но и задавать вопросы и внимательно слушать ответы добровольца. Это дает возможность получить более полную информацию для анализа произошедшего, показывает ваше уважение к добровольцу и стремление к объективной оценке и снижает настрой добровольца на защиту своих позиций;
- Избегайте обобщающих негативных личностных характеристик – говорите не о личности, а о поступке.
- Не следует все же позволять добровольцу подменять деловые аргументы эмоциональными – лучше учтите вескость его аргументов при выборе вида порицания его действий.
- В заключение беседы четко выскажите свое мнение как руководителя и посвятите добровольца в возможные для него последствия его ошибки.

ОПЫТ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ-ИНВАЛИДАМИ

Дорогие друзья! Вы чувствуете себя неловко и скованно оттого, что не знаете, как себя вести с детьми-инвалидами, не знаете нюансов, связанных с инвалидностью? Мы очень хотим помочь вам избежать этого и предлагаем эти рекомендации. Имея поддержку и нужную информацию, гораздо легче сделать более радостной и полноценной жизнь больных детей, а добровольцев – научить новому делу, испытать себя, почувствовать свою причастность и возможность изменения окружающего мира в отношении «иных» людей.

Помните, что особых детей можно, нужно, просто необходимо развивать!

Помните, что там, где есть ВЕРА, НАДЕЖДА, ЛЮБОВЬ, не будет отчаяния, ощущения бессмысленности, безысходности, неприятия!

РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ: излишество или необходимость?

Как для обозначения редких видов растений, в литературе вы можете встретить огромное количество специальных определений – названий ребенка с нарушением развития:

- дети с психофизическими особенностями;
- дети с интеллектуальной недостаточностью;
- дети с нарушениями интеллекта (познавательной сферы);
- дети с ограниченными интеллектуальными возможностями;
- дети с проблемами в умственном развитии;
- особые дети – наиболее часто употребляемое определение в настоящее время (exceptional child – *англ.*).

Довольно часто употребляется термин «особое детство».

Мы думаем, что речевой этикет – все же необходимость, отвечающая современным гуманистическим тенденциям и этике специалиста.

Вы видите, что все эти синонимы гуманно маскируют, по существу, аномальность ребенка, возникшую вследствие *органического поражения головного мозга*, что приводит к нарушению познавательных способностей человека. Это и есть умственная отсталость.

Не бездна, бессмысленность, крах и потеря – как это воспринимается нами, здоровыми людьми, а свой особенный путь развития особого ребенка.

В чем же заключаются особенности особого ребенка?

- В резком отставании в психическом развитии.
- В отставании в физическом развитии.
- В нарушениях речевого развития.
- В слабом развитии эмоций и воли.
- В неспособности обучаться в массовой (общеобразовательной) и, зачастую, в коррекционной школах.

Особые дети – это **«вечные дети»** в силу их излишней наивности, открытости и доброжелательности.

В работе с ними всегда помните, что **развитие таких детей возможно** и достигается оно с помощью:

- индивидуального обучения счету, письму, чтению;
- обучения навыкам самообслуживания и личной гигиены;
- обучения навыкам поведения в общественных местах;
- обучения несложным видам труда.

В будущем мы не увидим этих детей «белыми воротничками» в банковской сфере или на руководящих постах, но реальную пользу в качестве обслуживающего персонала особые люди могут принести.

Начиная работу с особыми детьми, прежде всего, надо уметь:

- найти с ними контакт, найти те невидимые точки соприкосновения, с помощью которых «раскроется» душа ребенка;
- понять, что им необходимо в первую очередь;
- понять, чем вы можете им помочь;
- относиться к особому ребенку как к себе самому, точно так же уважая, любя и ценя его;
- разговаривать с ним искренне, как с равным.

Помните золотые слова Януша Корчака: «Я всегда считал, что с детьми нужно говорить *правильно*; теперь я знаю, что с детьми нужно говорить *искренне*». Не забывайте эти слова, и тогда в ответ вы получите **любовь, верность, нежность и даже почитание**.

Для достижения хорошего результата в работе с особым ребенком необходимо:

- **Играть с ним.**
Все знания предоставляйте ему в игровой форме: ребенок развивается, прежде всего, в игре.
- **Показывать, как надо делать. И никогда – как не надо делать.**
Развивайте только конструктивные способы взаимодействия.

● **Повторять с ним движения как можно чаще.**

Имитируйте, преобразайтесь – развивайте в нем фантазию, внимание, наблюдательность.

● **Проговаривать с ним каждый шаг, каждое движение.**

Развивайте речь ребенка.

● **Делать все вместе** (можно даже по принципу «рука в руке»).

Развивайте в нем доверие к вам и чувство поддержки – «Мы вместе, мы сможем!».

Может случиться и так, что поведение особого ребенка вызывает у вас отвращение, раздражение, тревогу.

Напомните себе: что **это обычный ребенок** (даже если он болен, он *всего лишь* ребенок), что **он просто что-то не умеет делать и наша задача – научить его**, что **он ведет себя как и все дети** на свете и ради блага ребенка **нужно стремиться к его принятию**.

Эмоциональное благополучие для особого ребенка (как и для любого другого) все равно что для ростка свет, тепло, почва... Поэтому настраивайтесь перед общением с ребенком на добрые чувства – *заряжайте его радостью, теплом и светом!*

Научитесь:

- терпению и терпимости;
- исключать неприязнь к ребенку и неприятные эмоции во время общения с ним;
- не фиксировать внимание на неудачах;
- не выражать свои симпатии к особому ребенку в избыточной форме;
- использовать разные формы несловесной поддержки: улыбку, пожатие руки, прижатие к себе и т.п. – что подскажет ваше сердце!
- дружелюбию. Тогда и особый ребенок будет чувствовать себя спокойно и защищенно. Это заблуждение, что такие люди более других склонны к насилию!

Еще раз вернемся к терминологии. Слово «инвалид» вызывает у людей различные чувства, но в целом, большинство людей считает его приемлемым. Инвалидность – это ограничение в жизнедеятельности, а для некоторых людей – это всегда отклонение от нормы. Инвалидность – это отклоняющееся развитие. Хотя есть мнение ученых, что сам человек как вид является отклонением от нормы в развитии обезьян. И как вид он наименее приспособлен к выживанию.

Человек с инвалидностью имеет *бинефицитарный статус* (все же не обойтись без знания некоторых терминов) – т.е. *имеет возможность пользоваться социальными льготами и пособиями*.

Обратите внимание на некоторые особенности при общении и работе с людьми, имеющими инвалидность, связанную с трудностями при передвижении:

- Помните, что **инвалидная коляска – неприкосновенное пространство человека-инвалида**, поэтому не толкайте ее и не облокачивайтесь без разрешения.

Катать коляску без разрешения то же самое, что схватить и понести человека без его согласия.

- Всегда спрашивайте, нужна ли помощь, прежде чем ее оказать.
- Избегайте положения, при котором вашему собеседнику в коляске нужно запрокидывать голову.

Расположитесь так, чтобы ваши лица были на одном уровне.

- Помните, что, как правило, у людей, имеющих трудности при передвижении, нет проблем со слухом, зрением и пониманием.
- Лично убедитесь в доступности мест, где запланированы мероприятия, и узнайте, какие барьеры могут возникнуть.
- Не проявляйте излишнюю сочувственность и навязчивое сочувствие к человеку-инвалиду: для него оскорбительно, что вы не видите в нем равного себе.

Нужно дать понять и другим людям, что **в теле, изувеченном болезнью, скрыта душа, способная страдать и радоваться, чувствовать и сопереживать.**

Каким же образом преодолеть барьеры отчуждения, непонимания, страха, даже неприятия особых людей нашим человеческим обществом? Проблема? Да. И достаточно серьезная!

Мы уверены, что одним из возможных решений проблемы изменения общественного мнения по отношению к особым людям, детям-инвалидам станет **добровольчество.**

ДОБРО – ДОБРАЯ ВОЛЯ – ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО

Доброволец – это человек, который по желанию, добровольно, без давления и принуждения, занимается общественно значимой работой и получает от этого моральное и духовное удовлетворение.

Согласны ли вы с тем, что в этом определении добровольчества и заключена ценность человека:

- насколько он разовьет в себе духовные силы;
- сотворит что-либо полезное для других людей;
- сделает что-то полезное для природы?

Тысячу раз прав мудрый Ф.Бэкон, утверждавший, что «в каждом человеке природа всходит либо *злаками*, либо *сорной травой*» и призывавший: «Пусть же он своевременно поливает первое и истребляет второе!»

Выбор за человеком:

- приумножить свое личное «духовное» богатство;
- или пустить его по ветру.

Свобода выбора. Каждый волен выбирать!

Будьте уверены, что добровольцы, с которыми вам придется работать, уже сделали выбор в пользу первого! Это замечательно, но это не означает, что их не нужно готовить для работы с особыми детьми и не нужно готовиться самим для работы с добровольцами. Готовиться необходимо!

Итак, вы задались целью привлечь добровольцев к работе с детьми-инвалидами.

Начните:

- С создания проекта.

Ничто вам не покажется более захватывающим, но и более трудным, чем работа над проектом по организации добровольческого движения. И ничто вам не покажется более простым и интересным, более облегчающим последующую работу, чем завершённый и готовый к исполнению проект!

- С создания Координационного совета по организации добровольческого движения (3–7 ваших единомышленников).
- С планирования работы, обучения членов Координационного совета, разработки анкет и листовок-обращений, подготовки презентаций проекта и т.п.

Для привлечения добровольцев необходимо:

- предварительно обзвонить те учебные заведения и общеобразовательные школы, которые вы включили в проект;
- обязательно поговорить с руководителем заведения – доступно и душевно рассказать о проекте, о его социальной значимости.

Как правило, руководитель проникается идеей и поручает работу по набору добровольцев своему заместителю, с которым вы и будете сотрудничать далее:

- встречаться со студентами и школьниками;
- распространять листовки-обращения;
- принимать у себя в учреждении с целью знакомства и т.д.
- привлекать к проекту СМИ.

Для привлечения добровольцев существуют следующие формы:

- личная беседа;
- газетные публикации;
- распространение листовок (в учреждениях)
- через знакомых.

Следующий этап – отбор.

Самый доступный и популярный способ – *анкетирование*.

Но необходимо помнить, что настоящий отбор добровольцев будет происходить в ходе непосредственной работы с детьми.

Мы знаем, что будущих добровольцев нужно бережно и тщательно готовить. Поэтому обучение их целесообразно организовать в Школе волонтера.

Немного о Школе волонтера.

Для успешной работы с добровольцами необходимо составить учебный план, содержащий три блока:

- 1) информационный;
- 2) тренинговый;
- 3) практический.

Занятия проводятся еженедельно, в течение двух часов по следующей схеме: *интерактивная лекция* (проводит руководитель проекта); *тренинг* (проводит психолог); *экскурсия* (проводят члены Координационного совета).

Во время занятий обязательен перерыв на чай. Для обучения понадобятся 5-6 занятий в течение одного месяца. Более – нецелесообразно.

Очень хорошо, если вы сможете привлечь к обучению добровольцев и Церковь. Испокон веков слово духовного пастыря побуждает человека к покаянию, к «ревизии совести», состраданияю и милосердию. Школа волонтера – это, прежде всего, **Школа милосердия!**

Необходимо помнить, что добровольцы – это не бесплатная рабочая сила, а наши партнеры, способные принести большую пользу и положительно повлиять на изменение общественного мнения по отношению к особым людям.

Чем можно занять добровольцев?

Организацией:

- досуга особых детей (изготовление поделок, чтение и разучивание песен и стихов, общение, организация прогулок, экскурсий, спортивных часов);
- походов, выходов на природу;
- помощи в подготовке концертных мероприятий;
- шефства в летнем лагере;
- помощи в ремонте;
- помощи в проведении уборки.

Какие формы поддержки добровольцев можно использовать?

- Собеседование.
- Консультации.
- Кураторство (супервизии).
- Оценку и поощрение.

Для добровольца моральное поощрение даже ценнее, чем материальное.

■ Моральные формы:

- благодарность родителям;
- информационное письмо на предприятие;
- письмо в СМИ;
- благодарственное письмо в характеристику.

■ Материальные формы:

- подарки от воспитанников;
- ценные подарки;
- питание.

Планирование добровольческой работы (программы) осуществляется руководителем проекта, по существу, Координатором – человеком, являющимся мостиком, связующим звеном между добровольцами и организацией, ежедневно решающим задачи:

- по работе Координационного совета;
- по набору добровольцев;
- по обучению их в Школе волонтера;
- по отбору и анкетированию добровольцев, расстановке их на местах;
- по оказанию им помощи в работе;
- по отчетной работе о деятельности.

От личности Координатора и его заинтересованности в реальном осуществлении проекта зависит, станет ли у вас добровольчество мощным рычагом в деле социальных изменений в обществе, или очередной декларацией в отношении особых людей, красиво и правильно расписанной, но всего лишь декларацией!

И наконец... Пусть вас не смущает столь обширный список того, что необходимо делать для работы с детьми-инвалидами.

**Ради достижения успеха рассчитывайте на свой здравый смысл,
будьте оптимистичны и упорны, помните, что все хорошо там, где есть
ВЕРА, НАДЕЖДА И ЛЮБОВЬ!**

*Желаем вам успехов и творчества в таком нужном деле!
Будем благодарны за ваши замечания и предложения.*

ЛИТЕРАТУРА

1. О. Алексеева. Третий сектор или благотворительность для «чайников». – М.: ВВС МРМ, 1997. – 191 с.
2. А. Вербицкий. Фандрейзинг для развития (привлечение ресурсов из местных источников): Пособие для тренеров. – М.: Благотворительный фонд «Сопричастность», 1998. – 107 с.
3. С. МакКарлей, Р. Линч. Добровольцы: Как их найти? Как их удержать? – 2-е изд. – М.: ПО «Радуга», 1994. – 44 с.
4. Люди помогают людям. Книга о добровольцах. – М.: РИА Новости, 1995. – 46 с.
5. С. МакКарлей, Р. Линч. Основы руководства добровольцами. – М.: ПО «Радуга», 1994. – 64 с.
6. Руководство по организационному развитию. Методология. – Женева, 1994. – 83 с.
7. Н. Ю. Слабжанин. Добровольцы в вашей организации: Практическое пособие. – Новосибирск: МОФ СЦПОИ, 1997. – 76 с.
8. Эффективное управление некоммерческими организациями: Материалы регионального семинара Екатеринбург, 28–30 января 1995 г. – М.: ПО «Радуга», 1995. – 70 с.
9. Н. Тернова. Работа с добровольцами. – М.: РОКК, 2001. – 58 с.
10. Г. Келли, Р. Армстронг. Тренинг принятия решений. – СПб.: Питер, 2001.
11. Я хочу стать тренером: Программа обучения волонтеров «равные – равным». – Саратов, 2003.
12. Г. Моница. Материалы для работы с плакатами: Как я разрешаю конфликты с... – М.: Речь, 2003.
13. Service Learning – программы совмещения процесса образования и общественно полезной деятельности / Фонд «Созидание». – Ростов-на-Дону: Старые русские, 2003. – с. 272.
14. Service Learning – Обучение действием / Фонд «Созидание». – М.: ЗАО «Компания «Ассистент», 2006. – 166 с.
15. Интернет-страница <http://www.compact.org>
16. Фонд «Созидание» www.fondsozidanie.ru
17. Привлечение добровольцев к деятельности НПО. – М.: Тасис, 2003.
18. Управление социальными программами компании. – М.: Ассоциация менеджеров, 2003. – 152 с.
19. Предотвращение и разрешение конфликтов. – М.: Тасис, 2003.
20. Школа Управления НКО. Общее управление НКО. – М.: Центр поддержки НКО. – 394 с.
21. Л. Кроль, Е. Михайлова. Тренинг для тренеров: как закалялась сталь. – М.: Класс, 2002.
22. Сборник материалов к тренингу для тренеров (1–3 ступени), подготовленный тренинг-центром «Голубка».

ФОРМЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Составитель А. Ф. Чернавский,
председатель правления НКО «Фонд Социальное партнерство».
Компьютерная верстка – Л. Богданова.

НКО «Фонд Социальное партнерство»
167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, 147-а, оф. 908.
Тел./факс (8212) 24-94-68. E-mail: brata@mail.ru